

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А
Ф А К У Л Т Е Т „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ“

Приета от ФС (протокол №12/29.04.2024 г.)

Приета от КС (протокол №10/16.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ В УПРАВЛЕНИЕТО“

ЗА СПЕЦ: „Мениджмънт“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 4

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 Стоянка Георгиева)

2.
(гл. ас. д-р Петя Ангелова)

Ръководител катедра:
„Управление и администрация“ (доц. д-р Десислава Серафимова)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Бизнес комуникации в управлението“ има за цел да надгради и специализира комуникационните умения на студентите в областта на мениджмънта. В курса на обучение се набляга преди всичко на практическото приложение на наученото. За целта се използват разнообразни обучителни средства – игри, симулации, видео материали. Студентите се запознават както с класическите видове комуникация, така и с най-съвременните тенденции в употребата на информационно-комуникационните технологии в организациите. Обръща се внимание и на начина, по който социалните мрежи влияят върху бизнес комуникациите в управлението.

Дисциплината формира полезни знания и умения в специфични направления като:

- Убеждаваща комуникация;
- Разрешаване на конфликти;
- Водене на бизнес преговори;
- Комуникация и бизнес етикет в мултикултурна среда;
- Изграждане на професионален имидж в интернет.

Изучаването на „Бизнес комуникации в управлението“ предлага възможност за придобиване на личностни компетентности и компетентности в областта на културната осведоменост и изява.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
1. Комуникации в организацията:		6	6	
1.1.	Същност на комуникационния процес и видове комуникация в организацията;			
1.2.	Специфика на управленската комуникация;			
1.3.	Комуникационни мрежи и комуникационна система на организацията.			
2. Ефективна управленска комуникация:		6	6	
1.2.	Ползотворна употреба на устната и писмената комуникация в управлението, ползи от ефективното слушане;			
1.3.	Умението да „влиеам“ без думи и да „тълкуваме“ правилно позицията и езика на тялото;			
1.4.	Дигитални комуникационни стратегии			
3. Бизнес етикет и межкултурни различия:		6	6	
1.1.	Предизвикателства пред управленската комуникация в мултикултурна среда;			
1.2.	Избор на управленски комуникационен модел според измеренията на Геерт Хофстеде;			
1.3.	Невербалната комуникация в чуждите култури.			
4. Водене на бизнес преговори:		6	6	
1.1.	Преговори и убеждаваща комуникация			
1.2.	Стратегии и тактики за водене на преговори			
1.3.	Преговори в мултикултурна среда			

5. Презентационни умения		6	6	
5.1.	Отличителни черти на добрата презентация			
5.2.	Изработване на презентация с помощта на дигитални технологии			
5.3.	Въздействащо презентирание пред публика			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Казуси	2	40
1.2.	Практически задания	2	10
1.3.	Курсов проект - презентация	1	30
Общо за семестриалното оценяване:		5	80
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	40
Общо за сесийното оценяване:		1	40
Общо за всички форми на контрол:		6	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Харизанова, М., Надя Миронова, Комуникации в управлението, София, изд. Авангард Прима 2008
2. Бакърджиева, Милка, Бизнескомуникиране и връзки с обществеността, Свищов, Акад. изд. Ценов, 2015

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Асанс, Кристоф, Управление на мрежи, София, НБУ, 2015
2. Бакалова, Ева. Бизнес комуникация. – Смолян: Принта-Ком, 2011
3. Монеv, Виктор, Многоезичието в бизнес комуникациите, Акад. изд. Ценов, 2015
4. Проданов, Михаил. Психология на убеждаването и влиянията. – Пловдив: Унив. изд. Паисий Хилендарски, 2011
5. Стойков, Любомир, Ефективна комуникация при преговори, Научни трудове. Университет за национално и световно стопанство, Пор. №: 3, Год. LIII, с. 53 – 78, 2013
6. Стойчев, Иван ; Василева, Антоанета ; Андонов, Богомил, Делово общуване и преговори в международния бизнес, София, Нова звезда, 2006

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.

7. Bell, Reginald L. ; Martin, Jeanette, Managerial Communication, New York, Business Expert Press, 2014
8. Clampitt, Phillip G., Communicating for Managerial Effectiveness, Los Angeles, SAGE Publ., 2013
9. Yukish, Volodymyr, Activating Communication as a Way to Improve Interaction of Manager with Staff, Икономически изследвания, Пор. №: 1, Год. XXIII, p. 77 – 87, 2014 г.