

БИЗНЕС КУЛТУРА

Преподавател: ПРОФ. Д.Н. ЛЮБОМИР СТОЙКОВ

Образователна и научна степен „ДОКТОР“

Часове – 30 лекции

Кредити – 5

Анотация на учебната дисциплина:

Целта на учебната дисциплина е докторантите да усвоят необходимия обем от знания и от конкретни възгледи в сферата на корпоративната култура и бизнес комуникацията. Бизнес културата е интерпретирана (в неразделно единство с бизнес комуникацията) като система от ценности, вярвания и символи в трудовата среда. Разгледана е връзката между бизнес културата и видовете лидерство. Специален акцент е поставен върху ефикасните форми, тактики и техники на комуникиране между работодателите и техните подчинени, бизнес партньорите, продавачите и купувачите, както и върху такива значими аспекти като – онлайн комуникацията и ролята на социалните мрежи в бизнеса; комуникация при преговори, интервю за работа, кризисен и събитийен мениджмънт и др. Засегнати са, макар и частично, такива допирни зони между бизнес комуникациите и връзките с обществеността, като кризисните ситуации, специалните събития и изграждането на имидж. Отстоява се тезата, че е ефективна онази комуникация, която обслужва главните цели на бизнеса като допринася за предаването и приемането на информацията по възможно най-убедителен и разбираем начин. Амбицията е докторантите да усвоят основните същностни характеристики на бизнес културата и бизнес комуникацията, както и да възприемат практически похвати, които ще им позволят да покажат добри аналитични и интерпретативни способности, така необходими както за решаването на отделни теоретични казуси, така и за усъвършенстване на академичното писане.

Предварителни изисквания:

Очаквани резултати:

Формиране на компетентност и концептуални рефлексии за анализиране и оценяване на феномена „бизнес култура“ и задълбочени познания за органично свързвания с него процес на бизнес комуникация. Очакван резултат е и изграждането на такива умения на докторантите, които кореспондират със създаването и поддържането на успешна организационна култура, с провеждането на ефективна комуникация; с отстояването на водещите корпоративни ценности, символи, функции и видове, както и разбирането на основните комуникационни умения в бизнеса. Важен резултат е и осмислянето на връзката между бизнес културата, управленската власт и мотивацията на персонала, от една страна, и ефективната бизнес комуникация, от друга.