

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „АГРАРНА ИКОНОМИКА“

Приета от ФС: протокол № 11/ 25.04.2024

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС: протокол № 7/11.04.2024

Декан:

(Доц. д-р Денка Златева)

УЧЕБНА ПРОГРАМА

**ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „СОЦИАЛЕН КАПИТАЛ И СОЦИАЛНА
ПОЛИТИКА В АГРОБИЗНЕСА“**

ЗА СПЕЦ: „Аграрен бизнес“; ОКС „магистър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО и СПН

СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СНУ, 12 за ДНДО и СПН

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	12
в т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	6
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	228

Изготвили програмата:

1.

(Доц. д-р Таня Георгиева)

2.

(Гл. ас. д-р Павлина Иванова)

Ръководител катедра:

„Аграрна икономика“ (Проф. д-р Теодорина Турлакова)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Социален капитал и социална политика в агробизнеса“ има за цел да даде знания по теоретичните и практически аспекти на социалния капитал и политиката на корпоративна социална отговорност като цяло и в частност -в аграрната сфера. Подбраните тематични единици предоставят възможност да се усвоят познания относно:

- ✓ характеристики на социалния капитал;
- ✓ икономическото значение на социалния капитал и факторите влияещи върху формирането му;
- ✓ разглеждат се основни теоретични и методически въпроси на доверието, общите и специфичните за аграрното предприятие норми на поведение, социалните мрежи в агробизнеса, асоциативната активност в доброволчески организации и политиката на социалната отговорност на аграрното предприятие.

Изучаването на дисциплината ще подпомогне бъдещите аграрни предприемачи да усъвършенстват управленските си умения в следните насоки:

- ✓ познаване на механизми за изграждане на доверие между членовете на персонала на аграрното предприятие, доверие към представителите на предприятието от страна на външни лица, както и към аграрното предприятие като цяло;
- ✓ разграничаване на общи норми на бизнес поведение и специфични за аграрното предприятие норми, заедно с факторите, които ги обуславят и произтичащите от тях ползи и отрицателни ефекти;
- ✓ познаване на методи за идентифициране на социални мрежи и значението на неформалните социални взаимодействия в аграрното предприятие;
- ✓ различаване на стратегии за оказване на влияние при преговори с оглед постигане на взаимноизгодно взаимодействие при осъществяването на различни бизнес практики;
- ✓ познаване на ползите от поддържане и провеждане на политика на социална отговорност и възможностите за избор на област на реализация на социално отговорни практики от аграрното предприятие .

Дисциплината се основава на знания, придобити при изучаването на други дисциплини, в т. ч. „Аграрна политика“, „Маркетингови проучвания в аграрната сфера“ и др. От своя страна, тя създава база от знания, необходими за усвояването на дисциплини като: „Управление на риска в агробизнеса“, „Управление на качеството в агробизнеса“ и др. Включените тематични единици допринасят за развитие на познания относно специфичните начини, по които хората проявяват способности за работа в конструктивен диалог с други лица в сложни ситуации, като по този начин дисциплината развива **личностна и гражданска компетентност**. Наред с това, изучаването и е от полза за формиране на **предприемаческа компетентност** като развива способности за прилагане на подходящи управленски практики в процеса на взаимодействие с разнообразие от участници във външната и вътрешна среда на организацията.

Получените знания и формираните умения по дисциплината са на основата на широкопрофилна подготовка с хибриден характер от областта на психологията, социологията, и антропологията.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1.	Същност на социалния капитал в агробизнеса
1.1.	Социалният капитал като специфична капиталова форма
1.2.	Ползи и отрицателни ефекти от социалния капитал на аграрното предприятие
1.3.	Подходи към социалния капитал
1.4.	Форми и сфери на проявление на социалния капитал в агробизнеса
1.5.	Социалният капитал като специфична капиталова форма
2.	Когнитивна форма на социален капитал в агробизнеса
2.1.	Елементи на когнитивната форма на социален капитал в агробизнеса
2.2.	Същност на доверието. Качества, които предизвикват доверие към лицата, ангажирани в аграрното предприятие
2.3.	Социални норми в аграрното предприятие
2.4.	Бизнес етикет (общи норми на бизнес поведение)
2.5.	Норми на фирмената култура на аграрното предприятие(специфични за аграрното предприятие норми на поведение и взаимодействие)
2.6.	Споделена визия за развитие на аграрното предприятие
3.	Компетентността като фактор на доверието към лицата, ангажирани в аграрното предприятие
3.1.	Същност на компетентността
3.2.	Компоненти на компетентността на ангажираните в аграрното предприятие
3.3.	Типове компетентност на ангажираните в аграрното предприятие
3.4.	Моделът "Айсберг на компетентността" и приложението му като инструмент за изграждане на доверие
4.	Уменията за отстояване на позиция като фактор на доверието към лицата, ангажирани в аграрното предприятие
4.1.	Същност на отстояването на позиция
4.2.	Модели на поведение при отстояването на позиция
4.3.	Агресивно поведение
4.4.	Отстояващо (уверено) поведение
4.5.	Пасивно поведение
4.6.	Ползи от самоувереността и цикъл на самоувереното поведение
4.7.	Езикът на тялото при самоуверено поведение
4.8.	Техники за отстояване на позиция (моделът DESK, "развален грамофон", "воал", негативно проучване, "аз" изявлението, елегантно несъгласие)
5.	Уменията за убеждаване като фактор на доверието към лицата, ангажирани в аграрното предприятие

5.1.	Същност на убеждаването и убедителността
5.2.	Фактори на убедителната комуникация и ползи от убеждаването
5.3.	Етапи на убедителната комуникация
5.4.	Вербални техники за ефективно убеждаване
5.5.	Езикът на тялото при убеждаване
5.6.	Убедителна писмена комуникация
5.7.	Принципи на убеждаването
6.	Уменията за разрешаване на конфликти като фактор на доверието към управленския екип на аграрното предприятие
6.1.	Същност на конфликтната ситуация и разрешаването на конфликти. Видове конфликти и еволюция на конфликта.
6.2.	Диагностициране на разминаването в позициите
6.3.	Подходи за справяне с разминаване на позициите в аграрното предприятие
6.4.	Потискане на конфликта
6.5.	Избягване на конфликта
6.6.	Трансформация на различията в творчески (провокиране към взаимодействие посредством работа в екип, провокиране към взаимодействие посредством ротация на работните места и др.)
6.7.	Организиране на противоборство между страните
6.8.	Преговарянето като начин за разрешаване на конфликти с външни за предприятието лица
6.9.	Същност на преговарянето. Разрушително и интегративно преговаряне
6.10.	Етапи на процеса на водене на преговори
6.11.	Членове на преговарящия екип (лидер, резюмиращ и наблюдаващ)
6.12.	Стилове на оказване на влияние при водене на преговори - положителни и отрицателни страни
6.13.	Стратегии на оказване на влияние при водене на преговори
7.	Бизнес етикет
7.1.	Същност на бизнес етикета. Бизнес етикет и доверие.
7.2.	Принципи на бизнес етикета
7.3.	Фактори на бизнес етикета (обичай, традиции, маниери)
7.4.	Общи норми на бизнес поведение (външен вид, дистанция и заемане на пространство, представяне, първоначални разговори след представяне, визитни картички, заседания, делови обеда, вечери, коктейли, поведение в интернет базираните социални мрежи)
8.	Фирмена култура и социален капитал на аграрното предприятие
8.1.	Същност на фирмената култура и значението и като компонент на социалния капитал на аграрното предприятие.
8.2.	Фактори, определящи специфичните норми на поведение и взаимодействие в аграрното предприятие
8.3.	Осезаеми елементи на фирмената култура на аграрното предприятие
8.4.	Начини на комуникирането на фирмената култура в аграрното предприятие
9.	Структурна форма на социален капитал в агробизнеса

9.1.	Елементи на структурната форма на социален капитал в агробизнеса
9.2.	Вътрешни социални мрежи в аграрното предприятие
9.3.	Формални и неформални мрежи в аграрното предприятие
9.4.	Идентифициране и изучаване на неформалните социални мрежи. Ползи от анализа на неформалните социални мрежи в аграрното предприятие.
9.5.	Външни социални мрежи на аграрното предприятие
9.6.	Видове доброволчески организации в агробизнеса. Ползи от сдружаването.
9.7.	Правна рамка на асоциативната активност на организациите в агробизнеса в България
10.	Политика и практика на социална отговорност на аграрните предприятия
10.1.	Същност на политиката на корпоративна социална отговорност
10.2.	Области на социалната отговорност на аграрните предприятия
10.3.	Добри практики в социалната отговорност на аграрните предприятия
10.4.	Ползи от социалната отговорност на аграрните предприятия (взаимосвързаност, оптимизиране на ресурсите, финансови и административни облекчения, доверие, репутация, предпочитан работодател, предпочитан арендатор, сплотяване на колектива и др.)

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ

Учебните ресурси и дейностите, чрез които се осъществява учебният процес са следните:

- учебни ресурси: мултимедийни презентации, файлове, URL, етикети.
- учебни дейности: провеждане на електронно базирани учебни занятия чрез използването на софтуер за видеоконферентна връзка по предварително обявено разписание, както и синхронна и асинхронна комуникация с преподавателите, полагане на тестове, подготовка на курсови работи, проекти, изпълнение на задания, обсъждане на теми във форуми и други..

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

Но. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Тест	1	18
1.2.	Писмено задание по практически проблем	1	50
1.3.	Казус по практически проблем	1	50
Общо за семестриалното оценяване:		3	118
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (присъствен тест)	1	110

	Общо за сесийното оценяване:	1	110
	Общо за всички форми на контрол:	4	228

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Социален капитал и социална политика в агробизнеса“, качени в платформата за електронно и дистанционно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Алексиева, С. Бизнес комуникации. Издателство на Нов български университет, 2006
2. Бланчард К. Доверието върши работа. Четири ключа към изграждането на трайни взаимоотношения. ИК "Класика-и-стил", 2015
3. Георгиева Т. Социалният капитал в селските райони на област Добрич, България. ИК "Геа – принт". Варна, 2012 г.
4. Джанър Г. Изкуството да говорим. Локус Пъблишинг ЕООД, 2014
5. Досън, Р. Тайната на успешните преговори. ИК Световна библиотека ЕООД, 2009
6. Кови, С. 8-ят навик. ИК "Кибеа", 2011
7. Кови, С. Седемте навика на високоефективните хора. ИК "Кибеа", 1999
8. Кожухаров, Й. Етикет за всеки ден и за бизнеса. ИК "Труд", 2012
9. Котлър Ф. Добри дела. Сиела, 2014
10. Котлър Ф. и др. Корпоративна социална отговорност, Рой комюникейшън, 2011
11. Крънчева, К. Бизнес етикет, ИК Изток-Запад, 2013
12. Минков, И. Управление на фирмената култура. изд. „Наука и икономика“ на ИУ, Варна, 2009.
13. Пийз А. и др. Езикът на тялото на работното място, Сиела, 2013
14. Серафимова, Д. Социалната отговорност на бизнеса и нейното оценяване. ИК “Геа-Принт”, Варна, 2009
15. Слайтър, А. Ръководство по "умения за водене на преговори", IAGO consulting, 2002 (<http://www.podkrepa-varna.org/library/fe7bb4f747c8c395704e8711069b112b.pdf>, 29.02.2020)
16. Стойков, Л. Ефективна бизнес комуникация, Алма комуникация, 2015
17. Тенчева Д., Бизнес комуникации. Издателство "Нови знания", 2012
18. Уорън Х. и др. Harvard business review за преговори и решаване на конфликти, ИК Класика-и-стил, 2015
19. Harvard Business Essentials. Бизнес комуникации. Издателство "Класика и стил", 2004
20. Kawasaki, G. Enchantment. How to woo, influence and persuade, Glays Ltd, 2013
21. Ueda, K. The significance of social capital in modern enterprise management. The Senshu Social Capital Review, N 1, 2010