

	<b>Тракийски университет – Стара Загора</b> <b>Стопански факултет</b>		Издание: 1.0
	Вид на документа: Оперативен документ	№ на документа: 7.5.1_OD_1.2.1	В сила от: 14.09.201 от: 1
	Име на документа: <b>Учебна програма</b>		Страница: 1 от 1

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**ДЕКАН:**

(доц. д-р Блага Стойкова)

## **УЧЕБНА ПРОГРАМА**

Изготвил: доц.д-р Таня Гочева Танева

Дисциплина	<b>ДЕЛОВО ОБЩУВАНЕ И ФИРМЕНА КУЛТУРА</b>
Специалност	<b>ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ В ИКОНОМИКАТА И УПРАВЛЕНИЕТО</b>
Област на висше образование	<b>3.0. Социални, стопански и правни науки</b>
Професионално направление	<b>3.8. Икономика</b>
Статут на дисциплината	<input type="checkbox"/> задължителна <input type="checkbox"/> избираема <input checked="" type="checkbox"/> факултативна
Курс	<b>Редовно/ Задочно – 1</b>
Семестър	<b>Редовно/ Задочно - 1</b>
Образователно квалификационна степен	<input checked="" type="checkbox"/> бакалавър <input type="checkbox"/> магистър
Форма за проверка на знанията	<input type="checkbox"/> писмен изпит <input type="checkbox"/> тест <input checked="" type="checkbox"/> друга

Обсъдена на Катедрен съвет	<i>Протокол № 6 / 8.07.2020 г.</i>
Приета на заседание на Комисията по учебна дейност и качество на обучението	<i>Протокол № 11 / 20.07.2020 г.</i>
Утвърдена на Факултетен съвет	<i>Протокол № 12 / 21.07.2020 г.</i>

**Стара Загора, 2020 г.**

## УЧЕБНА ПРОГРАМА

### 1. ИЗВАДКИ ОТ УЧЕБНИЯ ПЛАН

Код на дисциплината 010588	Редовно обучение				Задочно обучение				Кре- ди ти
	Аудиторна		Извънаудиторна		Аудиторна		Извънаудиторна		
	Лекции	Упражнения Семинари	Учебни практики	Други форми	Лекции	Упражнения Семинари	Учебни практики	Други форми	
<b>Форми на аудиторна работа</b>	<b>15</b>				<b>15</b>				
Практически занятия		<b>15</b>							
Семинари						<b>0</b>			
<b>Форми на извънаудиторна работа</b>									
Подготовка за семинар				<b>10</b>				<b>15</b>	
Самоподготовка за текущ контрол и изпит				<b>10</b>				<b>20</b>	
Други форми				<b>13</b>				<b>13</b>	
<b>ОБЩО</b>	<b>15</b>	<b>15</b>		<b>33</b>	<b>15</b>	<b>0</b>		<b>48</b>	<b>2,5</b>

**2. ВОДЕЩ ДИСЦИПЛИНАТА:**      доц. д-р Таня Танева

Водещи упражнения/практически занятия/семинари:

**1. доц. д-р Таня Танева**

### 3. АНОТАЦИЯ

Описание на съдържанието на дисциплината:

В разработената учебна програма за дисциплината “Делово общуване и фирмена култура” са разгледани в процеса на обучение следните основни проблеми:

Понятие за фирмена култура и нейното място в общата система

- Понятия и аспекти в деловото общуване
- Комуникативен аспект на деловото общуване
- Интерактивна страна на деловото общуване
- Промяна на нагласите
- Поведението като функция на нагласите
- Перцептивна страна на деловото общуване
- Делово общуване и групови цели
- Групов подход при вземане на решения
- Типове фирмена култура
- Диагностика на фирмената култура
- Фирмената култура като инструмент на фирменото управление
- Развитие на фирмената култура
- Определяне на мисията и фирмените ценности

**Цел** на занятията по Делово общуване и фирмена култура е освен да предоставят знания за основни понятия, свързани с деловите отношения и фирмената култура, да очертаят и връзката между тях, влиянието им върху организацията и ефективността на работата на нейните служители като стимулира сплотеността и идентификацията с организацията и сътрудниците. Съдържателните от гл. т. на конкретната дейност, и организационни компоненти на деловото общуване и фирмената култура пряко влияят върху имиджа на компанията. В резултат на обучението студентите могат да овладеят знания за аспектите на делово общуване, умения за влияние, взаиморазбиране и формиране на нагласи, инструменти за диагностика на фирмената култура; алгоритъм за разработка на система за фирмена култура; за нейната корекция, за построяване на система на комуникации във фирмата, справяне със съпротива на персонала и др..

Език на преподаване: **български.**

### 4. СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА

#### 4.1. АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ

##### 4.1.1. ЛЕКЦИИ

№	Тема	Хорариум часове	
		редовно	задочно
1.	<b>Понятия и аспекти в деловото общуване</b>	1	1
	- Понятие за делово общуване - Аспекти на деловото общуване - Единство между общуване и дейност		
	<b>Комуникативен аспект на деловото общуване</b>	1	1
2.	- Вербална комуникация - Невербална комуникация		

	- Обратна връзка в комуникацията		
<b>3.</b>	<b>Интерактивна страна на деловото общуване</b>	<b>1</b>	
	- Взаимодействието в съвместната дейност - Формиране и поддържане на нагласи - Учене чрез съпреживяване		
<b>4.</b>	<b>Промяна на нагласите</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
	- Източник на съобщението – характеристика на комуникатора, експертни познания, доверие - Характеристики на съобщението – типове аргументи, отрицателната информация, апели към страха - Получаване на съобщението – централен и периферен път, апели към страха		
<b>5.</b>	<b>Поведението като функция на нагласите</b>	<b>1</b>	
	- Съпротива срещу убеждаване - Фактори за намерението за действие		
<b>6.</b>	<b>Перцептивна страна на деловото общуване</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
	- Социална перцепция – определение, функции - Влияние на културата върху социалната перцепция - Значение на индивидуалният опит. - Етапи в развитието на социалното възприятие - Формиране на впечатления и умозаклучения		
<b>7.</b>	<b>Делово общуване и групови цели</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
	- Фактори, които влияят върху реализацията на груповите цели - Психологическа съвместимост - Критерии за оценка на съвместимостта		
<b>8.</b>	<b>Групов подход при вземане на решения</b>	<b>1</b>	
	- Стадии на процеса на груповото решение - Позитиви и негативи на груповите решения - Социално-психологически климат в групата		
<b>9.</b>	<b>Лидерство в деловото общуване</b>	<b>1</b>	
	- Концепции за лидерство - Типове лидерство - Разлики между лидерство и ръководство		
<b>10.</b>	<b>Типове фирмена култура</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
	- Определение и функции на фирмената култура - Реална и демонстративна фирмена култура - Типове фирмени отношения – предимства и недостатъци		
<b>11.</b>	<b>Диагностика на фирмената култура</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
	- Методи на диагностика на фирмената култура: - Подходът АЦИЛ на Т. Парсънс /адаптация, цели, интеграция, легитимност/. - Моделът “Седем С” на Питърс и Уотърман. - Параметри на изменение на фирмената култура – сила, проникване, насоченост.		
<b>12.</b>	<b>Развитие на фирмената култура</b>	<b>1</b>	
	- Последователност на етапите в развитието на фирмената култура		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Алгоритъм при разработката на програма за изменения на фирмената култура</li> <li>- Екипна работа и роля на мениджъра по фирмена култура, функции и необходими компетентности</li> </ul>		
<b>13.</b>	<b>Определяне на мисията и фирмените ценности.</b>	<b>1</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Необходимост от определяне на мисията и целите на фирмата – за и против.</li> <li>- Принципи за формулиране на мисията на компанията и ценностите на фирмената култура</li> <li>- Базови нагласи и фирмена култура.</li> <li>- Историята на фирмата като ценност.</li> <li>- Имидж на фирмата</li> </ul>		
<b>14.</b>	<b>Фирмената култура като инструмент на фирменото управление</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Форми на трансформиране на мисията и ценностите на фирмата чрез стандарти на вътрешнофирмените взаимодействия.</li> <li>- Мотивация на сътрудниците чрез средствата на фирмената култура.</li> </ul>		
<b>ОБЩО</b>		<b>15</b>	<b>8</b>

### УПРАЖНЕНИЯ

№	Тема	Хорариум Редовно обучение
1	Принципи на деловите комуникации – основни комуникативни умения – модерационни техники	1
2	Асертивно поведение - тренинг	1
3	Интерактивност и деловите комуникации – делова игра	1
4	Пътища за промяна на нагласите – индивидуални задачи	1
5	Убеждаване – основни принципи и техники – модерационни техники	1
6	Перцептивен аспект на деловите комуникации – първите впечатления и балансно отношение – казуси и групови задачи	1
7	Групови цели и индивидуални различия – диагностика на индивидуалните различия	1
8	Позитиви и негативи на груповите решения – делова игра	1
9	Ръководство и лидерство в деловите комуникации – роли на ръководителя, делова игра	1
10	Изграждане и управление на екипи – анализ на етапите	1
11	Делови комуникации и фирмена култура – индивидуални задачи	1
12	Преговорите, същност и техники – елемент от тренинг	1
13	Конфликти, понятие и характеристики - казуси	1
14	Стратегии за справяне с междуличности конфликти	1
15	Бариери в бизнескомуникациите и преодоляване – модерационни техники	1
<b>ОБЩО</b>		<b>15</b>

## 5. ТЕХНОЛОГИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО

Обучението се осъществява чрез лекции и индивидуални задачи.

Необходимите ресурси за обучение: тестове, модерационни техники, мултимедия, дискусии и интерактивни методи.

## 6. КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ ЗНАНИЯТА НА СТУДЕНТИТЕ

**В зависимост от прилаганата система и критерии на преподавателя!**

Крайната оценка се формира по шестобална система, минималната оценка за успешно приключване на обучението е "Среден (3)", а спрямо Европейската система за трансфер на кредити съпоставимостта на оценките е:

Отличен 6	Много добър 5	Добър 4	Среден 3		Слаб 2	
A	B	C	D	E	FX	F
Присъждат се кредити, както е по учебния план					Не се присъждат кредити	

Реферати

30%

Изпит – окончателно оформяне на семестриалната оценка.

70%

Скала за оценка (100%): минимум 60% , т.е. Среден 3; 61-73% - Добър 4; 74-87% - Много добър 5 и повече от 87% - Отличен 6.

## 7. КОНСПЕКТ

### ДИСЦИПЛИНА "ДЕЛОВО ОБЩУВАНЕ И ФИРМЕНА КУЛТУРА"

Конспект за провеждане на изпит  
за редовно и задочно обучение

Образователно квалификационна степен: Бакалавър

1. Понятия и аспекти в деловото общуване
2. Комуникативен аспект на деловото общуване
3. Интерактивна страна на деловото общуване
4. Промяна на нагласите
5. Поведението като функция на нагласите
6. Перцептивна страна на деловото общуване
7. Делово общуване и групови цели
8. Групов подход при вземане на решения
9. Типове фирмена култура
10. Диагностика на фирмената култура
11. Фирмената култура като инструмент на фирменото управление
12. Развитие на фирмената култура
13. Определяне на мисията и фирмените ценности
14. Понятия и аспекти в деловото общуване

## 8. ЛИТЕРАТУРА

1. Андонов, Б. Бизнес комуникации. Правила и способности за делово общуване. С., 1999
2. Буркарт, Р., Наука за комуникацията. В. Търново: Пик, С. 79. 2000.
3. Виденов, М., 2000. Увод В Социолнгвистиката. София: Делфи, С. 106.
4. Голман, Д. Емоционална интелигентност. С., 2000
5. Джинет С., М. Чанел Международни делови преговори и етика на бизнес отношенията. София: Софтпрес , С. 108. 2006.
6. Дуранкев, Боян, Комуникационна политика. София: Уи „Стопанство“, С. 16, 63. 2011.
7. Дънешка, А., Междукултурно общуване в международния бизнес. София:ИК – УНСС, С. 52. 2016.
8. Кабакчиева, Д. Туризм. Комуникация. Репутация, С., 2019
9. Кондуркова, Ан. Деловият език, С., 2001
10. Манолова, Л. Съвременна езикова култура. С., 2002
11. Менгъоно, Д., Ключови термини в дискурс анализа. София: СУ Св. Кл. Охридски/Факултет по Журналистика и масова комуникация, С.15. 2000.
12. Пеневска, В. Комуникативни умения, Граал, С., 2016
13. Спивак, В.А. Современные Бизнес-коммуникации. Питер, 2002.
14. Стойков, Л. Facebook Комуникация С., 2012
15. Стойков, Л. Ефективна бизнес комуникация, С., 2016
16. Траут, Р., Дж. Траут, С.Ривкин, Бъди различен: оцеляване в ерата на убийствена конкуренция. София:„Кръгозор“, С. 15. 2002.
17. Хаган, К. Эффективная комуникация. Москва, 2004
18. Цонева, И. Делови комуникации и връзки с обществеността. част 1-2, С, 2001
- Шаренска Е., М.Ризова, Бизнес комуникации, С. , 2017
19. Шарков, Ф. Теория комуникаций. Москва, 2004
20. Dimaine, D, And The Better Communications Team. Write To The Top: Writing For Corporate Success, New York: Random House, 2004 (Revised Edition)
21. Ekman, P. Telling Lies: Clues To Deceit In The Marketplace, Politics, And Marriage. New York: W., W. Norton, 1992

## 9. ПРИДОБИТИ ЗНАНИЯ И УМЕНИЯ В РЕЗУЛТАТ НА ОБУЧЕНИЕТО

Обучението по “Делово общуване и фирмена култура” цели формирането на умения за:

- разбиране на деловите отношения и спецификата на фирмената култура в конкретната фирма
- убеждаване и формиране на нагласи у сътрудниците, както и преодоляване на съпротива срещу убеждаване.
- провежда диагностика на фирмената култура и фирмения климат
- разработва и провежда програми за формиране на фирмена култура