

РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ "Д.А.ЦЕНОВ" - СВИЩОВ

Факултет "Мениджмънт и маркетинг"	Катедра "Международни икономически отношения"
--	--

Утвърждавам:

Декан:
Проф. д-р Виолета Краева

Приета от ФС, с Решение № 10 от 2017-04-12 г
Приета от КС, с Решение № 1 от 2017-04-04 г

УЧЕБНА ПРОГРАМА

на

Учебна дисциплина

“Бизнес преговори и комуникация ”

Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-332

Брой кредити по учебен план: (6)

Код на документа:
УД/УПР-ФММ-КМИО-М-332
Версия:

Образователно-квалификационна степен:

МАГИСТЪР

Форма на обучение:

РЕДОВНА/ДИСТАНЦИОННА

I. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО

Таблица № 1

Учебна заетост /аудиторна и извънаудиторна/	Редовно обучение	Дистанционно обучение
1. Аудиторна заетост (АЗ)	56	56
1.1. Лекции		
- Присъствен период	42	3
- Синхронни и асинхронни онлайн лекции	0	39
1.2. Семинарни занятия		
- Присъствен период	14	1
- Синхронни и асинхронни онлайн консултации	0	13
2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)	94	94
2.1. Самостоятелна работа (50% от ИАЗ)	47	47
2.2. Академични задания (50% от ИАЗ)	47	47
2.2.1. Курсови разработки и проекти	10	10
2.2.2. Есета/доклади	20	20
2.2.3. Казуси и делови игри	10	10
2.2.4. On-line тестови и изпитни модули	7	7
Всичко:	150	150

Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина

Таблица № 2

Критерий	Тежест на критерия (% от комплексната оценка)	
	Редовно обучение	Дистанционно обучение
1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:	60%	60%
1.1. Посещение на учебни занятия	10	0
1.2. Курсови разработки и проекти	20	20
1.3. Есета/доклади	10	10
1.4. Казуси и делови игри	10	10
1.5. Семестриални тестове и изпитни задания	10	20
2. Семестриален изпит Начин на осъществяване: Изпитът по дисциплината ще се осъществява под формата на тестови въпроси - от отворен и затворен тип	40	40
Общо за дисциплината:	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 межкултурните 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 форма

В редовна форма на обучение се използват лекции, казуси, провеждане на дискусии и дебати, разработване на индивидуални проекти.

2.3.2 Дистанционна форма

В дистанционна форма на обучение се използва казусния метод директни инструкции, разработване и предоставяне на индивидуални проекти.

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 бизнес.

III. РАЗПРОСТРАНЕНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА

1. Aargus University, Danmark 2. Harvard Kennedy School 3. УНСС 4. ИУ- Варна

IV. УЧЕБНО СЪДЪРЖАНИЕ

Теми	Редовно обучение		Дистанционно обучение	
	Л	СЗ	Л	СЗ
Комуникационният процес в бизнес преговорите				
1. Същност и дефиниция на комуникационния процес. Бариери пред комуникацията	3.00	1.00	1.00	0.00
Търговските преговори - същност, дефиниция, теоретична рамка				
1. Дефиниране на преговорния процес. 2. Преговорите спрямо социалните взаимодействия 3. Аспекти на търговските преговори	3.00	2.00	0.00	0.00
Подготовка за водене на преговори.				
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	6.00	2.00	0.00	0.00
В залата за преговори: Изграждане на доверие и начало на преговорите	6.00	2.00	1.00	0.00

Теми	Редовно обучение		Дистанционно обучение	
	Л	СЗ	Л	СЗ
1. Изграждане на атмосфера на доверие преди същинските преговори. 2. Поздравления, придобиване на първоначални впечатления. 3. Обсъждане на степента на поверителност.				
Техники за убеждаване				
1. Убедителна комуникация. 2. Изразяване на собствени позиции 3. Използване на въпроси 4. Установяване на "обща зона".	6.00	2.00	1.00	0.00
След приключване на преговорите				
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	6.00	2.00	1.00	0.00
Межкултурни стилове за водене на преговори				
1. Културни различия и когнитивна динамика: разширяване на когнитивната разбиране за преговорния процес. 2. Културата и емоциите в межкултурните търговски преговори.	6.00	2.00	1.00	0.00
Приключване на преговорите: начини за достигане на ефективни резултати				
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.	6.00	1.00	0.00	1.00
Общо:	42	14	5	1

V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА

Наименование на Учебно-техническото средство	Използвани учебно-технически средства	
	Редовна форма	Дистанционна форма
1. Мултимедийни системи за презентиране	X	X
2. Интернет	X	X
3. Платформа за електронно обучение		
4. Специализирани програмни продукти:		

VI. ПРЕПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ

6.1. Основна литература

1. Саркисян, К. Учебно пособие за дистанционно обучение по Бизнес преговори и комуникации, 2017
- 2.

6.2. Допълнителна литература

1. Gelfand, M., J. Brett, The Handbook of Negotiation and Culture, 2004
2. Berghoff, E. A. et al. The international Negotiations Handbook. Success through preparation, Strategy and Planning. PILG and Baker&Mckenzie , 2007
3. Griffin, T., R. Dagatt, The Global Negotiator, 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

6.3. Нормативни документи

1.

6.4. Интернет ресурси

1.

Съставил/и/:
(Доц. д-р Карина Саркисян-Дикова)

Ръководител катедра:
Доц. д-р Галина Захариева