

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ФАКУЛТЕТ „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: „Бизнес администрация (с преподаване на английски език)“; ОКС  
„магистър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 6 ; СЕМЕСТЪР: 12

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 210 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 7

**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	150	-

Изготвили програмата:

1. ....  
(чл кор. проф. дин Иван Русев)

2. ....  
(гл. ас. д-р Петя Ангелова)

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

## I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Бизнес комуникации“ има за цел да надгради и специализира комуникационните умения на студентите в областта на мениджмънта. В курса на обучение се наблюдава преди всичко на практическото приложение на наученото. За целта се използват разнообразни учебни 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 организацията. 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“ предлага възможност за придобиване на личностни компетентности и компетентности в областта на културната осведоменост и изява.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>1. КОМУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯТА:</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	
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.			
<b>2. ЕФЕКТИВНА УПРАВЛЕНСКА КОМУНИКАЦИЯ:</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	
1.2.	Ползотворна употреба на устната и писмената комуникация в управлението, ползи от ефективното слушане;			
1.3.	Умението да „влиеам“ без думи и да „гълкуваме“ правилно позицията и езика на тялото;			
1.4.	Дигитални комуникационни стратегии			
<b>3. БИЗНЕС ЕТИКЕТ И МЕЖДУКУЛТУРНИ РАЗЛИЧИЯ:</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	
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.			
<b>4. ВОДЕНЕ НА БИЗНЕС ПРЕГОВОРИ:</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	
1.1.	Преговори и убеждаваща комуникация			
1.2.	Стратегии и тактики за водене на преговори			
1.3.	Преговори в мултикултурна среда			
<b>5. ПРЕЗЕНТАЦИОННИ УМЕНИЯ:</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	
5.1.	Отличителни черти на добрата презентация			

5.2.	Изработване на презентация с помощта на дигитални технологии			
5.3.	Въздействащо презентирание пред публика			
	<b>Общо:</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ**

<b>№. по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА<sup>1</sup></b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриално оценяване</b>		
1.1.	Казуси	<b>2</b>	<b>40</b>
1.2.	Практически задания	<b>2</b>	<b>20</b>
1.3.	Курсов проект - презентация	<b>1</b>	<b>40</b>
	<b>Общо за семестриалното оценяване:</b>	<b>5</b>	<b>100</b>
<b>2.</b>	<b>Сесийно оценяване</b>		
2.1.	Изпит	<b>1</b>	<b>50</b>
	<b>Общо за сесийното оценяване:</b>	<b>1</b>	<b>50</b>
	<b>Общо за всички форми на контрол:</b>	<b>6</b>	<b>150</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

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

1. Hartley P., Clive Bruckmann, Business Communications, 2002
2. Smith, Lyn (2010), Effective Internal Communication, Kogan Page, London.

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

1. Smith, Lynn and Maunter, Pamela (2008), Effective Internal Communication (PR In Practice), Kogan Page.
2. Holtz, Shel (2004), Corporate conversations. A guide to crafting Effective and Appropriate Internal Communications. Amacom Publishing, New York.
3. Glenn Bowdin, Johnny Allen, William O'Toole, Rob Harris, Ian McDonnell (2011) Events Management Series. Elsevier Butterworth-Heinemann.
4. Ragusa, Antonio (2010) Internal Communication Management. Ventus Publishing.
5. Verghese, Anisu K. (2012) Internal Communications. SAGE Publications.
6. Adler, N. (1997). International Dimensions of Organizational Behavior. Wadsworth Publishing Company.
7. Gullestrup, H. (2006). Cultural Analysis – Towards Cross-Cultural Understanding. Copenhagen Business School Press.
8. Hofstede. G. & Hofstede, J. (2005) Cultures and Organizations: Software for the Mind. McGraw-Hill Companies.
9. Trompenaars, F. and Hampden-Turner, S. (2006). Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Business. Nicholas Brealey Publishing: London

<sup>1</sup> 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.

10. Bell, Reginald L. ; Martin, Jeanette, Managerial Communication, New York, Business Expert Press, 2014
11. Clampitt, Phillip G., Communicating for Managerial Effectiveness, Los Angeles, SAGE Publ., 2013
12. 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.