

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “БИЗНЕС КОМУНИКАЦИОННИ УМЕНИЯ”;

ЗА СПЕЦ: „Маркетинг“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7;

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 В т.ч.: ЛЕКЦИИ	30	2
УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1
(доц.д-р М. Кехайова-Стойчева)

2
(гл.ас. д-р С. Иванов)

3
(доц.д-р И. Тодоров)

Ръководител катедра:
„Маркетинг“ (проф. д-р Е. Станимиров)

I. АНОТАЦИЯ

Успешното професионално адаптиране към деловите условия поставя сериозни предизвикателства пред новонавлизащите. Значителна част се дължи на комуникационните умения, които са усвоили младите професионалисти преди навлизането си в реална делова среда. Дисциплината има за цел да осигури на обучаващите знания за общата рамка за бизнес комуникациите в организацията както и да формира умения за водене на успешни комуникации в организациите. Дисциплината надгражда усвоеното по изборната дисциплина „Делова кореспонденция“ чрез допълване на контекста със спецификата на маркетинговата професия и чрез развиване на допълнителни тематички извън писмените комуникации в организациите.

След завършване на курса на обучение студентите ще могат:

- да водят ефективна писмена комуникация чрез електронни писма и съобщения;
- да разработват неформални доклади, съответстващи на деловите изисквания;
- да разработват формални доклади;
- да подготвят и извършват устни представления пред публика;
- да използват умело софтуерни приложения за подготовка на устни представления;
- да подготвят и извършват групови срещи и обсъждания;
- да разбират особеностите на межкултурните делови порядки;
- др.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СУ	ЛУ
Тема I: Въведение в бизнес комуникациите		2	2	
1.1	Процес на бизнес комуникациите			
1.2	Видове бизнес комуникации			
1.3	Етикет на бизнес комуникациите			
Тема II: Бизнес комуникиране чрез електронни писма и съобщения		4	4	
2.1	Формати и стилове			
2.2	Структуриране и оформление			
2.3	Особености при специфично съдържание – „добри новини“, „лоши новини“			
Тема III: Подготовка на ефективни неформални доклади		4	4	
3.1	Разлика между формални и неформални доклади			
3.2	Видове неформални доклади			
3.3	Структуриране и оформление			
Тема IV: Подготовка на ефективни формални доклади		4	4	
4.1	Какво представлява формалния доклад?			
4.2	Осигуряване на предварителна информация.			
4.3	Подготовка на тялото на доклада.			
4.4	Подготовка на съпътстващата информация.			

Тема V: Подготовка за ефективно устно докладване и представяне		4	4	
5.1	Особености на устната комуникация			
5.2	Елементи на ефективната устна комуникация			
5.3	Техники за преодоляване на страха от устно представяне пред хора			
Тема VI: Информационни технологии при разработване на презентации		4	4	
6.1	Как да разработим впечатляваща Power Point презентация?			
6.2	Използване на Prezi			
6.3	Използване на Mind Mapping приложения			
Тема VII: Работа в екип и провеждане на ефективни срещи		4	4	
7.1	Особености на екипната работа в бизнеса.			
7.2	Провеждане на ефективни и продуктивни бизнес срещи и заседания.			
7.3	Техники за подобряване на съвместната работа и сътрудничеството в екипната работа			
Тема VIII: Ефективни межкултурни и международни различия в бизнес комуникациите		4	4	
6.1	Познаване на културните различия			
6.2	Бизнес етикет в межкултурна среда			

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Практически казуси и задачи – индивидуални и/или групови	3	20
Общо за семестриален контрол:		3	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест или практически казус)	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		4	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Алексиева С., Бизнес комуникации, София, НБУ, 2006 г.
2. Георгиева Н., Бизнес комуникации, Варна, СТЕНО, 2009 г.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Андреев Е., Дипломатически протокол и церемониал: Административен и бизнес етикет, София, СИЕЛА, 2013 г.
2. Бренан Л., Бизнес етикет, София, Слънце, 2009 г.
3. Димитров К., Културономика, София, Изд. комплекс - УНСС, 2012 г.
4. Кожухаров Й., Етикет : За всеки ден и за бизнеса, София, Труд, 2012 г.
5. Колев К., Интеркултура в бизнеса със страните от Европейския съюз, София, ИК Колинс-5, 2007
6. Крънчева К., Бизнес етикет, София, Икономедиа АД, 2008 г.
7. Кузин Ф., Правете бизнес красиво: Практ. пособие, София, Унив. изд. Св. Кл. Охридски, 1995 г.
8. Робинсън Д., Бизнес етикет : Ръководство за уместно делово поведение, Ас-тра, 2001 г.
9. Романова Н. П. и др., Деловой этикет на Востоке: Настольная книга бизнесмена, Москва, Восток-Запад, 2005 г.
10. Сабат А. М., Бизнес етикет : 101 начина да правите бизнес с чар и тактичност, София, СофтПрес, 2006 г.
11. Сантоу Д. Е. и др., Международни делови преговори и етика на бизнес отношенията, София, СофтПрес, 2006 г.
12. Саркисян А. и др., Бизнес кореспонденция със съвременни информационни технологии, Свищов, Акад. изд. Ценов, 2005 г.
13. Саркисян К., Межкултурна комуникация и адаптация в международния бизнес, Свищов, Акад. изд. Ценов, 2013 г.