



# КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ - БЛАГОЕВГРАД

## КАТЕДРА „БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ“

УТВЪРЖДАВАМ,

РЕКТОР:

/ПРОФ. Д-Р ВАСИЛ ЖЕЧЕВ/



## УЧЕБНА ПРОГРАМА

По дисциплината:	БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ И РАБОТА В СЪВРЕМЕННА КОМУНИКАЦИОННА СРЕДА
Включена като	ЗАДЪЛЖИТЕЛНА УЧЕБНА ДИСЦИПЛИНА
В учебния план на специалност:	БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ
Професионално направление:	АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
Образователно-квалификационна степен:	ПРОФЕСИОНАЛЕН БАКАЛАВЪР
Срок на обучение	ШЕСТ СЕМЕСТЪРА
Форма на обучение	ЗАДОЧНА
Катедра, осигуряваща обучението	БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ

БЛАГОЕВГРАД  
2020

## I. ИЗВАДКА ОТ УЧЕБНИЯ ПЛАН

Вид занятия и дейности	Семестър	Хорариум (часове)		Кредит	Вид на оценяването
		седмично	общо		
Аудиторна заетост	II	1	15	4	
а) лекции	II	1	8		
б)семинарни упражнения			7		
Извънаудиторна заетост	II		105		
Крайно оценяване	II			4	Писмен изпит

## II. АНОТАЦИЯ

В учебния курс се разгледат теоретично проблемите на бизнес комуникирането, да се цели да се формират множество комуникативни умения. След изясняване същността на процеса комуникиране (тема първа) вниманието се насочва към отделните видове словесно (устно и писмено) и несловесно комуникиране. По-точно предмет на изучаване са междуличностното и организационното (вътрешно и външно), писменото и невербалното комуникиране. В рамките на външното организационно комуникиране се представя и комуникирането с различни контактни аудитории, част от което се покрива от направлението “връзки с обществеността”. Дисциплината “Бизнескомуникации и връзки с обществеността” има връзка на своя вход с дисциплините “Основи на управлението”, “Управление на човешките ресурси” и “Организационно поведение”, а самата тя поднася знания, необходими за дисциплините “Бизнеспреговори”, и “Лидерство в управлението”. Степента на прагматичност на поднасяното знание е достатъчно висока. В лекциите и особено в семинарните занятия се разглеждат множество тестове и правила за придобиване на конкретни умения. Изучаването на невербалното комуникиране пък позволява да се усвоят различни нетрадиционни начини за събиране и предаване на информация. Особено внимание е отделено на межкултурното комуникиране, чието значение нараства с глобализирането на света и членството на България към ЕС. . Перспективността на учебния курс е без съмнение. Съвременният мениджмънт е преди всичко човешко общуване.

**Целта** на учебната дисциплина е да разшири познанията на студентите-професионални бакалаври по проблемите свързани с осъществяване на бизнес комуникациите и на тази база да допринесе за придобиване на комплексна многофункционална подготовка.

**Основните задачи**, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са:

1. Да се дадат основни познания за същността и видовете комуникации.
2. Да се усвоят начините и средствата за комуникация и връзки с обществеността.
3. Да се разширят подготовката и знанията на студентите по проблемите свързани с комуникациите и връзките с обществеността.

**Методи на преподаване:** За да осигури качествено обучение на студентите, дисциплината “Бизнес комуникации и връзки с обществеността” съчетава гъвкаво

различни методи и форми на обучение: лекции по възлови теми и самостоятелна работа под формата на курсова работа. Формите на контрол също са съобразени с естеството на дисциплината – провеждането на контролни проверки, тестове, обсъждане на казуси и писмен изпит за проверка на знанията.

**Очаквани резултати:** Да се овладеят знания и се създадат умения за използване и практическо прилагане знанията за логистиката. Обект на разбираемо внимание е поведението на организацията и факторите, които я обуславят.

**Необходими предходни знания** - Доброто усвояване на материята, предвидена в основните теми на настоящата учебна програма е обусловено от предшестваща сериозна подготовка по фундаментални дисциплини, свързани с управленските процеси.

## СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА

### А. ЛЕКЦИИ

**ЦЕЛ:** ЗАПОЗНАВАНЕ С ОСНОВНИ ВЪПРОСИ ЗА СЪЩНОСТТА НА БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИТЕ И ВРЪЗКИТЕ С ОБЩЕСТВЕНОСТТА.

**ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ:**

- ◆ Студентите да усвоят основните термини и понятия свързани със същността и видовете комуникации и връзките с обществеността.
- ◆ Изграждане на умения за комуникации.

1. **Бизнес комуникация. Комуникация.** Същност. Значение, Видове. Елементи. Комуникационен процес. Комуникационна система. Комуникативна среда. Линии на комуникация. Форми на комуникация. -1
2. **Видове делови срещи** - оперативки, заседания, събрания. **Подготовка на делова среща.** Събиране на предварителна информация. Предварителен план: проблеми, цели, очаквания, опасности. Същинска подготовка за делова среща. Работен план. Инициатива. Предварителни договорености: тематичен кръг, дневен ред, участници, пълномощия, процедура времеви и другирегламенти, работни групи, предварителна документация и пр. -1
3. **Провеждане на делова среща.** Етапи. Документация. Документиране. **Участие в делова среща.** Групово, екипно и персоналноучастие в общуването. Модификации на деловото общуване при различните комуникативни системи: лице-лице, лице-група, лице-екип, екип-група, група-група. Пълномощия и отговорност при деловото общуване. -1
4. **Преговорите като форма за делово общуване.** Стратегия и тактика на деловото общуване в процеса на преговарянето. Позиционни преговори и преговори по същество: сходства, различия, предимства, недостатъци. Етапи при провеждане на преговорите -1
5. **Бизнес комуникацията и новите технологии.** Видео телефони. Видеоконферентната връзка. **Интернет и бизнес комуникацията.** Електронната кореспонденция. **Социалните мрежи и бизнес комуникацията.** Бизнес социални мрежи. -1
6. **Бизнес етика.** Бизнес етика като елемент на деловото общуване. Протокол и церемониал. -1

7. **Бизнес етикет.** Бизнес етикет като конвенционална етика. Интеркултурна комуникация. Специфика на бизнес етикета при различни националности.

-2  
**ОБЩО 8**

### УПРАЖНЕНИЯ: ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

1. **Връзки с обществеността /ВО/ като институционализирана дейност.** Исторически обзор. Възникване, етапи на развитие вСАЩ, Европа, България. ПР-агенциите в България.Функционирането на пресцентровете в отделните институции.Мястото на връзките с обществеността в организациите. -1
2. **Връзки с обществеността.** Предмет, дефиниции, функции.Еволюция на концепциите. ВО - теория, технология, практика.Специалистът по връзки с обществеността - образование, подготовка. -1
3. **Корпоративният имидж на компаниите.** Дефиниране на понятието. Изготвяне на програма и план за изграждане иподобряване на корпоративния имидж. Търсене на консултантски фирми при изграждането му. -1
4. **Връзки с обществеността - специфично проявление частния бизнес.** -1
- Компанията и нейните публики. Вътрешни публики.** Критерии за дефиниране на публиките. Определяне на публиките. Работа с другите отдели в компанията. -1
5. **Връзки с обществеността. Външни публики.** Определяне на публиките и на деловите среди. Публиките и техните мнения. Обществено мнение. Дефиниции. Специфика на външните публики на компаниите, корпорациите и сдруженията. Контакти с местната власт, с културните и образователните институции, с изпълнителната и законодателната власт. -0,5
6. **Пресконференция.** Подготовка, организация и провеждане на пресконференция. Медиапапка. Информирание на медиите. Разпределяне на ролите. Подготовка на експозе.**Презентация и Промоция .** Презентиране на компания. Използване на компютърни презентационни програми /слайдове/. Анализ на презентацията. Мястото на промоцията в интегрираната маркетингова комуникация. Изготвяне на промоция на продукт. -0,5
7. **Връзките с обществеността в кризисни и критични ситуации.** Дефиниране на криза. Ефективна комуникация в кризисна ситуация. Организиране и функциониране на информационен център на мястото на кризата, инцидента, критичната точка. -0,5
8. **Връзките с обществеността и публичното говорене.** Речи и говорителски бюра. Изготвяне на апели и послания.**Връзките с обществеността и новите технологии.** Видеоконференции. -0,5

**ОБЩО : 7**

### I. ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

1. Алексиева, С., Бизнес комуникации- НБУ , 2011 год
2. Алексиева, С., Пъблик рилейшънс, НБУ,2008 год.
3. Алексиева, С., Бизнес комуникации, НБУ, 2006 год.
4. Бренън, Л. Бизнес етикет. С., 2006.
5. Боева, Б. Бизнес комуникации и делови преговори. НБУ, София, 2000 г.
6. Дейвис, Ал, Всичко, което трябва да знаете за пъблик рилейшънс, С., 2007
7. Джинет Е. Сантоу, Марк Чанел, Международни делови преговори и етика на бизнес отношенията, СофтПрес

8. Ризова, М., Бизнес комуникации. Делово общуване, връзки с обществеността, Мартилен, 2009
9. Стойков, Л. В. Пачева, Връзки с обществеността и бизнес комуникация, Изд. От игла до конец, 2009 г.
10. Стойков, Л. Ефективна бизнес комуникация, Изд. УНСС, 2010

## **II. ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА**

1. Стюард, С. Как да общуваме с медиите. Библия за PR специалисти и журналисти, С., 2005.
2. Фидлър, Р. Метаморфоза. Да разберем новите медии, С., 2005.
3. Христов, Ч. Как да победим кризата?, С., 2002.
4. Христов, Ч. Убеждаване и влияние. Кой? Защо? Как?, Сиела, С., 2008.
5. Murphy, H., Hildebrandt H., Effective Business Communications, fifth edition, McGraw-Hill Book Company (САЩ)

## **IV. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

### **1) ОРГАНИЗАЦИЯ НА АУДИТОРНАТА ЗАЕТОСТ**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Задължително в началото на всяка лекция се прави кратко въведение, като се осигурява необходимата преходност от една тема към друга. В процеса на запознаване на студентите с новата тематика се осъществява беседа с тях, за да се постигне приемственост между отделните лекции и те сами да стигнат до заключения, които да въвеждат в новия материал.

### **2) ОРГАНИЗАЦИЯ НА ИЗВЪНАУДИТОРНАТА ЗАЕТОСТ**

Извънаудиторната заетост се свежда до усвояване на лекционния материал и работа с литературата, черпене на информация от Интернет, проучвания във фирми, подготовка за тестове и контролни проверки на знанията с цел текущ контрол, системна подготовка по зададени теми за предстоящи семинарни занятия. На студентите се възлага самостоятелно разработване на курсови работи по списък с примерни теми. Курсовите работи се защитават.

Голям процент от извънаудиторна заетост се предвижда и за подготовка и явяване на семестриален изпит по дисциплината.

## **V. ОЦЕНЯВАНЕ НА СТУДЕНТИТЕ**

### **1) ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОЦЕНЯВАНЕТО**

Оценяването на студентите за постигнатите резултати в процеса на обучение е съобразено с изискванията на наредба №21/30.09.2004 г. за прилагане на системата за натрупване и трансфер на кредити. Общият брой кредити по дисциплината е 4. Семестриалната заверка се получава при спазване на условията на правилниците и вътрешните наредби на Колеж по туризъм - Благоевград и предаване на разработената курсова работа.

### **2) ОЦЕНЯВАНЕ ЗНАНИЯТА НА СТУДЕНТИТЕ**

✓ Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността на студентите..

#### **Критерии за оценяване:**

- качество и задълбоченост на писмената разработка;
- умение за представяне и успешна защита на разработките и заложените в тях тези;
- демонстриране на знания, умения и компетентност;

- умение за самостоятелна работа при извънаудиторната заетост.

Система от критерии за оценка:

№ по ред	Оценявани дейности	Диференциране на дейностите	Максимален брой точки
1.	Участие в дискусии	по 1 точка за участие в обсъждания за всеки час.	15
2.	Разработване на курсова работа	1.Разработване на бизнес- план на конкретна фирма	28
3.	Тестове за проверка на текущите знания	Провеждане на 1 тест с максимален брой точки на тест – 5.	5
4.	Решаване на казуси	4 казуса по 3 точки на един казус	12
5.	Контролни проверки	Провеждане на две контролни проверки с максимален брой точки на една проверка - 5	10
	Писмен изпит	Оценяване на постигнатите резултати от изпита.	30

Окончателна оценка: студентите получават оценка по шестобалната система при следните съответствия с точковата система:

При среден резултат от набрани точки по всички критерии по-малко от 50 точки	Слаб 2
При сумарен брой от 51-60 точки	Среден 3
При сумарен брой от 61-74 точки	Добър 4
При сумарен брой от 75-90 точки	Много добър 5
При сумарен брой от 90-100 точки	Отличен 6

Студентите се допускат до семестриален изпит при набрани минимум 50 точки.

Крайната оценка се оформя, съгласно приложената таблица по-горе в деня на изпита.

Студентите, получили най-малко 51 точки (51%) от контрола на знанията и уменията получават по 4 кредита, съгласно системата за натрупване и трансфер на кредити.

Всички контролни работи, тестове, материали от изпита се съхраняват в предвидения от правилника за образователната дейност срок от 3 месеца.

Студентите се информират за организацията на провеждане на обучението, за особеностите на предвидения текущ контрол и за системата за оценка на знанията още на първата лекция и семинарно упражнение.

**Автор на програмата:**

Доц. д-р Емилия Димитрова

Статут: на втори трудов договор

Година на въвеждане на програмата: 2020

Приети изменения на учебната програма на катедрен съвет на катедра «Бизнес администрация» - Протокол 3/04.03.2020 г.

Ръководител катедра « Бизнес администрация»:   
(проф. д-р Р. Димитрова)