

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ
“СВ.КЛ.ОХРИДСКИ”
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

България, София 1113
Бул.”Цариградско шосе”125, бул. 3
Тел.: (+359 2) 73 83 10
Факс: (+359 2) 73 99 41
E-mail: georgech@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) 73 83 10
Fax: (+359 2) 73 99 41
E-mail: georgech@feb.uni-sofia.bg

Утвърдена:

УЧЕБНА ПРОГРАМА

**ПО ДИСЦИПЛИНАТА: БИЗНЕС КОМУНИКАЦИЯ И
ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА**

**ВКЛЮЧЕНА В УЧЕБНИЯ ПЛАН НА СПЕЦИАЛНОСТТА:
СТОПАНСКО УПРАВЛЕНИЕ**

СТЕПЕН НА ОБУЧЕНИЕ: БАКАЛАВЪР

КАТЕДРА : СТОПАНСКО УПРАВЛЕНИЕ

ИЗВАДКИ ОТ УЧЕБНИЯ ПЛАН

Вид на занятията:	Семестър:	Хорариум-часа/ седмично:	Хорариум-часа Общо:
А.Лекции	VIII	2	30
В.Семинарни занятия, упражнения, игри, дискусии и др.	VIII	1+1	30
В.Форма на контрол:	Текущ контрол разработка на писмени работи и презентация/ защита на курсови работи		

АНОТАЦИЯ:

В модула “Бизнес комуникация” ударението се поставя едновременно и върху комуникативните и върху организационните елементи на подготовката и осъществяването на срещи, разговори, преговори, заседания и други делови събирания. След преминаването на курса по „Бизнес комуникация” студентът трябва да може: да подготви съдържателно и организационно делова среща (конгрес, конференция, семинар, преговори, заседание и др.); да ръководи делова среща; да участва самостоятелно или в екип в делова среща; да документира резултатите от деловата среща.

Вторият модул на курса “Връзки с обществеността” има теоретико-практическа насоченост. Целите са да се информират студентите за спецификата на връзките с обществеността като теория, технология и практика, както и да се формират умения за осъществяване на ефективна комуникация с вътрешни публики на компаниите, с външни публики, с медиите, с организации със стопанска и нестопанска цел. След завършване на лекционния курс студентът трябва да може да разработи стратегия по връзки с обществеността, да има изградени умения за комуникиране с медиите, да реализира релевантна и ефективна комуникация вътре в корпорацията, да подготвя и осъществява промоция, да презентира планове, идеи, проекти.

Дисциплината има входни връзки както следва: управление на човешките ресурси, организационно поведение, модели на човешко поведение, мениджмънт, маркетинг; изходни връзки: организационно поведение, медии, PR-агенции.

СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА:

А. Лекции: БИЗНЕС КОМУНИКАЦИЯ

№	Тема:	Бр. часове:
1.	Бизнес комуникация. Видове. Елементи.	2
2.	Комуникация. Комуникационен процес. Комуникационна система. Комуникативна среда. Линии на комуникация. Форми на комуникация.	2
3.	Видове делови срещи и събирания: оперативки, заседания, събирания.	2
4.	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 други регламенти, работни групи, предварителна документация и пр.	2
5.	Провеждане на делова среща. Етапи. Документация. Документиране.	2
6.	5. Участие в делова среща. Групово, екипно и персонално участие в общуването. Модификации на деловото общуване при различните комуникативни системи: лице-лице, лице-група, лице-екип, екип-група, група-група. Пълномощия и отговорност	2

	при деловото общуване.	
7.	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.	2
8.	Преговорите. Типове поведение в процеса на преговорите. Технология и процедура. Проблемното, оперативното и инструктивното заседания като структурни елементи на преговорите.	2
9.	Преговорите. Тематичен кръг, проблем, теза. Доказване и опровергаване. Аргументация, контрааргументация, съображения, разяснения.	2
10.	Преговорите. Резултати от преговорите: договореност, споразумение, подготовка на/за решение, решение, документация и документиране.	2
11.	Бизнес комуникацията и новите технологии. Видео телефони. Видеоконферентната връзка.	2
12.	Интернет и бизнес комуникацията. Електронната кореспонденция. Социалните мрежи и бизнес комуникацията. Бизнес социални мрежи.	2
13.	Социалните мрежи и бизнес комуникацията. Бизнес социални мрежи.	2
14.	Бизнес етика. Бизнес етика като елемент на деловото общуване. Протокол и церемониал.	
15.	Бизнес етикет. Бизнес етикет като конвенционална етика. Интеркултурна комуникация. Специфика на бизнес етикета при различни националности.	2
	ОБЩО	30

А.Лекции: ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

№	Тема:	Бр.часове:
1.	Връзки с обществеността /ВО/ като институционализирана дейност. Исторически обзор. Възникване, етапи на развитие в САЩ, Европа, България. ПР-агенциите в България. Функционирането на пресцентровете в отделните институции. Мястото на връзките с обществеността в организациите.	2
2.	Връзки с обществеността. Предмет, дефиниции, функции. Еволюция на концепциите. ВО - теория, технология, практика. Специалистът по връзки с обществеността - образование, подготовка.	2
3.	Връзки с обществеността - специфично проявление частния бизнес.	2
4.	Корпоративният имидж на компаниите. Дефиниране на понятието. Изготвяне на програма и план за изграждане и подобряване на корпоративния имидж. Търсене на консултантски фирми при изграждането му.	2

5.	Компанията и нейните публики. Вътрешни публики. Критерии за дефиниране на публиките. Определяне на публиките. Работа с другите отдели в компанията.	2
6.	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.	2
7.	Медиапланиране. Видове медии /вестници, списания, радио, телевизия - ефирна, кабелна, сателитна, интернет/. Специфика. Планиране и програмиране. Процедури. Стратегии. Създаване и ръководене на собствени медии.	2
8.	Мониторинг. Преглед на публикациите в медиите. Анализ на материалите. Изготвяне на нюз летър и архив.	2
9.	Технология на връзките с обществеността. Изготвяне на материали за пресата: интервю, статия, репортаж и др. Проучване на рекламните тарифи. Проследяване на публикациите, копирайт.	2
10.	Пресконференция. Подготовка, организация и провеждане на пресконференция. Медиапапка. Информирание на медиите. Разпределяне на ролите. Подготовка на експозе.	2
11.	ПР 2.0. Връзки с обществеността и Уеб 2.0.	2
12.	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.	2
13.	Връзките и обществеността и публичното говорене. Речи и говорителски бюра. Изготвяне на апели и послания.	2
14.	Връзките с обществеността и новите технологии. Видеоконференции.	2
15.	ПР-стратегия. Дефиниране на понятието. Изготвяне, реализация и анализ.	2
	Общо:	30

Б.Упражнения:

№	Тема,вид на занятието:	Бр.часове:
1.	Оперативка. Инструктираща оперативка. Творческа оперативка.	2
2.	Заседание. Събрание. Структура, планиране, провеждане. Комуникативни роли.	2
3.	Делова среща. Организация, планиране. Комуникативни роли. Ролята на ръководещия деловата среща /заседание, събрание, конференция/.	2
4.	Панелна дискусия. Комуникативни роли. Планиране и провеждане. Проксемика. Анализ на резултативността от провеждането на панелна дискусия.	2

5.	Доклад. Подготовка за написване на доклад. Създаване на експозе. Търсене и събиране на материал. Подготовка на план-конспект. Произнасяне. Вербални и невербални средства.	2
6.	Бизнес етикетът. Интеркултурна бизнес комуникация. Общоприети правила и норми. Специфика на комуникацията в отделни държави. Анализ на видеозаписи.	2
7.	Презентация. Презентиране на компания. Използване на компютърни презентационни програми /слайдове/. Анализ на презентацията.	2
8.	Промоция. Мястото на промоцията в интегрираната маркетингова комуникация. Изготвяне на промоция на продукт.	2
9.	Пресконференция. Подготовка и организация. Написване на експозе. Изготвяне на медиа папка. Анализ на проведена пресконференция.	2
10.	Блиц интервю. Специфика. Особенности. Анализ.	2
11.	Кризисна ситуация. Организиране и функциониране на информационен център на мястото на кризата, инцидента, критичната точка.	2
12.	Прес съобщение /пресрелиз/. Подготовка, изготвяне и изпращане. Стандарти за изготвяне на пресрелиз. Графично оформление на съобщението.	2
13.	Мониторинг. Пресбук. Клипинг. Наблюдение на отражение на дейността на компанията и на конкуренцията в медиите. Наблюдение на законодателството.	2
14.	ПР-стратегия. Подготовка. Организация. Етапи.	2
15.	ПР-стратегия. Анализ на реализирана ПР-стратегия.	2
	Общо:	30

В.Формата на контрол е: изпит

Крайната оценка се формира на базата на: текущ контрол (всеки студент трябва да представи шест разработки: промоция, презентация, прессъобщение, ПР-стратегия, реч, комуникативна стратегия за интервю за работа); презентация на курсова работа и изпит въз основа на конспекти по двете дисциплини.

Г.Основна литература:

Бизнес комуникация:

Андонов, Б., Бизнескомуникации, ФТП, С.1999

Бизнес обучение. Предприемачество, учебник, София, 1999 г.

Бланчард Кенет, Онкен Уилям Младши, Бъроус Хъл, Мениджърът и маймунката, Изд. "Атлантис", София, 1991

Бъртън, Силвия, Майкъл Норма, Управление на проекти, практическо ръководство, принципи, стратегии, техники, изд. "Екслибрис", София

Брекендридж, Д. PR 2.0, София: Сиела, 2009.

Глас, Л., Кажете го... правилно, С., 1999

Давидков, Цв., Бизнес комуникация, учебник за дистанционно обучение, С., 1997

Илиева, Л., Делово общуване в бизнеса, "Информа", София, 1994 г.

Кенеди, Г., Джобен наръчник за водене на преговори, С., 1999
Маринова, И., Николова, Н., Бизнескомуникации в организацията, С., 1996
Макфорън, Д., Как да водим преговори, С., 1992
Морел Пиер, адаптация Драгомир Бояджиев, Как да подберем най-добре персонала.
Стратегии на успеха, ИК “Труд”, София, 2000
Пийз, А., Гандрън, А., Езикът на тялото, скритият смисъл на думите, С., 1999
Савов, Веселин, Управленски тренинг, Тестове с “ключовете” и интерпретация. Казуси с
верните решения и коментар, УИ “Стопанство”, София, 1998 г.
Стоицова Толя, И усмивката може да бъде заповед, “Ико-Интелект”, София, 1992 г.
Стойков, Л., Фирмена култура и комуникация, С., 1995
Тодоров, МА, 33 професионални психологически теста за юноши и възрастни, изд.
“Академ”, София, 2000 г.
Фишър Раджър, Юри Уилям, Изкуството на преговорите да достигнем до ДА, Издателство
“ВЛ”, София, 1992 г.
Форсайт, Патрик, Започнете с най-важното. Организиране на времето. Как да ограничаваме
времето си за максимална производителност, ИК “Инфо ДАР” ЕООД, София, 2000 г.

Публикации на преподавателя по проблематика, застъпена в курса:

Интервю за работа, ИК “Сема РПГ”, С., 2002 г., 143 стр., ISBN 954-8021-03-X.
Как да се подготвя за интервю?, сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 4, 2002, 6-10, ISSN 1310-9324.
Секретарят & бизнескомуникацията (Променаният се образ), сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 1,
2003, 7-11, ISSN 1310-9324.
Деловата среща. Функции & роля на бизнессекретаря, сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 2, 2003,
14-21, ISSN 1310-9324.
Нетикет & бизнескомуникация (Етикетът при електронната поща), сп. Бизнессекретар, изд. МОН,
бр. 3, 2003, 10-14, ISSN 1310-9324.
Бизнес комуникация. Културни различия, Сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 4, 2003, 14-18, ISSN
1310-9324.
Презентации и бизнескомуникация, сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 1, 2004, 12-17, ISSN
1310-9324.
Преговори – делово общуване, сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 2, 2004, 27-29, ISSN 1310-9324.
Бизнес & промоция. сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 3, 2004, 12-13, ISSN 1310-9324.
Нови практики. сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 4, 2004, 12-14, ISSN 1310-9324.
Комуникация в екип. Нови практики. сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 1, 2005, 7-11, ISSN
1310-9324.
Мотивационното писмо. Комуникативни функции при провеждане на интервю за работа. сп.
Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 2, 2005, 9-17, ISSN 1310-9324.

Връзки с обществеността:

Връзки с обществеността, катедра Юнеско, ФЖМС, С., 1996
Джефкинг, Ф., Въведение в маркетинга, рекламата и пбблик рилейшънс, С., 1995
Дронзина, Т., Връзки с обществеността в ситуация на криза, С., 1999
Дронзина, Т., Разрешаване на конфликти, тенденции и инструменти, С., 1999
Дронзина, Т., Няколко подхода за дефиниране на връзките с обществеността, сп. Връзки с
обществеността, бр. 1, С., 1995
МакФорън, Д., Лицето на фирмата, С., 1992
Маринов, Р., Неосъзнатата сила, С., 1997

Маринов Р., Пъблик рилейшънс, технология и практика С., 1995
Кътлип, С., Сентър, А., Бруум, Г., Ефективен пъблик рилейшънс, С., 1998
Оксли, Принципи на пъблик рилейшънс, Бургас, 1989
Райков, З., Публична комуникация, С., 1999
Райков, З., Техники и технологии на връзки с обществеността, С., 2000

Д. Допълнителна литература:

Бизнес комуникация:

Баун Джералдин, Брейди Катрин, Жените в бизнеса. Изкачване към върха, Изд. "Слънце", София, 1993 г.
Баун Джералдин, Брейди Катрин, Жените в бизнеса. Готова ли си да ръководиш., Изд. "Слънце", София, 1993 г.
Бизнес етикетът, Princers, С., 1998
Гласман, Одри, Изкуството на бизнес етикецията. Ръководство за използване на компютри, факсове, интернет, електронна поща, пейджъри, мобифони и други играчки - умно, сигурно и учтиво, Изд. "Весела Люцканова", 1998 г.
Глейслър, Кони, Смоли, Барбара, Жените, които успяват. А защо не и вие?, изд. "Хомо Футурус", София, 1996
Глейслър, Кони, Смоли, Барбара, Жените, които успяват. Силата на положителното мислене или как а се превърнете пълноценна жена., изд. "Хомо Футурус", София, 1996
Карас, Л., Честър, Търговските преговори. Стратегии и тактики за водене на преговори, Изд. къща "Колонел", Габрово
Карнеги, Дейл, Как да развием самоувереност и да влияем на хората при публични изказвания,

Връзки с обществеността:

Периодични издания:

сп. Sign safe
сп. L'Еuroreo
сп. Връзки с обществеността, редактор Татяна Дронзина
сп. Обществена комуникация, редактор Здравко Райков
сп. Медиа и реклама
сп. Медия свят
в. Капитал

Електронно научно списание „Реторика и комуникации” <http://rhetoric.bg/>
Електронно списание „Медии и обществени комуникации” <http://www.media-journal.info/>
Електронно списание NewMedia 21 - <http://www.newmedia21.eu>
Електронно списание „Публични политики” <http://ejpp.eu/index.php/ejpp>

Доц.д-р Иванка Мавродиева