

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“**  
**КАТЕДРА „УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ“**

---

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

( Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

**ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ”;**

**ЗА СПЕЦ: „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. ....  
(доц. д-р Д. Добрев)

2. ....  
(гл. ас. д-р П. Ангелова)

Ръководител катедра: .....

## I. АНОТАЦИЯ

Курсът на обучение по дисциплината „Бизнес комуникации“ анализира процеса на комуникация в организацията. Независимо дали е писмена или устна, тя е механизмът, чрез който управлението влияе на работещите и напътства дейността им. Тя също е средство, чрез което работещите осигуряват информация и обратна връзка, от която управлението се нуждае, за да взема правилни решения. От друга страна комуникацията и проводникът, чрез който бизнесът говори на своите потребители.

Обучението по дисциплината дава знания в следните тематични области:

- характеристика на комуникативния процес в организацията и средствата за обмен на информацията – вербални /устни и писмени комуникации/ и невербални, стратегиите за въздействаща и убеждаваща комуникация;

- основни подходи и стилове при водене на преговори. Процесът на преговаряне-стратегия, техники, тактики. Национални модели на водене на преговори – културни особености;

- публични презентации. Говорене пред публика и практически средства за подобряване на презентацията;

- диалога като най-продуктивна форма на общуване между хората – водене на дискусии и дебати.

- комуникацията и възможностите за кариерно развитие.

Обучението по дисциплината изгражда комуникативни умения за практическо приложение на получените знания, за публично говорене, даване на обратна информация и задаване на въпроси, за влияние и въздействие върху хората. Формира лидерско поведение, чрез убеждаваща комуникация.

Получените знания и комуникативни умения ще намерят практическо приложение в делови живот на студентите, да бъдат ясни и целенасочени в своята комуникация, да споделят цели и идеи, както и да напътстват другите, което им осигурява възможност за кариерно развитие. По този начин дисциплината разширява управленската подготовка на студентите.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. СЪЩНОСТ НА СОЦИАЛНИЯ ФЕНОМЕН “КОМУНИКАЦИЯ”		2	2	
1.1.	Поява и развитие на комуникациите			
1.2.	Комуникация и общуване – характерни черти на комуникацията			
1.3.	Бизнес комуникации			
ТЕМА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА НА КОМУНИКАТИВНИЯ ПРОЦЕС		2	2	
2.1.	Комуникацията като двустранен процес. Модели на комуникацията.			
2.2.	Видове комуникации в организацията. Основни комуникативни принципи			
2.3.	Фактори влияещи върху комуникативния процес. Комуникативни бариери			
ТЕМА 3 ВЪТРЕШНО. ОРГАНИЗАЦИОННИ КОМУНИКАЦИИ		2	2	
3.1.	Характеристика на организационните комуникации –			

	формални и неформални			
3.2.	Комуникационни мрежи и канали			
ТЕМА 4. МЕЖДУЛИЧНОСТНИ КОМУНИКАЦИИ		2	2	
4.1.	Същност на междуличностните комуникации			
4.2.	Стилове на междуличностно комуникиране – „Прозорец на Джоухари”			
ТЕМА 5. ПИСМЕННИ КОМУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯТА		2	4	
5.1.	Основни изисквания към писмените комуникации.			
5.2.	Характеристика и фази при съставянето на деловото писмо			
5.3.	Видове делови текстове и изисквания относно начина на съставянето им			
ТЕМА 6. УСТНИ КОМУНИКАЦИИ		4	2	
6.1.	Обща характеристика на устните комуникации. Форми на устна реч – диалог, монолог			
6.2.	Делови език, стил, звучност и темп на говорене			
6.3.	Подготовка и етапи на делови разговора.			
6.4.	Провеждане на съвещания и събеседвания			
6.5.	Провеждане на дебати и дискусии			
ТЕМА 7. КОМУНИКАТИВНИ УМЕНИЯ		2	2	
7.1.	Умения за даване на ефективна обратна информация.			
7.2.	Начини за осъществяване на обратна връзка			
7.3.	Слушането – необходимо комуникативно умение			
7.4.	Умения за задаване на въпроси			
ТЕМА 8. КОМУНИКАЦИИТЕ КАТО СОЦИАЛНИ ТРАНЗАКЦИИ		2	2	
8.1.	Същност на социалните транзакции			
8.2.	Видове транзакции и тяхното влияние върху комуникативния процес			
ТЕМА 9. НЕВЕРБАЛНИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАЦИЯ		2	2	
9.1.	Роля и основни функции на невербалните средства за комуникация			
9.2.	Канали за осъществяване на невербалната комуникация и тяхното специфично послание			
9.3.	Значение в процеса на комуникация			
ТЕМА 10. УБЕЖДАВАЩА КОМУНИКАЦИЯ		2	2	
10.1.	Характеристика на убеждаващата комуникация			
10.2.	Логика на убеждаването – доказателство			
10.3.	Процес на доказване – теза, аргументи, обосноваване			
ТЕМА 11. ПУБЛИЧНИ ПРЕЗЕНТАЦИИ		2	2	
11.1.	Предпоставки за ефективни презентации			
11.2.	Подготовка на презентацията			
11.3.	Представяне на презентацията			
ТЕМА 12. ПРЕГОВОРИ. УСЛОВИЯ ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА ЕФЕКТИВНИ ПРЕГОВОРИ		4	4	
12.1.	Преговори. Процес на преговаряне – етапи. Стратегия, техники и тактики на преговорите. Стилове на поведение			
12.2.	Методи на водене на преговори			
12.3.	Типология на въпросите. Аргументация, влияния, възражения			
12.4.	Межкултурни различия в преговорите			
ТЕМА N 13. СТРАТЕГИИ ЗА КАРИЕРНО ИЗРАСТВАНЕ		2	2	
13.1.	Стратегии за кандидатстване за работа			
13.2.	Ефективно интервюиране за наемане на работа			
13.3.	Управление на впечатленията в интервюто за подбор			

		Общо:	30	30	
--	--	-------	----	----	--

### **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.	Казус	<b>1</b>	<b>20</b>
1.2.	Презентация	<b>1</b>	<b>30</b>
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>2</b>	<b>50</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (тест)	<b>1</b>	<b>70</b>
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>70</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>3</b>	<b>120</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

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

1. Бакърджиева, Милка, Бизнескомуникиране и връзки с обществеността, Свищов, Акад. изд. Ценов, 2015 (сигн. В 75811)
2. Стойков, Любомир, Ефективна комуникация при преговори, Научни трудове. Университет за национално и световно стопанство, Пор. №: 3, Год. LIII, с. 53 – 78, 2013 (сигн. ПВ 881)

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

3. Yukish, Volodymyr, Activating Communication as a Way to Improve Interaction of Manager with Staff, Икономически изследвания, Пор. №: 1, Год. XXIII, р. 77 – 87, 2014 (сигн. ПВ 2017)
4. Асанс, Кристоф, Управление на мрежи, София, НБУ, 2015 (сигн. В 75402)
5. Clampitt, Phillip G., Communicating for Managerial Effectiveness, Los Angeles, SAGE Publ., 2013 (сигн. С 7231)
6. Монеv, Виктор, Многоезичието в бизнес комуникациите, Акад. изд. Ценов, 2015 (сигн. В 75973)
7. Стойчев, Иван ; Василева, Антоанета ; Андонов, Богомил, Делово общуване и преговори в международния бизнес, София, Нова звезда, 2006 (сигн. В 70853)
8. Bell, Reginald L. ; Martin, Jeanette, Managerial Communication, New York, Business Expert Press, 2014 (сигн. В 75620)