

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – В А Р Н А
С Т О П А Н С К И Ф А К У Л Т Е Т
КАТЕДРА “ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА”

УТВЪРЖДАВАМ:

(Проф. д-р Пламен Илиев)

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"

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>ХОРАРИУМ, ч.</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ, ч.</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
Т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

ИЗГОТВИЛИ
ПРОГРАМАТА:
(доц. д-р В. Димитрова)

.....
(ас. В. Петева)

Р-л катедра
"Икономика и управление
на търговията":
(Доц. д-р В. Димитрова)

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 управление на търговските операции, като ги запознава с технологията и средствата за осъществяване на външните и вътрешно-фирмените комуникации, средствата за комуникация и методите за анализ на комуникациите. Обучението по дисциплината изгражда умения за комуникация по етапите на търговската сделка (подготовка, сключване и изпълнение), подпомага усвояването на техники за водене на търговски преговори.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ОСНОВИ НА КОМУНИКАЦИИТЕ В БИЗНЕСА		2	2	
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	
2.1.	Процес на възприемане на съобщението			
2.2.	Персонални деформации и бариери в процеса на комуникация			
2.3.	Концепция за самооценката – персонален и обществен имидж			
ТЕМА 3. ПЕРСОНАЛНА КОМУНИКАЦИЯ		2	2	
3.1.	Вербална комуникация			
3.2.	Процес на слушане – елементи, проблеми и изграждане на умения за ефективно слушане			
3.3.	Невербална комуникация – същност, роля, елементи			
ТЕМА 4. БИЗНЕС ЕТИКА		2	2	
4.1.	Бизнес етиката като елемент на деловото общуване			
4.2.	Бизнес протокол			
4.3.	Бизнес етикет - национални особености			
ТЕМА 5. КОМУНИКАЦИЯ ПРИ ПОДГОТОВКАТА НА ТЪРГОВСКАТА СДЕЛКА		4	4	
51.	Проучване на потенциалните партньори и методи за установяване на делови контакти			
52.	Запитване за стоки и услуги.			
53.	Отговор на запитване. Отказ			

54.	Поръчка и отговор на поръчка			
55.	Оферти и пласментни писма			
ТЕМА 6 ТЪРГОВСКИ ПРЕГОВОРИ		4	4	
6.1.	Същност и подготовка за водене на преговори			
6.2.	Процес на преговаряне – фази, отстъпки, овладяване на времето			
6.3.	Стратегии, техники и тактики за водене на търговски преговори			
6.4.	Преговаряне в екип. Игра на роли			
6.5.	Приключване и анализ на преговорите			
ТЕМА 7. КОМУНИКАЦИИ ПРИ ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ТЪРГОВСКАТА СДЕЛКА		2	2	
7.1.	Комуникации, свързани с рекламации по сделката			
7.2.	Комуникации, свързани с плащанията по сделката			
7.3.	Комуникации, свързани с търговската експлоатация на транспорта			
ТЕМА 8. ВЪТРЕШНО-ФИРМЕНИ КОМУНИКАЦИИ		4	4	
8.1.	Комуникационни мрежи във фирмата – формални, неформални, бариери за ефективна комуникация в организацията			
8.2.	Стилове за комуникация на мениджъри			
8.3.	Анализ на комуникациите в организацията			
ТЕМА 9. ГРУПОВА КОМУНИКАЦИЯ		2	2	
9.1.	Размер на групата и групова комуникация. Лидерство в групите			
9.2.	Управление на конфликтите			
9.3.	Средства за комуникация в група. Планиране и ръководство на групови срещи: заседание, инструктаж, конференция, среща с клиенти			
ТЕМА 10. ОСНОВНИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАЦИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯТА		2	2	
10.1.	Комуникации в процеса на подбор на кадри: планиране и ръководство на интервю при подбор на кадри, CV, мотивационно писмо			
10.2.	Подготовка и представяне на устни и писмени доклади			
10.3.	Подготовка и изказване пред аудитория			
ТЕМА 11. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И КОМУНИКАЦИЯ		2	2	
11.1.	Проблеми на културните различия			
11.2.	Сравнителен анализ на стилове за комуникация и водене на преговори			
11.3.	Средства за межкултурна комуникация			
ТЕМА 12. БИЗНЕС КОМУНИКАЦИЯТА И НОВИТЕ ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ		2	2	
12.1.	Интернет и бизнес комуникацията. Електронна кореспонденция			
12.2.	Социални мрежи			
12.3.	Средства за межкултурна комуникация			

ОБЩО: 30 30

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

Но. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Бр.	ИАЗ, ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	2	40
1.3.	Казуси	2	40
	ОБЩО:	4	80
2.	Сеснен (краен) контрол		
2.1.	Изпит	1	40
	- писмен тест с отворени и затворени въпроси	1	40
	ОБЩО:	5	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Давидков, Цв., Бизнескомуникации, С., 2012.
2. Алексиева С. Бизнес комуникации. С., НБУ, 2011.
3. Андонов, Б. Външнотърговска сделка : Подготовка. Сключване. Изпълнение, София : Нова звезда, 2014.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Саркисян, К. Междукултурна комуникация и адаптация в международния бизнес. Свищов: Акад. изд. Ценов, 2013.
2. Драмалиева В. Бизнес етика и корпоративна социална отговорност в съвременното управление на бизнеса. София : Изд. комплекс - УНСС, 2014.
3. John J. and C. Bovee. Excellence in Business Communication. Prentice Hall, 2013.
4. Guffey M. and D. Loewy. Communication: Process and Product. 2014.
5. Shell R. Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People. Gildan Media, 2014.

2016 г.
ВД/ВП