

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: **“КОМУНИКАЦИИ И ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА”;**

ЗА СПЕЦ: **„Публична администрация“; ОКС „бакалавър“**

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: **4; СЕМЕСТЪР: 8;**

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: **150 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.**

КРЕДИТИ: **5**

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	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	75	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Д. Добрев)

2.
(гл. ас. д-р П. Ангелова)

Ръководител катедра:
„Управление и администрация“ (доц. д-р Д. Добрев)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината има за цел да запознае студентите със съвременните методи и средства за комуникация, различните стратегии и тактики при водене на преговори и изграждане на връзки с обществеността. Акцентът на дисциплината е поставен еднакво силно, както върху теоретичната подготовка, така и върху практическите умения. Студентите следва да изградят осъзнато отношение към комуникацията като процес, носещ конкурентно предимство и да се научат да боравят умело с всички инструменти, които съвременните комуникации и информационни технологии им предоставят.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. СЪЩНОСТ НА СОЦИАЛНИЯ ФЕНОМЕН “КОМУНИКАЦИЯ”		3	2	5
1.1.	Поява и развитие на комуникациите			
1.2.	Комуникация и общуване – характерни черти на комуникацията			
1.3.	Бизнес комуникации			
ТЕМА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА НА КОМУНИКАТИВНИЯ ПРОЦЕС		3	2	5
2.1.	Комуникацията като двустранен процес. Модели на комуникацията.			
2.2.	Видове комуникации в организацията. Основни комуникативни принципи			
2.3.	Фактори влияещи върху комуникативния процес. Комуникативни бариери			
ТЕМА 3. ВЪТРЕШНО-ОРГАНИЗАЦИОННИ КОМУНИКАЦИИ		3	2	5
3.1.	Характеристика на организационните комуникации – формални и неформални			
3.2.	Комуникационни мрежи и канали			
ТЕМА 4. ПИСМЕНИ КОМУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯТА		6	4	10
4.1.	Основни изисквания към писмените комуникации.			
4.2.	Характеристика и фази при съставянето на търговски договор			
4.3.	Видове делови текстове и изисквания относно начина на съставянето им			
ТЕМА 5. УСТНИ КОМУНИКАЦИИ		3	2	5
5.1.	Обща характеристика на устните комуникации. Форми на устна реч – диалог, монолог			
5.2.	Делови език, стил, звучност и темп на говорене			
5.3.	Подготовка и етапи на делови разговор			
5.4.	Провеждане на съвещания и събеседвания			
5.5.	Провеждане на дебати и дискусии			
ТЕМА 6. КОМУНИКАТИВНИ УМЕНИЯ		3	2	5
6.1.	Умения за даване на ефективна обратна връзка			
6.2.	Начини за осъществяване на обратна връзка			
6.3.	Слушането – необходимо комуникативно умение			
6.4.	Умения за задаване на въпроси			
ТЕМА 7. НЕВЕРБАЛНИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАЦИЯ		3	2	5
7.1.	Роля и основни функции на невербалните средства за			

	комуникация			
7.2.	Канали за осъществяване на невербалната комуникация и тяхното специфично послание			
ТЕМА 8. УБЕЖДАВАЩА КОМУНИКАЦИЯ		3	2	5
8.1.	Характеристика на убеждаващата комуникация			
8.2.	Логика на убеждаването – доказателство			
8.3.	Процес на доказване – теза, аргументи, обосноваване			
Тема 9. Межкултурни различия		3	2	5
9.1.	Същност на межкултурните различия			
9.2.	Класификация на Хофстеде за межкултурните различия			
9.3.	Начини за преодоляване на межкултурните различия			
ТЕМА 10. ПУБЛИЧНИ ПРЕЗЕНТАЦИИ				
10.1.	Предпоставки за ефективни презентации			
10.2.	Подготовка на презентацията			
10.3.	Представяне на презентацията			
ТЕМА 11. ПРЕГОВОРИ. УСЛОВИЯ ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА ЕФЕКТИВНИ ПРЕГОВОРИ		6	4	10
11.1.	Преговори. Процес на преговаряне – етапи. Стратегия, техники и тактики на преговорите. Стиллове на поведение			
11.2.	Методи на водене на преговори			
11.3.	Типология на въпросите. Аргументация, влияния, възражения			
11.4.	Межкултурни различия в преговорите			
ТЕМА 12. СТРАТЕГИИ ЗА КАРИЕРНО ИЗРАСТВАНЕ		3	2	5
12.1.	Стратегии за кандидатстване за работа			
12.2.	Ефективно интервюиране за наемане на работа			
12.3.	Управление на впечатленията в интервюто за подбор			
ТЕМА 13. СПЕЦИФИКА НА ВРЪЗКИТЕ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА		3	2	5
13.1	Същност и видове връзки с обществеността			
13.2	Роля и значение на връзките с обществеността за публичните организации			
ТЕМА 14. СТРАТЕГИИ ЗА УСПЕШЕН ПР		3	2	5
	Общо:	45	30	75

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест	1	15
1.2.	Курсов проект	1	15
Общо за семестриален контрол:		2	30
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	45
Общо за сесиен контрол:		1	45
Общо за всички форми на контрол:		3	75

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Бакърджиева, Милка, Бизнескомуникаране и връзки с обществеността, Свищов, Акад. изд. Ценов, 2015 (сигн. **В 75811**)
2. Алексиева, Соня, Пъблик рилейшънс, София, Унив. изд. на НБУ, 2008 (сигн. **В 72120**)

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Монеv, Виктор, Многoезичието в бизнес комуникациите, Свищов, Акад. изд. Ценов, 2015 (сигн. **В 75973**)
2. Марков, Стефан, Теоретични модели и парадигми в съвременния PR, СИЕЛА, 2013
3. Благоева, Блага, Комуникации и връзки с обществеността в политическата сфера, Варна, СТЕНО, 2011 (сигн. **В 73544**)
4. Узунова, Юлия, Корпоративен ПР, Варна, Унив. изд. Наука и икономика, 2015 (сигн. **У 1482**)
5. Стойков, Любомир, Ефективна комуникация при преговори, Научни трудове. Университет за национално и световно стопанство, Пор. №: 3, Год. LIII, с. 53 – 78, 2013 (сигн. **ПВ 881**)
6. Yukish, Volodymyr, Activating Communication as a Way to Improve Interaction of Manager with Staff, Икономически изследвания, Пор. №: 1, Год. XXIII, p. 77 – 87, 2014 (сигн. **ПВ 2017**)