

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА СТРОИТЕЛСТВОТО“

Приета от ФС (протокол №/ дата): №9/ 23.04.2020 г.

Приета от КС (протокол №/ дата): №6/ 25.02.2020 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „КОМУНИКАЦИИ В ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ“;

ЗА СПЕЦ: „Предприемачество и инвестиционен мениджмънт“;
ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5;

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.
(проф. д-р Румен Калчев)

2.
(гл. ас. д-р Иво Костов)

Ръководител катедра:

„Икономика и управление на строителството“ (доц. д-р Божидар Чапаров)

I. АНОТАЦИЯ

Основна задача при изучаването на дисциплината „Комуникации в предприемаческата дейност“ е да се даде възможност на студентите от бакалавърска степен на специалност „Предприемачество и инвестиционен мениджмънт“ да усвоят знания и умения за осъществяване на делови комуникации, които биха помогнали в ежедневноата им работа. Успешното провеждане на комуникациите е условие за създаване на авторитет на фирмата или организацията в нейната предприемаческа дейност и управлението на инвестициите.

Дисциплината „Комуникации в предприемаческата дейност“ разглежда основни въпроси в областта на деловото общуване и дава професионални умения за основните понятия, методи, закономерности, организация на работата, правилата на деловото общуване и т.н. в областта на деловите комуникации.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. СЪЩНОСТ НА КОМУНИКАЦИИТЕ В ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ		4	4	-
1.1	Същност и значение на комуникациите в предприемаческата дейност			
1.2	Видове комуникации в предприемаческата дейност			
1.3	Цели на комуникациите в предприемаческата дейност			
1.4	Принципи на бизнес комуникациите			
ТЕМА 2. ИЗГРАЖДАНЕ И УПРАВЛЕНИЕ НА ИНФОРМАЦИОННА И КОМУНИКАЦИОННА СИСТЕМА В ОРГАНИЗАЦИЯТА		2	2	-
2.1	Информация и комуникативна верига			
2.2	Управление на комуникационната система			
ТЕМА 3. КОМУНИКАТИВНИ УМЕНИЯ		2	2	-
3.1	Говорене, слушане и непрекъсване			
3.2	Поставяне на мястото на другия			
3.3	Изразяване на отношение към другия			
ТЕМА 4. ВЪТРЕШНООРГАНИЗАЦИОННИ УСТНИ КОМУНИКАЦИИ		2	2	-
4.1	Беседи при кандидатстване, назначаване, атестиране, повишение			
4.2	При понижние, освобождаване, дисциплинарно Наказание			
4.3	Заседание и оперативки			
4.4	Квалификационни беседи			
ТЕМА 5. ОРГАНИЗАЦИЯ И ФОРМИ ЗА УСТАНОВЯВАНЕ НА ВЪНШНИ ДЕЛОВИ КОНТАКТИ		2	2	-
5.1	Организация			
5.2	Форми за установяване			
ТЕМА 6. ЕФЕКТИВНИ УСТНИ КОМУНИКАЦИИ		2	2	-
6.1	Аргументация			
6.2	Логична мисъл			
6.3	Ораторско майсторство			

ТЕМА 7. ДЕЛОВИ СРЕЩИ И ДЕЛОВИ РАЗГОВОРИ		2	2	-
7.1	Делови срещи			
7.2	Делови разговори			
ТЕМА 8. ОСНОВНИ ВЪПРОСИ НА ВОДЕНЕТО НА БИЗНЕС ПРЕГОВОРИ		2	2	-
8.1	Характеристика и типология на деловите преговори			
8.2	Задачи и принципи на преговарянето			
8.3	Същност и етапи на подготовката за водене на преговори			
8.4	Изграждане на стратегия			
ТЕМА 9. ТЕХНИКИ ЗА ВОДЕНЕ НА ПРЕГОВОРИ		2	2	-
9.1	Условия и предпоставки за прилагане на техниките			
9.2	Основни техники			
9.3	Проблеми при провеждането на преговори			
ТЕМА 10. ПРОВЕЖДАНЕ НА ПРЕЗЕНТАЦИИ		2	2	-
10.1	Значение, характерни признаци и цели на презентирането. Видове делови презентации			
10.2	Презентацията като процес на комуникация, дестилация и творчество			
10.3	Планиране на презентацията			
10.4	Структура на презентацията			
10.5	Съдържание на презентацията			
10.6	Установяване на контакт с аудиторията			
ТЕМА 11. ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА		2	2	-
11.1	Същност и функции			
11.2	Съвременни PR процеси и практики			
11.3	PR: професионализъм и етика			
ТЕМА 12. УСТАНОВЯВАНЕ НА ДЕЛОВИ КОНТАКТИ С ЧУЖДЕСТРАННИ ПАРТНЬОРИ		2	2	-
12.1	Деловите култури в международния бизнес. Особенности в комуникирането			
12.2	Международен бизнес етикет			
ТЕМА 13. КОРЕСПОНДЕНЦИЯ И ДОКУМЕНТАЦИЯ ПРИ ДЕЛОВИТЕ КОНТАКТИ		4	4	-
13.1	Същност, предмет и задачи на кореспонденцията и документите в предприемаческата дейност			
13.2	Документни форми за вътрешно писмено комуникиране			
13.3	Правила за разработване на делови писма			
13.4	Бизнес преписка			
Общо:		30	30	-

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1	Семестриален (текущ) контрол		
1.1	Курсова работа (по предварително избрана или зададена тема)	1	30
1.2	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	1	30
Общо за семестриален контрол:		2	60
2	Сесиен (краен) контрол		
2.1	Изпит (тест)	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		3	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Бакърджиева, М. Бизнескомуникиране и връзки с обществеността. Свищов: АИ Ценов, 2015.
2. Благоева, Бл. Комуникации и връзки с обществеността в политическата сфера. Варна: Стено, 2011.
3. Джонев, С., Пл. Димитров. Организационно консултиране, мениджмънт, управление на човешките ресурси. Том 2. София: Ен Джи Консултинг, 2014.
4. Илиев, Вл., М. Бакърджиева. Комуникативна култура. Плевен: Лега Артис, 2006.
5. Калчев, Р. Делови контакти – ръководство. Варна: Наука и икономика, 2010.
6. Крънчева, Кр. Бизнес етикет. София: Изток-Запад, 2013.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Алексиева, С. Пъблик рилейшънс. София: НБУ, 2016.
2. Бакърджиева, М. Бизнеспреговори. Свищов: АИ Ценов, 2007.
3. Бакърджиева, М. Бизнескомуникиране. Свищов: АИ Ценов, 2007.
4. Боева, Б. Бизнес комуникации и делови преговори. София: НБУ, 2004.
5. Василева А., Стойчев И., Андонов А. Делово общуване и преговори в международния бизнес. София: Нова Звезда, 2006.
6. Кондукторова, А. Делова кореспонденция. Варна: Наука и икономика, 2012.
7. Минков, В. Организация и отчитане на търговските сделки. Свищов: АИ Ценов, 2010.
8. Мицева, Ст. Бизнес комуникация и делова кореспонденция. София: ИК УНСС, 2017.
9. Узунова, Ю. Корпоративен ПР. Варна: Наука и икономика, 2015.