

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А**  
**ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ**  
**КАТЕДРА „ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИ ЕЗИЦИ“**

---

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

( Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ЧУЖД ЕЗИК-НЕМСКИ“; факултативна дисциплина

ЗА СПЕЦ: „Всички специалности“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5/6; СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СПНУ/ 12 за ДНДО и СПН;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 90 ч.; в т.ч. аудиторна 30 ч.

КРЕДИТИ: 3

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	0	0
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	60	-

Изготвили програмата:

1. ....  
(ст. пр. Елена Пенчева)

2. ....  
(ст. пр. Маргарита Попова)

Ръководител катедра: .....  
„Западноевропейски езици“ (ст. пр. Соня Щерева)

## I. АНОТАЦИЯ

*Курсът по немски език има за цел да доразвие общата езикова компетентност на магистрите и познанията им по специализирания език. На вниманието им се предлагат разнообразни теми и автентични текстове. Практическите казуси изграждат езикови умения при симулирани ситуации. Модулът дава на обучаемите и интеркултурна информация за бизнес практиките в немскоезичните страни. Обърнато е внимание както на професионалната комуникативност, така и на развитието на необходимите за студентите в академична среда умения. Включени са разнообразни подходящи упражнения за усвояване и затвърдяване на специализираните и общи езикови познания.*

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>1.</b>	<b>Предприемачество</b>		2	
1.1.	Видове предприятия. Правни форми. Локация			
1.2.	Коопериране и концентриране			
<b>2.</b>	<b>Основни икономически показатели на предприятието</b>		4	
2.1.	Описание на графики и статистики			
<b>3.</b>	<b>Презентиране на предприятие</b>		4	
3.1	Основни компоненти и правила на презентацията			
3.2.	Презентационни умения			
<b>4.</b>	<b>Организация на предприятието</b>		4	
4.1.	Функционална организация. Видове отдели. Функции			
4.2.	Нови и специфични форми на организация			
<b>5.</b>	<b>Цели, имидж и култура на предприятието</b>		2	
5.1.	Определяне целите на предприятието			
5.2.	Фактори, формиращи имиджа и културата на предприятията			
<b>6.</b>	<b>Маркетинг</b>		8	
6.1.	Примери за идеи, които са подобрили продажбите: нови продукти, заемане на ниши			
6.2	Етапи на развитие на продукта			
<b>7.</b>	<b>Реклама</b>		6	
7.1	Рекламна стратегия, рекламна кампания			
7.2	Рекламни средства, рекламни цели			
7.3	Лексика: езикът на рекламата; мултимедия			
	<b>Общо:</b>		<b>30</b>	

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

<b>№. по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Тестове (с отворени, затворени или смесени въпроси)	2	20
1.2.	Презентации	1	20
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>3</b>	<b>40</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Текуща оценка	1	20
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>20</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>4</b>	<b>60</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Nicolaus, Sprenger, Weermann – Wirtschaft auf Deutsch
2. Fearn A., Levy - Hillerich D. – Kommunikation in der Wirtschaft
3. Krause B. – Geschäftskontakte
4. Weidtmann B. – Grundwissen Betriebswirtschaft
5. Becker N., Braunert J. – Alltag, Beruf

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. DUDEN – Wirtschaft, Basiswissen
2. Hering A., Matussek M. – Geschäftskommunikation
3. Dr. Kugler G. – Kaufmännische Betriebslehre
4. Grabe D., Kolescheva A., Kaprieva Z., Petrova I. – Unternehmen wir was?