РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра “МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(доц. д-р Ваня Григорова) | Приета от ФС, Протокол № 3 от 26.11.2024 г.Приета от КС, Протокол № 5 от 19.11.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Бизнескомуникации” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-Б-333****Брой кредити по учебен план: (5)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-333 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ/АНГЛИЙСКИ | Версия:v.03/2024 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост****/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **69** | **97** | **69** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 35 | 49 | 35 |
| 2.2. Академични задания | 34 | 48 | 34 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 10 | 10 | 10 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 10 | 10 | 10 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 4 | 18 | 4 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 10 | 10 | 10 |
| **Всичко:** | **125** | **125** | **125** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий**  | **Тежест на критерия** |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **60%** | **60%** | **60%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 20% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 30% | 30% | 30% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 10% | 10% | 10% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**Изпитът се провежда под формата на тест със затворени и отворени въпроси.* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Целта на настоящия курс е да предложи на обучаемите съвкупно знание за осъществяване на съвременни бизнес комуникации както в рамките на страната, така и извън нея, като се отчитат различните подходи в зависимост от голямото разнообразие на културни особености при отделните нации и държави

**2.2. Предварителни изисквания**

Курсът по „Бизнес комуникации“ се базира на знания, придобити както по време на средното образование, така по време на обучението в бакалавърска степен през първите седем семестъра във висшето училище. Изискуемите знания, свързани с дисциплината са свързани с добро ниво на владеене на българския изказ и граматика, усвояване на правилата за стил и изложение. От съществено значение за обучаемите са познанията за икономическата терминология, изучавана в фундаменталния блок – понятия и категории, дефинирани в рамките на дисциплини като микро- и макро икономика, счетоводство, маркетинг, мениджмънт.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

При обучението на студентите се използват и съчетават различни традиционни и иновативни интерактивни методи на преподаване. В семинарните занятия се поставя акцент върху поставянето на студентите в активна позиция и се търсят възможности за развиване на аналитично мислене, креативност и работа в екип.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Акцент при организирането на обучението на студентите в дистанционна форма се поставя върху синхронните лекции и консултации, чрез интегрираната платформа за електронно и дистанционно обучение с отворен код Moodle. Разработени са подходящи интерактивни учебни ресурси - онлайн тестове, казуси, видео презентации, курсови задания с възможности за решаване самостоятелно или екипно.

**2.4. Очаквани резултати**

След приключване на курса по „Бизнес комуникации“ обучаемите ще умеят да структурират различни видове послания в зависимост от информацията, която трябва да се съдържа в тях. Ще притежават компетенции в връзка със съставяне на писмени послания като поръчка, запитване, оферта, търговско писмо, послания с добра и лоша новина, рутинни послания като докладни записки и бизнес доклади. Обучаемите ще притежават знания и умения за водене на устни презентации и използване на графично-визуални средства в подкрепа на своите послания.

**III. разпространение на дисциплината**

В България:

Университет по национално и световно стопанство, София

Висше икономическо училище –Варна

Технически университет – София

В Чужбина:

Duke university, USA

Universite du Fribourg, France

Harvard extension school, UK

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Основи на комуникацията** | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 |
| *1. Дефиниране на комуникационния процес
2. Бариери и пречки пред комуникационния процес
3. Невербална комуникация
4. Развиване на умения за слушане в процеса на комуникация* |
| **Принципи на комуникацията** | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| *1. Избор на подходящи думи и средства
2. Съставяне на ефективни изречения
3. Оформяне на параграфи* |
| **Подготовка на ефективни делови послания** | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| *1. Етапи при планиране на бизнес послания
2. Увод и заключение на бизнес посланията
3. Съставяне на посланието
4. Редактиране на посланието* |
| **Преки искания** | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| *1. Организационен план на пряко искане
2. Запитвания
3. Рекламации
4. Покани* |
| **Послания с добра новина** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| *1. Организационен план на послания с добра новина
2. Положителен отговор
3. Положителен отговор на запитване за лица
4. Положителен отговор на рекламации
5. Послания на добра воля* |
| **Послания с лоша новина** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Организационен план на послание с лоша новина
2. Неизгодни отговори на рутинни послания
3. Послания с лоша новина по инициатива на подателя* |
| **Убеждаващи послания** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 |
| *1. Основни етапи при съставяне на убеждаващите послания
2. Организационен план на убеждаващо послание
3. Видове убеждаващи послания* |
| **Кандидатстване за работа. Съставяне на автобиография у мотивационно писмо** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 |
| *1. Анализ на характеристиките на кандидата за работа
2. Подготовка на автобиография
3. Съставяне на мотивационно писмо
4. Представяне на кандидатите на интервю за работа* |
| **Изграждане на умения за водене на устни презентации** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 |
| *1. Същност на устната комуникация
2. Планиране на презентацията
3. Съставяне и композиране на презентацията
4. Завършване и изпълнение на презентацията* |
| **Подкрепа на презентацията с визуални средства** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 |
| *1. Видове визуални средства за подкрепа на презентацията
2. Съставяне на ефективни слайдове и електронни презентации
3. Подбор на основните елементи на електронните презентации
4. Създаване на ефективни печатни материали в подкрепа на електронните презентации* |
| **Планиране и съставяне на бизнес доклади** | 3 | 3 | 0 | 1 | 3 | 2 |
| *1. Същност и видове бизнес доклади
2. Подходи при съставяне на доклади
3. Определяне целта на доклада и събиране на данни за фактологичен материал
4. Съставяне на бизнес доклади* |
| **Общо:** | **28** | **28** | **14** | **14** | **28** | **28** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование на** **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** |
| **Лекции** | **Семинарни****занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X |   |
| 2. Интернет | X |   |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Учебен курс в Платформа за дистанционно обучение на СА "Д. А. Ценов"-https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=6847 |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Bovee, C. Till, J., Business communications today 11th edition, Pearson College Div, 2011 |
|  2. Guffey, M. Business Communication: Process and Product, 7th edition, South-Western College Pub,2011 |
|  3. Guffey, M. Essential of Business Communication, 8th edition, South-Western College Pub, 2010 |
|  4. Hartley, P., C.G.Bruckmann, Business communication, Routledge, 2022 |
|  5. Cardon, P. Business Communication: Developing Leaders for a Networked World, Mc Graw Hill, 2024 |
|  6. Floyd, K. P. Cardon, Business and Professional Communication, 2nd Edition, Mc Graw Hill, 2024 |

 **6.3. Нормативни документи**

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. http://www.vea.com.au/teachersNotes/EFFEC8.pdf |
|  2. http://faculty.buffalostate.edu/smithrd/UAE%20Communication/Unit2.pdf |
|  3. http://www.abahe.co.uk/Free-En-Resources/English-for-Managers-Business-Correspondance.pdf |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………(доц. д-р Карина Саркисян-Дикова) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
|  …………………………………(доц. д-р Драгомир Илиев) |  |