

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА СТРОИТЕЛСТВОТО”

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ КОМУНИКАЦИИ В ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ”;

ЗА СПЕЦ: “Предприемачество и инвестиционен мениджмънт”; ОКС
„бакалавър”

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 6

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	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1.
(Проф. д-р Р. Калчев)

2.
(Гл.ас. д-р Иво Костов)

Ръководител катедра:
„Икономика и управление на строителството“ (Проф. д-р Пл. Илиев)

I. АНОТАЦИЯ

Основна задача при изучаването на дисциплината “Комуникации в предприемаческата дейност” е да се даде възможност на студентите от бакалавърска степен на специалност “Предприемачество и инвестиционен мениджмънт” да усвоят знания и умения за осъществяване на делови комуникации, които биха помогнали в ежедневноста им работа. Успешното провеждане на комуникациите е условие за създаване на авторитет на фирмата или организацията в нейната предприемаческа дейност и управлението на инвестициите.

Дисциплината “Комуникации в предприемаческата дейност” разглежда основни въпроси в областта на деловото общуване и дава професионални умения за основните понятия, методи, закономерности, организация на работата, правилата на деловото общуване и т.н. в областта на деловите комуникации.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. СЪЩНОСТ НА КОМУНИКАЦИИТЕ В ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ		4	4	
1.1	Същност и значение на комуникациите в предприемаческата дейност			
1.2	Видове комуникации в предприемаческата дейност			
1.3	Цели на комуникациите в предприемаческата дейност			
1.4	Принципи на бизнес комуникациите			
ТЕМА 2. ИЗГРАЖДАНЕ И УПРАВЛЕНИЕ НА ИНФОРМАЦИОННА И КОМУНИКАЦИОННА СИСТЕМА В ОРГАНИЗАЦИЯТА		2	2	
2.1	Информация и комуникативна верига			
2.2	Управление на комуникационната система			
ТЕМА 3. КОМУНИКАТИВНИ УМЕНИЯ		2	2	
3.1	Говорене, слушане и непрекъсване			
3.2	Поставяне на мястото на другия			
3.3	Изразяване на отношение към другия			
ТЕМА 4. ВЪТРЕШНООРГАНИЗАЦИОННИ УСТНИ КОМУНИКАЦИИ		2	2	
4.1	Беседи при кандидатстване, назначаване, атестиране, повишение			
4.2	При понижаване, освобождаване, дисциплинарно наказание			
4.3	Заседания и оперативки			
4.4	Квалификационни беседи			
ТЕМА 5. ОРГАНИЗАЦИЯ И ФОРМИ ЗА УСТАНОВЯВАНЕ НА ВЪНШНИ ДЕЛОВИ КОНТАКТИ		2	2	
5.1	Организация			
5.2	Форми за установяване			
ТЕМА 6. ЕФЕКТИВНИ УСТНИ КОМУНИКАЦИИ		2	2	
6.1	Аргументация			
6.2	Логична мисъл			
6.3	Ораторско майсторство			

ТЕМА 7. ДЕЛОВИ СРЕЩИ И ДЕЛОВИ РАЗГОВОРИ		2	2	
7.1	Делови срещи			
7.2	Делови разговори			
ТЕМА 8. ОСНОВНИ ВЪПРОСИ НА ВОДЕНЕТО НА БИЗНЕС ПРЕГОВОРИ		2	2	
8.1	Характеристика и типология на деловите преговори			
8.2	Задачи и принципи на преговарянето			
8.3	Същност и етапи на подготовката за водене на преговори			
8.4	Изграждане на стратегия			
ТЕМА 9. ТЕХНИКИ ЗА ВОДЕНЕ НА ПРЕГОВОРИ		2	2	
9.1	Условия и предпоставки за прилагане на техниките			
9.2	Основни техники			
9.3	Проблеми при провеждането на преговори			
ТЕМА 10. ПРОВЕЖДАНЕ НА ПРЕЗЕНТАЦИИ		2	2	
10.1	Значение, характерни признаци и цели на презентирането. Видове делови презентации			
10.2	Презентацията като процес на комуникация, дестилация и творчество			
10.3	Планиране на презентацията			
10.4	Структура на презентацията			
10.5	Съдържание на презентацията			
10.6	Установяване на контакт с аудиторията			
ТЕМА 11. ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА		2	2	
11.1	Същност и функции			
11.2	Съвременни PR процеси и практики			
11.3	PR: професионализъм и етика			
ТЕМА 12. УСТАНОВЯВАНЕ НА ДЕЛОВИ КОНТАКТИ С ЧУЖДЕСТРАННИ ПАРТНЬОРИ		2	2	
12.1	Деловите култури в международния бизнес. Особенности в комуникирането			
12.2	Международен бизнес етикет			
ТЕМА 13. КОРЕСПОНДЕНЦИЯ И ДОКУМЕНТАЦИЯ ПРИ ДЕЛОВИТЕ КОНТАКТИ		4	4	
13.1	Същност, предмет и задачи на кореспонденцията и документите в предприемаческата дейност			
13.2	Документни форми за вътрешно писмено комуникиране			
13.3	Правила за разработване на делови писма			
13.4	Бизнес преписка			
		Общо:	30	30

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсова работа (по предварително избрана или зададена тема)	1	30
1.2.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	1	30
Общо за семестриален контрол:		2	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		3	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Благоева, Бл. Комуникации и връзки с обществеността в политическата сфера. Варна, „Стено”, 2011.
2. Джонев, С., Пл. Димитров. Организационно консултиране, мениджмънт, управление на човешките ресурси. Том 2. София, Ен Джи Консултинг, 2014.
3. Илиев, Вл., М. Бакърджиева. Комуникативна култура. Плевен, Лега Артис, 2006.
4. Калчев, Р. Делови контакти – ръководство. Варна, Изд. “Наука и икономика”, 2010.
5. Крънчева, Кр. Бизнес етикет. София, „Изток- Запад”, 2013.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Бакърджиева, М. Бизнеспреговори. Свищов, Акад. изд. Ценов, 2007.
2. Бакърджиева, М. Бизнескомуникиране. Свищов, Акад. изд. Ценов, 2007.
3. Боева, Бистра. Бизнес комуникации и делови преговори. София, НБУ, 2004.
4. Василева А., Стойчев И., Андонов А. Делово общуване и преговори в международния бизнес, Нова Звезда, С., 2006.
5. Кондукторова, А. Делова кореспонденция. Варна, Наука и икономика, 2012.
6. Минков, В. Организация и отчитане на търговските сделки. Свищов, АИ Ценов, 2010.