

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “БИЗНЕС ПРЕГОВОРИ И ДЕБАТИ ”;

ЗА СПЕЦ: „Комуникации и бизнес развитие“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 9/10;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60ч.

КРЕДИТИ: 6

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	15	1
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Владимир Досев)

2.
(доц. д-р Анастасия Кондукторова)

Ръководител катедра:

„Маркетинг“ (проф.д-р Евгени Станимиров)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината има за цел да даде на студентите познания за създаването на аргументативен текст в различни бизнес ситуации. Дават се основни постановки за увеличаване ефективността на изказването както при създаването на монологична реч, така и в диалог. Курсът запознава студентите с основните закони на убеждаващата комуникация, както и с различните реторически похвати. Изучават се основните вербални и невербални езикови средства, използвани в убеждаващата комуникация. Придобитите умения могат да се използват както при воденето на бизнес диалог, така и при говоренето пред по-голяма аудитория. Създават се и умения за съставяне на писмени текстове по различни дискуссионни бизнес въпроси. Разглеждат се проблеми на структурирането на текста и употребата на различни езикови средства в него. След приключването на курса от студентите се очаква да могат да построят правилно изказвания по различни бизнес теми, да знаят как да се подготвят за предстоящи бизнес дискусии и да развият различни стратегии за реагиране при общуване в диалогичен режим. Дисциплината запознава студентите с подходяща литература, която може да се ползва при последващо развитие на знанията им в тази област.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	Тема 1. Въведение в дисциплината „Бизнес преговори и дебати”	6		2
1.1	Особености на комуникативната ситуация			
1.2	Елементи на комуникативната ситуация в бизнес среда			
1.3	Бизнес преговорите като специфична област на общуване			
	Тема 2. Дискурсивни характеристики на бизнес преговорите и дебатите	4		3
2.1	Социокултурната ситуация на общуване			
2.2	Бизнес дискурс и социокултурна ситуация			
	Тема 3. Езикът на бизнес преговорите и дебатите	3		1
3.1	Лексикални особености			
3.2	Бизнес жаргон			
	Тема 4. Общуване в дискуссионна среда	4		1
4.1	Принципът на съдействието			
4.2	Езикови характеристики на диалогичната реч			
	Тема 5. Бизнес преговорите като специфична комуникативна ситуация	4		1
5.1	Култура на бизнес общуването			
5.2	Дискурсивни стратегии при бизнес преговорите			
	Тема 6. Бизнес монологична реч	4		1
6.1	Бизнес презентацията			
6.2	Структуриране на речта			
	Тема 7. Презентационни умения	4		1
7.1	Бизнес презентации.			
7.2	Специфика на бизнес презентирането.			

7.3	Процесът на бизнес презентирание.			
Тема 8. Убеждаващата комуникация		6		2
8.1	Езикови средства			
8.2	Дискурсивни средства			
8.3	Паралингвистика при убеждаваща комуникация			
Тема 9. Ораторът и неговата публика		6		3
9.1	Характеристика на публиката – видове публики			
9.2	Характеристики на оратора – езикови, паралингвистични, социокултурни, дискурсивни			
Тема 10. Бизнес преговори и дебати при писмено общуване		4		
10.1	Структуриране на писмен аргументативен текст.			
Общо:		45		15

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсов проект	0	120
1.2.			
Общо за семестриален контрол:		0	120
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	0	0
Общо за сесиен контрол:		0	0
Общо за всички форми на контрол:		0	120

IV. ЛИТЕРАТУРА**ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Досев, В. Комуникация и медийна манипулация. Варна. 2014

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Досев, В. Манипулативната роля на метафорите в медийния дискурс. Варна. 2014.
2. Досев, В. За манипулативната роля на политическите метафори. В: Предизвикателствата на XXI век за развиване на комуникативната компетентност за професионални цели. Варна 2014.
3. Досев, В. МАНИПУЛЯТИВНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕТАФОР В МЕДИЙНЫХ ТЕКСТАХ. В: Путь науки №9 (31). Волгоград 2016.
4. Досев, В. Метафората като когнитивен инструмент. В „Реторика и комуникации” бр. 19, София 2015.
5. Досев, В. Социални, когнитивни и дискурсивни особености на медийната манипулация. В „Реторика и комуникации” бр. 12. София 2014.