

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ  
“СВ.КЛ.ОХРИДСКИ”  
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

България, София 1113  
Бул.”Цариградско шосе”125, бул. 3  
Тел.: (+359 2) 873 83 10  
Факс: (+359 2) 873 99 41  
E-mail: info@feb.uni-sofia.bg



SOFIA UNIVERSITY  
“ ST. KLIMENT OHRIDSKI “  
FACULTY OF ECONOMICS AND  
BUSINESS ADMINISTRATION  
Bulgaria, Sofia 1113  
125 Tzarigradsko chaussee blvd., bl. 3  
Tel.: (+359 2) 873 83 10  
Fax: (+359 2) 873 99 41  
E-mail: info@feb.uni-sofia.bg

<b>Наименование на учебната дисциплина</b> <b>Писмени бизнес комуникации на чужд език (английски)</b>	
<b>Титуляри на курса:</b> Албена Берова Матова	
<b>Характер на дисциплината</b> изборна	<b>Образователно-квалификационна степен</b> бакалавър
<b>Година – IV курс</b>	<b>Семестър - VII</b>
<b>Кредити - 2</b>	<b>Часове:</b> Аудиторна натовареност - 30 часа лекции Извънаудиторна натовареност –
<b>Характер на обучението</b> Редовна форма	<b>Език на обучението</b> Английски език

#### **Съдържание на дисциплината (анотация)**

Комуникацията е основна функция на всеки бизнес. Независимо дали е писмена или устна, тя е проводникът, чрез който бизнесът говори на своите потребители. Тя е механизмът, чрез който управлението влияе на служителите и напътства дейността им. Тя е и средството, чрез което служителите осигуряват информация и обратна връзка, от които управлението се нуждае, за да взема разумни решения. Една организация, която осъществява ясна, съдържателна и ефективна комуникация с клиенти, служители, акционери, кредитори и общественост, има добри шансове да изгради отношения на доверие и може да разчита на сътрудничество.” Harvard Business Essentials (2004)

Общуването е сложен социално психологически процес, при който контактуващите лица съзнателно или несъзнателно, преднамерено или спонтанно си обменят информация. Деловото общуване е процес на писмени и устни съобщения, които предизвикват отговор (обратна връзка). Общуването се счита за успешно, когато то постига желаната реакция или отговор от приемащия съобщението

Студентите се запознават с процесите на комуникация в една организация и значимостта ѝ за успешна работа; с представянето и усъвършенстването на основните жанрове в писмената и устна бизнескомуникация; подобрява се комуникативната култура и се повишава на ефективността на контактите в ежедневието; изгражда се теоретична рамка за осмисляне на комуникативните процеси.

#### **Цели на курса**

придобиване на теоретични знания в областта на комуникации, както и получаването на практически умения, които ще улеснят техните бизнес контакти. Успоредно с това се отделя особено внимание на подготовката за кандидатстване на работа, явяване на интервю, правенето на презентации, профил на аудиторията, подготвяне на бизнес съобщения= Отделя се внимание на между културните бизнес отношения

Преминавайки курса студентите трябва да имат: основни понятия и практически умения в областта на деловото общуване

Преминавайки курса студентите трябва да могат: да се възползват от придобитите знания за да развият по-добре бизнеса си или професионалните си умения.

**Връзка с други дисциплини от учебния план (вертикални и хоризонтални)**

Soft skills, икономика, PR, психология, социология

### Методи на преподаване

Освен теоретичните лекции, всеки час се отделя време за обсъждане на практически комуникативни казуси. След всяка лекция се дава тема за домашна работа, която се обсъжда на следващата лекция

### Извънаудиторна натовареност на студентите

Поради липса на упражнения, след всяка лекция се дава тема за домашна работа, която студентите развиват вкъщи и на следващата лекция обсъждат първата трета от лекцията. Предаването на писмени работи дава кредит на студентите за крайната им оценка. Имат и две задължителни домашни работи (Resume and Cover Letter)  
Трябва да отделят време за подготовка за семинарни занятия, подготовка за контролни, подготовка на курсови проекти, подготовка за изпит – около 60 часа.

### Форма на контрол и методи на оценяване

За да се проверява количеството на усвоените знания, степента на формираност на уменията и равнището на придобитите компетенции има текущ контрол /домашни работи/, задължителни задания и контролни и краен писмен изпит. Оценката на студентите се оформя от участие по време на дискусии и писмено предадени домашни работи и две задължителни курсови работи върху комуникационни казуси /30%/, междинен тест /20%/ и изпит 50 %.

### СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА:

#### А. Лекции:

№ 1	Тема: Въстъпителна лекция за бизнес комуникациите . Процеса на общуване. Функции и характеристика на процеса на общуване. Човешкият фактор в процеса на общуване	Бр.ч.: 2
№ 2	Тема : Вербални и Невербални комуникации. Същност и значение. Език на тялото, уменията за говорене, умение за ефективно слушане	2
№ 3	Тема: Проблеми, възникнали поради недоразумения в комуникационния процес. Специални проблеми в бизнес комуникациите	2
№ 4	Тема: Планиране на делово съобщение, дефиниране на цел/и, задоволяване на информационни, мотивационни и практически нужди	2
№ 5	Тема: Организиране, структуриране и съставяне на делово съобщение (директен и не директен подход).	2
№ 6	Тема: Разработване и анализ на аудиторията	2
№ 7	Тема: Делово общуване, фирмена политика , бизнес етикет	2
№ 8	Контролно	2
№ 9	Тема: Изготвяне на CV и Resume за кандидатстване за работа или университет	2
№10	Тема: Мотивационно писмо за работа и Personal Statement	2
№11	Тема: Видове бизнес писма, свързани с кандидатстване за работа	2
№12	Тема: Подготовка за интервю за работа	2
№13	Тема: Писма, свързани с постъпване и напускане на работа, препоръки	2
№14	Тема: Културни различия в процеса на общуване. Културни особености и традиции. Между културно общуване.	2
№15	Тема: Бизнес комуникация с партньори от други култури	2
	Общо:	30

#### Б. Упражнения: не се предвиждат

№		Бр.ч.:
	Общо:	

**Основна литература:** Excellence in Communication, Guide to Managerial Communication (Mary Munter), Business Communications (Harvard Business School Publishing Corporation), Business Communication VIK and GILSDORF,

**Допълнителна литература:**

Basic Business Communication, Lesikar, Pettit, Flatley

Writing the perfect Cover Letter (Harvard Management Communication Letter, Oct.99) , Write to the Top: Writing for Corporate Success (New York: Random House, 2004)

**Съставили програмата: Албена Берова Матова**

**Дата: 06.07.2012 г.**