

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

Приета от ФС (протокол №/ дата):

Приета от КС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(проф. д-р Стоян Маринов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “БИЗНЕС КОМУНИКАЦИОННИ УМЕНИЯ”;

ЗА СПЕЦ: „Дигитални медии и ПР“; 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:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	3
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1.
(гл. ас. д-р Дарина Павлова)

2.
(доц. д-р Владимир Досев)

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

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината “Бизнес комуникационни умения” е избираема в блока за обучение на студентите в специалност “Маркетинг”. В рамките на курса, студентите придобиват следните компетенции: подготвяне и представяне на ефективни презентации пред различни групи; подпомагане ефективното управление на срещи и модерирането на дискусии по време на презентации; овладяване на ораторското изкуство; умения за формиране на положителен фирмен и персонален имидж; умения за справяне с кризисни комуникационни ситуации и знания за бизнес общуването с големи аудитории онлайн

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	ТЕМА 1. Комуникационна политика на фирмата	3	3	
1.1	Комуникационен процес			
1.2	Комуникационна политика			
	ТЕМА 2. Делови бизнес имидж	3	3	
2.1	Етикет на фирмения имидж			
2.2	Персонален деволти имидж			
	ТЕМА 3. Презентационни умения	3	3	
	ТЕМА 4. Делова активност	3	3	
4.1	Делови срещи			
4.2	Практика на преговорите			
	ТЕМА 5. Езикови особености на бизнес комуникациите	6	6	
5.1.	Особености на писмената бизнес комуникация			
5.2.	Особености на устната комуникация в бизнес среда			
	ТЕМА 6. Бизнес комуникациите при управление на кризи и решаване на конфликти	3	3	
6.1.	Комуникациите при управление на кризи			
6.2.	Преговори при решаване на конфликти			
	ТЕМА 7. Бизнес комуникации в онлайн среда	3	3	
7.1.	Особености на комуникационния процес в интернет			
7.2.	Изграждане и поддържане на положителен имидж в онлайн среда			
	ТЕМА 8. Комуникация и манипулация при бизнес общуването	3	3	
8.1.	Особености на манипулативната комуникация			
8.2.	Техники за разпознаване и предпазване от манипулации в бизнес комуникациите.			
	ТЕМА 9. Практически семинар	3	3	
	Общо:	30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Практически казуси и задачи	2	80
1.2.	Контролна проверка	1	40
Общо за семестриален контрол:		3	120
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Текуща оценка		
Общо за сесиен контрол:		3	120
Общо за всички форми на контрол:		3	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Аврамов, В., Комуникационната политика на фирмата, С., Изд. "Сиела", 2001
2. Дракър, П., Практика на мениджмънта. С., Изд. "Класика и стил", 2001
3. Досев, Вл. Комуникация и медийна манипулация. В., Изд. "Наука и икономика", 2014.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Брестничка, Р., Управление на търговските марки, С., Университетско издателство „Стопанство” 2004.
2. Бизнескомуникации, поредица Harvard Business Essentials, С., Изд. „Класика и стил”, 2004.
3. Досев, Вл. Персонален маркетинг и политическа реч// Маркетингът – опит и перспективи: Сборник доклади, В., „Наука и икономика” 2017, 188 – 197.
4. Досев, Вл. Персонален маркетинг и политически дискурс// Езикът и социалният опит: Материали от Десетата конференция по социолингвистика, В.Т. Изд. „Знак 94” 2011, 300-307.
5. Кафтанджиев, Хр. Митологичните архетипи в комуникациите. С., Унив.изд. „Св. Климент Охридски”, 2015.
6. Кондукторова, Ан., Делова кореспонденция, В., Изд. ”Наука и икономика”, 2009.
7. Петев, Т. Теории за масовата комуникация. С., Унив.изд. „Св. Климент Охридски”, 2004.
8. Преговори и решаване на конфликти, поредица Harvard Business Essentials, С., Изд. „Класика и стил”, 2015.
9. Преговорите, поредица Harvard Business Essentials, С., Изд. „Класика и стил”, 2005.
10. Управление на кризи, поредица Harvard Business Essentials, С., Изд. „Класика и стил”, 2006.
11. Dosev, V. Personal Marketing and Political Rhetoric. Dialogue in Politics. Berlin: John Benjamins Publishing Company, 2012, 113-127.

12. Dosev, V. Cognitive Metaphors in the Bulgarian Economic Discourse. Proceedings of the 4th International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Humanities (ICCESSH 2019)

Достъпна на <https://www.atlantis-press.com/proceedings/iccessh-19/125912055>