

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А
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: „ПРЕЗЕНТАЦИОННИ УМЕНИЯ“;

ЗА СПЕЦ: „Дигитални медии и ПР“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 8

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 5

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)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1.
(Проф. д-р Евгени Станимиров)

2.
(Гл. ас. д-р Свилен Иванов)

3.
(Гл. ас. д-р Ваня Кралева)

Ръководител катедра:
„Маркетинг“ (Проф. д-р Евгени Станимиров)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината цели да запознае студентите с успешните практики и свързаните с тях теоретични знания и практически умения при планирането, изготвянето и изнасянето на бизнес презентации по време на преговори, срещи с потенциални и съществуващи партньори и клиенти, събития, насочени към аудиториите на организацията, в т.ч. и със спецификите на презентирането в дигитална среда.

Курсът представя преглед на базови риторически похвати, използвани в бизнес общуването, запознава студентите с основните елементи и структурата на ефективните презентации, както и с особеностите на работа със специализирани софтуерни програми за изготвяне и изнасяне на презентации. Специално внимание се отделя на анализи на съществуващи презентации на представители на глобалния и локалния бизнес, лидери на мнения и специалисти в сферата на маркетинга и връзките с обществеността.

Основна цел на дисциплината е да даде на студентите освен теоретични познания и практически инструментариум за създаването, редактирането и изнасянето на презентации в бизнес среда.

След завършване на курса студентите ще могат да планират, изработват и изнасят самостоятелно и в екип ефективни презентации както в офлайн среда, така и чрез електронни медийни канали.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СУ	ЛУ
ТЕМА 1 Реторика и бизнес комуникации		4	4	
1.1.	Реториката като наука за убеждаваща комуникация			
1.2.	Основи на ораторското изкуство и практика			
1.3.	Съвременни приложения на риторически похвати			
ТЕМА 2. Презентации и бизнес общуване		4	4	
2.1.	Място и роля на презентациите в бизнес среда			
2.2.	Основни типове презентации и тяхното приложение			
2.3	Презентации в дигитална среда			
ТЕМА 3. Процес на презентирането		2	2	
3.1	Планиране на презентация - етапи и последователност			
3.2	Предварително проучване на средата и участниците			
3.3	Специфика на аудиторията в дигитална среда			
ТЕМА 4. Структура на презентацията		4	4	
4.1	Основни елементи на презентацията			
4.2	Избор на сюжет			
4.3	Изготвяне на сценарий			
ТЕМА 5. Технология на презентацията		4	4	
5.1	Специализиран софтуер за презентиране - Работа с Prezi, Keynote, PowerPoint и мобилни приложения			

5.2	Вербални и невербални елементи в презентацията			
5.3	Използване на видео и анимация			
ТЕМА 6. Техники на презентирание		4	4	
6.1	Работа с аудитория			
6.2	Диалог, аргументи, справяне с възражения, управление на въпросите			
6.3	Език на тялото			
ТЕМА 7. Изграждане на персонален стил на презентирание		4	2	
7.1	Създаване на профил на презентатора			
7.2	Анализ на силни и слаби страни и използването им при планиране на презентация			
ТЕМА 8. Анализирание на презентации		4	6	
8.1	Анализ на успешни презентации			
8.2	Анализ на стилове на презентирание			
8.3	Презентирание пред публика			

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой в сем.	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Практическо задание	1	15
1.2.	Казус	1	15
1.3.			
Общо за семестриален контрол:		2	30
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		2	90

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Аристотел (2013) Реторика. София: Захарий Стоянов.
2. Гало, К. (2011) Презентирай като Стив Джобс: Как да бъдем невероятно успешни пред всяка аудитория. София: Рой Комюникейшън.
3. Къшнър, М. и Р. Йърнг. (2016) Ораторско майсторство и презентирание for dummies. София: АлексСофт.
4. Цицерон, М.Т. (1992) За оратора. София: ИУ „Св. Климент Охридски“.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Ефтимова, А. (2010) Невербалната комуникация: медии и медиатори. София: Сиела.

2. Heath, C. & Heath, D. (2007) *Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die*. USA: Random House.
3. Berkun, S. (2010) *Confessions of a Public Speaker*. Canada: O'Reilly Media.
4. Duarte, N. (2008) *slide:ology: The Art and Science of Creating Great Presentations*. Canada: O'Reilly Media.
5. Reynolds, G. (2013) *Presentation Zen Design: Simple Design Principles and Techniques to Enhance Your Presentations (2nd Edition)*. Canada: New Riders.
6. Weinschenk, S. (2011). *100 Things Every Designer Needs to Know About People (Voices That Matter)*. Canada: New Riders.