



## ПРОГРАМА

ЗА КОНКУРСЕН ИЗПИТ ЗА ДОКТОРАНТИ ПО ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ

3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ

БИЗНЕС КОМУНИКАЦИЯ – 2018/2019 г.

1. Същност и дефиниции на бизнес комуникацията. Как да дефинираме бизнескомуникацията? Теоретични подстъпи към комуникацията. Бизнес комуникацията: понятие и функции. Видове бизнес комуникации. Комуникационни умения. Управленска власт и мотивация на персонала. Бариери пред бизнес комуникацията. Най-често срещаните грешки. Бягството от общуването.
2. Вербална комуникация. Вербалната комуникация – общи принципи на ораторското изкуство. Яснота на обществения интерес, на мисълта и на говора (Аристотел). Ефективното говорене. Хуморът във вербалната комуникация. Съобщаване на лоши новини. Изкуството на слушането. Принципи на вербалната комуникация при воденето на преговори. Грешки във вербалната комуникация.
3. Публично говорене. Публично говорене. Специфика на деловите речи, лекции, доклади, интервюта. Технология на публичното говорене: избор на тема, предварителна подготовка, интересът на публиката, поводът. Въведение, изложение и заключение. Вербални аспекти на презентацията.
4. Невербална комуникация. Езикът на тялото – феноменология и практика. Паралингвистиката и проксемиката – системи за изучаване на телесните сигнали. Принципи на невербалната комуникация. Лидерско доминиране чрез езика на тялото. Невербална комуникация при интервю за работа. Невербална комуникация в офиса. Невербална комуникация по време на преговори. Езикът на тялото в процеса на продажбите.
5. Ефективна комуникация при преговори. Същност и особености на преговорите. Дистрибутивни и интегративни преговори. Задънени улици и често срещани бариери. Ефективни тактики и техники по време на преговори. Вербална комуникация при преговори. Невербална комуникация при преговори.
6. Ефективна комуникация при интервю за работа. Комуникация и поведение преди интервюто. Комуникация и поведение по време на интервюто. Етапи и техники на интервюто за работа. Видове въпроси в интервюто за работа. Въпроси към интервюирания. Въпроси към интервюиращия. Комуникация и поведение след интервюто.

7. Бизнес кореспонденция. Писмата като незаменими посредници в междуличностното общуване. Лични и делови писма. Видове делови писма: препоръчителни, благоприятни, неутрални, нсеблагоприятни, убеждаващи. Мотивационно писмо. Структура и качества на писмата. Обръщение, изложение (съдържателна част), завършек на текста. Персонифициране на епистоларните връзки. Специфика и особености на e-mail комуникацията. Стил на писане.
8. Телефонна бизнес комуникация. Същност и особености на телефонната комуникация. Телефонно поведение, когато ние търсим другите. Телефонно поведение, когато другите ни търсят. Поведение при отказ на телефонния разговор. Най-често срещаните грешки в телефонни разговори. Как да усъвършенстваме телефонните умения. Специфика на мобилната телефонна комуникация.
9. Межкултурна бизнес комуникация. Межкултурната бизнес комуникация като размяна на съобщения между различни култури (Нанси Адлер). Изучаване и преодоляване на межкултурните различия (Хеерт Хофстеде). Межкултурен шок: същност и последици. Различни отношения към работно време, ефективност на работата и др.
10. Връзките с обществеността в процеса на управление. Същностни и терминологични ориентири. Дефиниция на Кътлип, Сентър и Бруум. Дефиниция на Груниг и Хънт. Дефиниция на Уилкокс, Олт и Ейджи. Дефиниция на Оксли. Връзки с обществеността и управление: работни дефиниции
11. Връзките с обществеността и комуникационният мениджмънт. Форми на комуникация според участващите субекти. Автокомуникация. Междуличностна комуникация. Междугрупова комуникация. Масова комуникация. Метакомуникация.
12. Технология на управление на връзките с обществеността. Планиране и програмиране на пбблик рилейшънс. Стратегическо мислене в процеса на пбблик рилейшънс. Корпоративна мисия. Целите като елемент на PR-планирането.
13. Технология на специалните събития. Същност и специфика на специалните събития. Алгоритъм на специално събитие. Корпоративният театър. Пространствени аспекти на специалните събития. Ролята на знаменитостите като фактор за успеха на специалното събитие. Организация и алгоритъм на специално събитие.
14. Имиджмейкърството: комуникации и технологии. Същност и дефиниции на имиджа. Стереотип и имидж. Технология на изграждането на имидж. Характеристики и свойства на имиджа. Корпоративен имидж. Планиране и конструиране на медийния имидж.
15. Известност и медиен имидж: динамика и противоречия. Известността като социален капитал. Първо противоречие: квазерите. Второ противоречие: откъщението на известността.

16. Бизнес комуникация и дигитален PR. Техники и технологии за онлайн репутация. Мониторинг на онлайн репутацията. Елиминирание на негативната информация. Проактивно разпространение на положителна информация.
17. Бизнес комуникацията и ефективното управление на медийния имидж. Несъвършенства в бизнес комуникацията и управлението на медийния имидж. Планиране и конструиране на медийния имидж. Фактори за успешно имиджово управление.
18. Бизнес комуникация и ПР в периоди на криза. Криза и конфликт: феноменология и терминология. Кризисен мениджмънт: същностни и терминологични ориентири. Планиране на публич рилейшънс в периоди на криза. Действие на публич рилейшънс в периоди на криза.
19. Пресконференцията: организация и комуникация. Феноменът „пресконференция“. Организационна технология на пресконференцията: от детайлизация към ефективна комуникация. Темпорални и пространствени аспекти на пресконференцията. Нови технологии в организацията и управлението на пресконференцията.
20. Бизнес комуникация и корпоративно облекло. Комуникативната природа на облеклото. Същност и видове корпоративно облекло. Работно, защитно, униформено, всекидневно бизнес облекло. Особенности на дамското и мъжкото корпоративно облекло. Межкултурна бизнес комуникация и корпоративно облекло. Успешно облекло при интервю за работа.

## **БИБЛИОГРАФИЯ:**

### **А. ОСНОВНА**

1. Алексиева, Соня. Бизнес комуникации. София: НБУ, 2011.
2. Аристотел. Реторика. София, 1986.
3. Асанс, Кристоф. Управление на мрежи. НБУ. София, 2015.
4. Бизнес комуникации: Harvard Business Essentials. София: Класика и стил, 2004.
5. Бошнакова, Десислава. Колективната мъдрост (краудсорсинг). „Рой Комюникейшън“. София, 2016.
6. Гоуман, Карол Кинси. Мълчаливият език на лидерите. „Сиела“. София, 2014.
7. Джанър, Гревил. Изкуството да говорим. „Locus“. София, 2014.
8. Димитрова, Яница. Организационната идентичност - "невидимата ценност" на съвременната организация. АИ "Проф. Марин Дринов". София, 2013.
9. Златанов, Бисер. Стратегически маркетинг в социалните мрежи. „Авангард Прима“. София, 2015.
10. Карнеги, Дейл. Изкуството да говорим пред другите. „Изток-Запад“. София, 2011.
11. Карнеги, Дейл. Как да станем успешни ръководители. „Колибри“. София, 2013.

12. Карнеги, Дейл. Общуването като път към успеха. „Колибри“. София, 2013.
13. Каууд, Даяна. Изкуството да убеждаваш. „Световна библиотека“. София, 2014.
14. Кенеди, Гевин. Всичко може да се договори. София: Фокус, 2002.
15. Маринов, Руси. Кризисен мениджмънт. Информационни стратегии и интернет платформи. НБУ. София, 2015.
16. Стойков, Л. Фирмена култура и комуникация. София, 1995.
17. Стойков, Л. Бизнес комуникацията: същност и дефиниции. // Медии и обществени комуникации. Изд. УНСС; Алма комуникация. 2009, №3. Available from: [www.media-journal.info](http://www.media-journal.info)
18. Стойков, Л., Пачева, В. Връзки с обществеността и бизнес комуникация. 3. изд. София, 2009.
19. Стойков, Л. Ефективна бизнес комуникация. София, 2015.
20. Стойков, Л. Култура и медии. СУ „Св.Кл.Охридски“. София, 2015.
21. Стойков, Л. Управление на връзките с обществеността. София, 2016.
22. Стойков, Любомир. Дигиталният PR: техники и форми за онлайн репутация // Медии и обществени комуникации. Изд. УНСС / "Алма комуникация". 2012, № 14. Available from: [ [www.media-journal.info](http://www.media-journal.info) ].
23. Стойков, Любомир. Facebook комуникация. „Алма комуникация“. София, 2012.
24. Стойцова, Т. Лице в лице с медиите. Въведение в медийната психология. София, 2005.
25. Томс, Жюстин, Стефанова, Марина. Корпоративна социална отговорност и комуникации за устойчиво развитие на бизнеса. „Сиела“. София, 2014.
26. Шаренска, Емилия, Ризова, Милка. Бизнескомуникации. „Мартилен“. София, 2015.
27. Шрайтер, Том. Как да изграждаме и развиваме мрежовия си бизнес с истории. „Анхира“. София, 2015.
28. Harvard Business Review за преговори и решаване на конфликти. „Класика и стил“. София, 2015.
29. Bovée, Coutland L., Thill, John V. Business communication today. 2nd edition. – New York: McGraw-Hill Publishing Company, 1989.
30. Effective Communication Skills. MTD Training – BookBoon, 2010. <http://www.e-booksdirectory.com/details.php?ebook=5236>
31. Jones, Brian; Sun, William; Tench, Ralph. Communicating corporate social responsibility : perspectives and practice. Bingley, U.K. : Emerald, 2014.
32. Kay, Frances. Brilliant Business Connections. How To Books Ltd, 2005. <http://www.e-booksdirectory.com/details.php?ebook=5038>
33. Lesikar, R.V. Basic business communication. IRWIN. Home-wood, Illinois. 1988. Fourth edition, pp. 6-28.
34. Nikitina, Arina. Successful Public Speaking. BookBoon, 2012. <http://www.e-booksdirectory.com/details.php?ebook=7057>
35. Manor, Natalie R., Hoffmann, Natalie E.. (2012). Article: Business Communication Etiquette. Retrieved from <http://www.nataliemantor.com/articles/businessetiquette.html> .

36. McLean, Scott. Business Communication for Success. Flat World Knowledge 2010.
37. Paunova, Minna/ The Emergence of Individual and Collective Leadership in Task Groups: A Matter of Achievement and Ascription. I: Leadership Quarterly, Vol. 26, Nr. 6, 2015, p. 935-957.
38. Roebuck, Deborah Britt. Communication strategies for today's managerial leader. New York : Bussiness Expert Press, 2012.
39. Razmerita, L. Kirchner, K. & Nabeth, T. (2014). Social Media in Organizations: Leveraging Personal and Collective Knowledge Processes. Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, 24(1), p. 74-93.
40. Stoykov, Lubomir. Language of Corporate Dress in Cross-Cultural Business Communication. In: Language of India, Volume 7, 3 March 2007. ISSN 1930-2940. <http://www.languageinindia.com/march2007/corporatedress.pdf>
41. Stoykov, Lubomir. Nature and Definitions of Business Communication. In: Language of India, Volume 7, 2 February 2007, ISSN 1930-2940. <http://www.languageinindia.com/feb2007/businesscom.pdf>

## Б. ДОПЪЛНИТЕЛНА

1. Андонов, Богомил. Външноотърговска сделка. Подготовка, сключване, изпълнение. „Нова звезда“. София, 2014.
2. Кузманова, Марияна, Александрова, Матилда. Мениджмънт. Теория и практика. „Везни – 4“. София, 2013.
3. Панайотов, Димитър. Организационно поведение - Новите парадигми за човешкото развитие. НБУ. София, 2013.
4. Райков, Здр. PR технологията на успеха. София: Дармон, 2003.
5. Солис, Брайън. Новият бизнес модел. „Рой Комюникейшън“. София, 2015.
6. Сотирова, Даниела. Емоционалният труд в организациите: ползи и щети // Медии и обществени комуникации. Изд. УНСС; Алма комуникация. 2015, №22. Available from: [ [www.media-journal.info](http://www.media-journal.info) ] .
7. Цонева, Ив. Делови комуникации и връзки с обществеността. Първа част. Свищов, 2001.
8. Цонева, Ив. Делови комуникации и връзки с обществеността. Втора част. Свищов, 2001.
9. Alikperov, Igor; Strielkowski, Wadim. Bussiness communication in educational organizations of Russia: tendencies and opportunities. Prague : Charles University in Prague, Faculty of Social Sciences, 2014.
10. Andersen, Simone Lemming. Networking – BookBoon, 2010. <http://www.e-booksdirectory.com/details.php?ebook=5043>
11. Bülow, Anne Marie; Joyce Y. H. Lee; Niki Pantel/Distant Relations: The Affordances of Email in Interorganizational Conflict. I: International Journal of Business Communication, 26.2.2016.
12. Cotton, G. E. 2013. Say anything to anyone, anywhere: 5 keys to successful cross-cultural communication. John Wiley&sons, Inc. ISBN 978-1-118-42042-3.