

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА
И УСЛУГИТЕ“

Приета от ФС (протокол №11 / 25.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол №11 / 08.04.2024 г.)

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ“

ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 4

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/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р В. Димитрова)
2.
(ас. Д. Кирова)

Ръководител катедра:
„Икономика и управление на търговията и услугите“ (доц. д-р М. Стоянов)

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина цели да формира у студентите теоретични знания в областта на бизнес комуникациите и разбиране за комуникациите като средство за реализиране на основните функции на бизнеса. В условията на икономика основана върху обмена, успехът на фирмите в значителна степен се определя от ефективността на техните комуникации с бизнес партньорите: клиенти, доставчици, посредници, финансови организации и др.

Дисциплината разширява знанията на студентите, придобити по основи на управлението и търговски мениджмънт, като ги запознава с технологията и средствата за осъществяване на външните и вътрешно-фирмените комуникации, средствата за комуникация и методите за анализ на комуникациите. В обучението по учебната дисциплина се прилага **интердисциплинарен подход** като се използват знания от областта на икономиката, мениджмънта, комуникациите и психологията. Целта на обучението е да формира знания и практически умения за комуникация по етапите на търговската сделка (подготовка, сключване и изпълнение), избор на стратегия за преговаряне, усвояване на техники и тактики за водене на преговори.

В курса се формират, надграждат и доразвиват следните ключови компетентности съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз от 22 май 2018г.: - **езикова компетентност** – разбиране и тълкуване на понятия, факти и мнения както в устен, така и в писмен вид, при използване на нагледни материали в цифров формат, изграждане на умения за комуникиране в различни ситуации и адаптиране на комуникацията към нуждите на ситуацията; - **личностна компетентност** – изграждане на умения за критично разсъждаване и вземане на решения, за самостоятелна и екипна работа, изразяване и разбиране на различни гледни точки, формиране на нагласа за сътрудничество и почтеност; - **гражданска компетентност** – познаване на основни понятия и явления, свързани с физическите лица, групите, икономиката и културата, осведоменост за многообразието и културните идентичности при управлението на конфликти и водене на преговори в ситуации на межкултурни различия.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ОСНОВИ НА КОМУНИКАЦИИТЕ В БИЗНЕСА		4	4	
1.1.	Същност, функции и видове комуникации в бизнеса			
1.2.	Основни комуникационни модели			
1.3.	Изграждане на комуникационна стратегия			
ТЕМА 2. ПСИХОЛОГИЯ НА ОБЩУВАНЕТО		2	2	
1.1.	Процес на възприемане на съобщението			
1.2.	Персонални деформации и бариери в процеса на комуникация			
1.3.	Концепция за самооценката – персонален и обществен имидж			

ТЕМА 3. ПЕРСОНАЛНА КОМУНИКАЦИЯ		2	2	
1.1.	Вербална комуникация			
1.2.	Процес на слушане – елементи, проблеми и изграждане на умения за ефективно слушане			
1.3.	Невербална комуникация – същност, роля, елементи			
ТЕМА 4. БИЗНЕС ЕТИКА		2	2	
1.1.	Бизнес етиката като елемент на деловото общуване			
1.2.	Бизнес протокол			
1.3.	Бизнес етикет – национални особености			
ТЕМА 5. КОМУНИКАЦИЯ ПРИ ПОДГОТОВКАТА НА ТЪРГОВСКАТА СДЕЛКА		4	4	
1.1.	Проучване на потенциалните партньори и методи за установяване на делови контакти			
1.2.	Запитване за стоки и услуги			
1.3.	Отговор на запитване. Отказ			
1.4.	Поръчка и отговор на поръчка			
1.5.	Оферти и пласментни писма			
ТЕМА 6. ТЪРГОВСКИ ПРЕГОВОРИ		4	4	
1.1.	Същност и подготовка за водене на преговори			
1.2.	Процес на преговаряне – фази, отстъпки, овладяване на времето			
1.3.	Стратегии и техники за водене на търговски преговори			
1.4.	Преговаряне в екип, игра на роли и тактики за водене на преговори			
1.5.	Приключване и анализ на преговорите			
ТЕМА 7. КОМУНИКАЦИИ ПРИ ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ТЪРГОВСКАТА СДЕЛКА		2	2	
1.1.	Комуникации, свързани с рекламации по сделката			
1.2.	Комуникации, свързани с плащанията по сделката			
1.3.	Комуникации, свързани с търговската експлоатация на транспорта			
ТЕМА 8. ВЪТРЕШНО-ФИРМЕНИ КОМУНИКАЦИИ		2	2	
1.1.	Комуникационни мрежи във фирмата – формални, неформални, бариери за ефективна комуникация в организацията			
1.2.	Стилове за комуникация на мениджъри			
1.3.	Анализ на комуникациите в организацията			
ТЕМА 9. ГРУПОВА КОМУНИКАЦИЯ		2	2	
1.1.	Размер на групата и групова комуникация. Лидерство в групите			
1.2.	Конфликти – същност, причини, видове			
1.3.	Управление на конфликтите			
ТЕМА 10. ОСНОВНИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАЦИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯТА		2	2	

1.1.	Средства за вътрешно-фирмени комуникации – консултации, инструктаж			
1.2.	Подготовка и представяне на устни и писмени доклади, и презентации			
1.3.	Управление на събития – срещи, конференции			
ТЕМА 11. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И НОВИ ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ		4	4	
1.1.	Комуникация и межкултурни различия			
1.2.	Интернет комуникация. Социални мрежи			
1.3.	Електронни преговори – блокчейн технология			
Общо		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

Но. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	1	15
1.2.	Казус	1	15
1.3.	Домашна задача с практическа насоченост	1	20
Общо за семестриалното оценяване:		3	50
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	40
Общо за сесийното оценяване:		1	40
Общо за всички форми на контрол:		4	90

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Давидков, Цв., Бизнес комуникации, София: Парадигма, 2012.
2. Бойков, В., Тоцева, Я. Управление на бизнес комуникацията. София: Дилок, 2016, Достъпен на: <[https://www.researchgate.net/publication/315803900 Upravlenie na biznes komunikaciata](https://www.researchgate.net/publication/315803900_Upravlennie_na_biznes_komunikaciata)> (24.03.2024)

¹ При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Андонов, Б. Външнотърговска сделка: Подготовка. Сключване. Изпълнение, София : Нова звезда, 2014.
2. Бакърджиева, М. Бизнес преговори. Свищов: Акад. изд. Д. А. Ценов, 2007, онлайн.
3. Герджиков, О. Търговски сделки. София: Труд и право, 2015.
4. Драмалиева В. Бизнес етика и корпоративна социална отговорност в съвременното управление на бизнеса. София : Изд. комплекс - УНСС, 2014.
5. Драмалиева, В. Бизнес етика, или защо приятелството си е приятелство, а сиренето с пари?, сп. Философски алтернативи, бр., 2017.
6. Събева, Я. Невербално общуване в бизнес комуникациите. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2020.
7. Цанов, И. Международни бизнес преговори, София: ВАС, 2015.
8. Bovee, C. and J. Thill. Business Communication Essentials: Fundamental Skills for the Mobile-Digital-Social Workplace, 2018.
9. Bell, R. and Martin J. Managerial communication. New York: Business Expert Press, 2014.
10. Business Communications for success, University of Minnesota, 2015, Достъпен на: <https://open.lib.umn.edu/businesscommunication/> (24.04.2024)
11. Guffey, M. and Loewy, D. Business Communication: Process & Product, 2017.

Март, 2024 г.
ВД/ДК