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 № 4 от 17.12.2024 г. Приета от КС, Протокол № 7 от 10.12.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Бизнес преговори и комуникация ” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-332**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-332 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: 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 | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 10 | 61 | 10 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 20 | 0 | 20 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 10 | 0 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 7 | 0 | 7 |
| **Всичко:** | **150** | **150** | **150** |

**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)* | 10% | 10% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 30% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 30% | 30% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Изпитът по дисциплината ще се осъществява под формата на тестови въпроси - от отворен и затворен тип* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Целта на курса по "Бизнес преговори и комуникация" е да развие уменията на студентите в сферата на комуникациите и успешното водене на търговски преговори. Курсът комбинира теоретични познания, практически симулации, дискусии с цел усвояване на ефективните подходи за осъществяване на успешен бизнес. Курсът предоставя компетенции, свързани с междукултурните комуникационни столове в сферата на вербалната и невербалната комуникация.

**2.2. Предварителни изисквания**

Курсът се базира на знания, придобити в бакалавърската степен по дисциплини като "Международна икономика", "Бизнес комуникации", Външнотърговски операции", "Външнотърговски сделки".

**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.

За усъвършенстване на практико-приложните умения на студентите се възлага разработването на самостоятелни академични задания..

***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 обучение по курса студентите ще:

• познават същността на международните бизнес преговори;

• разбират значението на международния контекст за провеждане на успешен преговорен процес.;

• придобият знания за теоретичната рамка на бизнес преговорите в интернационална среда;

• се запознаят отблизо с практически примери относно предизвикателствата в международния бзинес.

**III. разпространение на дисциплината**

1. Aargus University, Danmark

2. Harvard Kennedy School

3. УНСС

4. ИУ- Варна

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Комуникационният процес в бизнес преговорите** | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| *1. Същност и дефиниция на комуникационния процес. Бариери пред комуникацията* |
| **Търговските преговори - същност, дефиниция, теоретична рамка** | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| *1. Дефиниране на преговорния процес.  2. Преговорите спрямо социалните взаимодействия  3. Аспекти на търговските преговори* |
| **Подготовка за водене на преговори.** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Идентифициране на целите, възможностите и критериите за успех.  2. Идентифициране на най-добрата алтернатива и възможната зона за споразумение.  3. Бариери пред успешното сътрудничество.  4. Планиране на преговорите* |
| **В залата за преговори: Изграждане на доверие и начало на преговорите** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Изграждане на атмосфера на доверие преди същинските преговори.  2. Поздравления, придобиване на първоначални впечатления.  3. Обсъждане на степента на поверителност.* |
| **Техники за убеждаване** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Убедителна комуникация.  2. Изразяване на собствени позиции  3. Използване на въпроси  4. Установяване на "обща зона".* |
| **След приключване на преговорите** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Дискусии с собствения екип за преговори: използване на сигнали и други стратегии.  2. Водене на преговори чрез посредник.  3. Използване на експерти, ефективно използване на времето, прекъсване на преговорите* |
| **Междукултурни стилове за водене на преговори** | 6 | 2 | 2 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Културни различия и когнитивна динамика: разширяване на когнитивната разбиране за преговорния процес.  2. Културата и емоциите в междукултурните търговски преговори.* |
| **Приключване на преговорите:начини за достигане на ефективни резултати** | 6 | 1 | 3 | 0 | 6 | 1 |
| *1. Потвърждаване на взаимното разбирателство и резюмиране на утвърждаване на споразумението.  2. Планиране на следваща среща.  3. Изготвяне на окончателен писмен договор между договарящите страни.* |
| **Общо:** | **42** | **14** | **21** | **7** | **42** | **14** |

**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 | X |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
| 3.1 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Учебен курс по "Бизнес преговори и комуникация" в Платформата за електронно и дистанционно обучение на СА "Д. А. Ценов"https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=4401 |
| 2. Саркисян, К. Учебно пособие за дистанционно обучение по Бизнес преговори и комуникации, 20017 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Gelfand, М., J. Brett, The Handbook of Negotiation and Culture,Stanford University Press, 2004 |
| 2. Berghoff, E. A. et al. The international Negotiations Handbook. Success trough preparation, Strategy and Planning. PILG and Baker&Mckenzie , 2007 |
| 3. Griffin, T., R. Dagatt, The Global Negotiator,Harper Business, 2000 |
| 4. Fisher, R., Ury, W. getting to Yes. Business Books , 2012 |
| 5. Lax, D. A., Sebenius, J. K. 3-D negotiation: Powerful Tools to Changes the Game in Your Most Important Deals, Harvard Business Press , 2006 |
| 6. Tracy, B. Negotiations AMACOM, 2013 |
| 7. McGee, P. How to Succeed with People: Remarkably Easy Ways to Engage, Influence and Motivate Almost Anyone (Paperback), John Wiley & Sons Inc, 2024 |
| 8. Cardon, P. Business Communication: Developing Leaders for a Networked World, Mc Graw Hill, 2024 |
| 9. Hartley, P., C.G.Bruckmann, Business communication, Routledge, 2023 |

**6.3. Нормативни документи**



**6.4. Интернет ресурси**



Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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