

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А**  
**СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ**  
**КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА“**

---

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

( Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ И ПРЕГОВОРИ ”;

ЗА СПЕЦ: „Застраховане и осигуряване“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 8;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 5

**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	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1. ....  
(доц. д-р Виолета Димитрова)

2. ....  
(доц. д-р Михал Стоянов)

Ръководител катедра: .....  
„Икономика и управление  
на търговията“ (доц. д-р В. Димитрова )

## I. АНОТАЦИЯ

Настоящата програма обхваща основни проблеми в областта на бизнес комуникациите и преговорите, свързани с продажбите на застрахователни продукти, както и с управлението на застрахователните фирми. В условията на икономика основана върху обмена, успехът на фирмите в значителна степен се определя от ефективността на техните комуникации с бизнес партньорите: клиенти, доставчици, посредници и др.

Учебната дисциплина разширява знанията на студентите по управление и маркетинг. Запознава със същността и формите на комуникация, с психологията на комуникациите, с основен фокус върху уменията за персонална продажба и техниките на отделните етапи на продажбата. Втората част на програмата обхваща процеса на преговаряне, подготовката, техниките и тактиките за водене на търговски преговори, приключването на преговорите.

Очакваните резултати от лекционния курс са бъдещите икономисти да формират знания в областта на бизнес комуникациите и преговорите, да познават връзката продавач-купувач, да изградят умения за комуникация по етапите на търговската сделка (подготовка, сключване и изпълнение), да усвоят техники за продажба и водене на търговски преговори.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. ОСНОВИ НА КОМУНИКАЦИИТЕ В БИЗНЕСА</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	
1.1.	Същност, функции и видове комуникации в бизнеса.			
1.2.	Основни комуникационни модели.			
1.3.	Изграждане на комуникационна стратегия.			
<b>ТЕМА 2. ПСИХОЛОГИЯ НА ОБЩУВАНЕТО</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	
2.1.	Процес на възприемане на съобщението.			
2.2.	Персонални деформации и бариери в процеса на комуникация.			
2.3.	Концепция за самооценката – персонален и обществен имидж.			
<b>ТЕМА 3. ПЕРСОНАЛНА КОМУНИКАЦИЯ</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	
3.1.	Вербална комуникация.			
3.2.	Процес на слушане – изграждане на умения за ефективно слушане.			
3.3.	Невербална комуникация – същност, роля, елементи.			
<b>ТЕМА 4. БИЗНЕС ЕТИКА И ПРОТОКОЛ</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	
4.1.	Бизнес етиката като елемент на деловото общуване.			
4.2.	Бизнес протокол.			
4.3.	Бизнес етикет - национални особености.			
<b>ТЕМА 5. КОМУНИКАЦИЯ ПРИ ПОДГОТОВКАТА НА ТЪРГОВСКАТА СДЕЛКА</b>		<b>4</b>	<b>2</b>	
5.1.	Основни комуникационни схеми			
5.2.	Запитване за стоки и услуги.			
5.3.	Отговор на запитване. Отказ.			
5.4.	Поръчка и отговор на поръчка.			

5.5.	Оферти и пласментни писма.			
<b>ТЕМА 6. КОМУНИКАЦИИ В ПРОЦЕСА НА ПЕРСОНАЛНА ПРОДАЖБА</b>		<b>4</b>	<b>2</b>	
6.1.	Търсене на потенциални клиенти – проспектиране.			
6.2.	Подготовка за продажба. Избор на метод за продажбено представяне.			
6.3.	Техники за подход към клиентите. Елементи на продажбеното представяне.			
6.4.	Откриване и отговор на възраженията на клиента.			
6.5.	Техники за приключване на продажбата.			
<b>ТЕМА 7. ТЪРГОВСКИ ПРЕГОВОРИ</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	
7.1.	Теории в областта на търговските преговори			
7.2.	Параметри на търговските преговори			
7.3.	Преговори и овладяване на конфликти			
7.4.	Необходи условия за ефективни преговори			
<b>ТЕМА 8. ПОДГОТОВКА ЗА ВОДЕНЕ НА ПРЕГОВОРИ</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	
8.1.	Методология на подготовката за преговаряне			
8.2.	Определяне на позициите при преговори			
8.3.	Зони на подготовката за преговори			
8.4.	Планиране на отстъпките по условията на сделката			
<b>ТЕМА 9. СТРАТЕГИИ, ТЕХНИКИ И ТАКТИКИ ЗА ПРЕГОВОРЯНЕ</b>		<b>4</b>	<b>2</b>	
9.1.	Стратегически модели при преговорите			
9.3.	Техники за преговаряне			
9.4.	Тактики в теорията и практиката на преговорите			
9.4.	Засечки при преговори и тяхното преодоляване			
<b>ТЕМА 10. АНАЛИЗ НА ПРЕГОВОРИТЕ</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	
10.1.	Анализ на ситуацията			
10.2.	Процес на вземане на решение			
10.3.	Програмни продукти за подготовка и анализ на преговорите			
<b>ТЕМА 11. КОМУНИКАЦИЯ СЛЕД ПРОДАЖБАТА</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	
11.1.	Рекламация и отговор на рекламация			
11.2.	Дейности след продажбата			
11.2.	Манипулация и защита от манипулация			
11.3.	Потребителско доверие и лоялност			
11.4.	Защита правата на потребителите			
<b>ТЕМА 12. ИНТЕРКУЛТУРНА КОМУНИКАЦИЯ</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	
12.1.	Глобализация и комуникация			
12.2.	Межкултурни различия.			
12.3.	Сравнителен анализ на стилове за комуникация и водене на преговори.			
<b>Общо:</b>		<b>30</b>	<b>15</b>	

**III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	<b>2</b>	<b>30</b>
1.3.	Казус	<b>1</b>	<b>20</b>
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>3</b>	<b>50</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (тест)	<b>1</b>	<b>25</b>
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>25</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>4</b>	<b>75</b>

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

1. Давидков, Цв., Бизнес комуникации, С., 2012.
2. Димитрова В. и др. Управление на продажбите. Варна: Наука и икономика, 2011.
3. Одебер-Лароша П. Как да преговаряме. Princeps. С., 2002.

**ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Андонов, Б. Външнотърговска сделка : Подготовка. Сключване. Изпълнение, София : Нова звезда, 2014.
2. Димитров Д. Успешните преговори. ГорексПрес, С., 2007.
3. Саркисян, К. Межкултурна комуникация и адаптация в международния бизнес, Свищов : Акад. изд. Ценов, 2013.
4. Фишър, Роджър и др. Да постигнеш своето : Как да стигнем до разумния компромис. София : Изток-Запад, 2007.
5. Lewicki R., B. Barry and D. Saunders. Essentials of Negotiation. McGraw-Hill, 2004
6. Shell R. Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People. Gildan Media, 2014.