

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИ ЕЗИЦИ“

Приета от ФС (протокол №/ дата):

Приета от КС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Директор:

(доц. д-р Вл. Досев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ЧУЖД ЕЗИК - НЕМСКИ“;

ЗА СПЕЦ: „Всички специалности“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 10;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 90 ч.; в т.ч. аудиторна 30 ч.

КРЕДИТИ: 3

РАБОТЕН ЕЗИК: Немски

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. <ul style="list-style-type: none">• ЛЕКЦИИ• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	60	

Изготвили програмата:

1.
(ст. пр. М. Попова)

2.
(ст. пр. Н. Стефанов)

Ръководител на катедра:
„Западноевропейски езици“ (ст. пр. Соня Щерева)

I. АНОТАЦИЯ

„**ЧУЖД ЕЗИК - НЕМСКИ**“ е дисциплина, чрез която се разширяват вече наличните знания по общ немски език на ниво **B1/B2-C1** и се усвояват нови знания и умения за ползване на езика в професионалните контакти и дейност в сферата на икономиката. **Икономическият немски език** с неговата специфична терминология е приоритет в занятията. Обучаемите се научават да боравят със специализирана литература в областта на икономиката, изготвят анотации и кратки презентации на икономически публикации от различни икономически сфери, придобиват умения за установяване на контакти и презентация на собствените дейност, интереси и постижения.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
1.	Marketing		6	
1.1.	- Wer teilt sich den Markt auf?			
1.2.	- Was braucht der Kunde? - Was muss man über den Markt wissen? Reflexion und Überprüfung			
2.	Produkt- und Preismix		6	
2.1.	- Wem soll was verkauft werden? - Was soll verkauft werden?			
2.2.	- Zu welchen Bedingungen soll verkauft werden? Reflexion und Überprüfung			
3.	Distributions- und Kommunikationsmix		6	
3.1.	- Wie kommt das Produkt zum Kunden? - Wie soll das Produkt kommuniziert werden?			
3.2.	Reflexion und Überprüfung			
4.	Rechtsformen von Unternehmen		6	
4.1.	- Was muss man von der Wahl der Rechtsform wissen? - Warum volles Risiko? - Volles Risiko und erleichterte Kapitalbeschaffung? - Wie viel Risiko und woher das Kapital?			
4.2.	Reflexion und Überprüfung			
5.	Management		6	
5.1.	- Was tut ein Manager? - Wonach richten sich Manager? - Wo sind Manager tätig? - Wie sind Unternehmen organisiert?			
5.2.	Reflexion und Überprüfung			
	Общо:		30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

Но. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест 1	1	20
1.2.	Тест 2	1	20
1.3.	Тест 3	1	20
	Общо за семестриален контрол:	3	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)		
	Общо за сесиен контрол:		
	Общо за всички форми на контрол:	3	60

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

1. Buhlmann, R., Fearn, A., Leimbacher, E., **Wirtschaftsdeutsch von A-Z (Neubearbeitung)**, Langenscheidt, 2008, ISBN 978-3-468-49869-5

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Генадиева, Д., Монева, В., **Deutsch-bulgarisches Wirtschaftswörterbuch**, Софи-Р, 2005, ISBN 954-638-133-0
2. Стоянова Д., Божилова Ц., Христова Р., **Bulgarisch-deutsches Wirtschaftswörterbuch**, ИК „Библиотека 48“, 1994, ISBN 954-80-47-21-7