



**ПРОФЕСИОНАЛНА ГИМНАЗИЯ
ПО СЕЛСКО СТОПАНСТВО И ИКОНОМИКА
“ХРИСТО БОТЕВ” гр. СВИЛЕНГРАД**

гр. Свиленград, ул. “Ал. Стамболийски” №13, тел. 0379/7-12-82, E-mail: pgssi@abv.bg
www.pgssi.org

УТВЪРЖДАВАМ:
ДИРЕКТОР ПГССИ „ХР. БОТЕВ“
инж. ХРИСТИНА МИЛУШЕВА
СВИЛЕНГРАД, 03 . 09 2020 г.

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

за разширена професионална подготовка

ПО

УЧЕБЕН ПРЕДМЕТ

„БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ“ – ТЕОРИЯ

IX-ТИ КЛАС

КОД 345 „Администрация и управление“

ПРОФЕСИЯ : код 345050 „Сътрудник в малък и среден бизнес“

СПЕЦИАЛНОСТ: код 3450501 „Малък и среден бизнес“

УЧЕБНА 2020/2021 ГОДИНА

I. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА

Учебната програма по Бизнес комуникации – теория е предназначена за специалност 3450501 „Малък и среден бизнес“, от професия 345050 “Сътрудник в малък и среден бизнес“.

Учебното съдържание по Бизнес комуникации – теория има за цел да представи систематизирани знания и умения в областта на бизнес комуникациите в организацията, които да допринесат за подобряване на комуникативната, поведенческата и писмената култура на учениците.

II. ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО ПО УЧЕБНИЯ ПРЕДМЕТ

Основни цели на обучението по учебния предмет Бизнес комуникация – теория е учениците да придобият основни знания и умения, които да допринесат за подобряване на комуникативната им компетентност и за формиране на умения за ефективна и успешна бизнес комуникация в организацията, както и да изгради поведенческа и писмена култура на личността, която да е основа за добри бизнес отношения.

III. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА УЧЕБНОТО ВРЕМЕ

IX клас – Бизнес комуникации РПП - Теория

I учебен срок	18 седмици x 2 час = 36 часа
----------------------	-------------------------------------

II учебен срок	18 седмици x 1 час = 18 часа
-----------------------	-------------------------------------

Общо: 54 часа

IV. УЧЕБНО СЪДЪРЖАНИЕ

№	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМАТА	БРОЙ ЧАСОВЕ
	РАЗДЕЛ I ВЪВЕДЕНИЕ В БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИТЕ	5
1	Същност, роля и значение на бизнес комуникациите. Комуникацията като процес. Видове комуникация.	
2	Бизнес комуникации в организацията. Принципи. Видове мотивация. Професионална и административна етика.	
3	Психология в общуването. Видове темпераменти.	
	РАЗДЕЛ II ИЗГРАЖДАНЕ НА КОМУНИКАТИВНА КУЛТУРА НА ЛИЧНОСТТА ЗА ДЕЛОВО ОБЩУВАНЕ. ВЕРБАЛНИ КОМУНИКАЦИИ	10
1	Говор, реч и език. Организация на речта. Стил на говорене. Речеви етикет.	
2	Параезикова модалност на езика. Интонация и интонационни модели.	
3	Ораторско майсторство. Етапи при съставяне на речеви послания.	
4	Делово общуване по телефона. Мобилни комуникации. Телефонен етикет.	
5	Ефективна комуникация. Техники на ефективно слушане.	
6	Барieri и деформации в общуването.	
7	Лъжата като социален феномен.	
	РАЗДЕЛ III ИЗГРАЖДАНЕ НА ПОВЕДЕНЧЕСКА КУЛТУРА НА ЛИЧНОСТТА ЗА УСПЕШНО ДЕЛОВО ОБЩУВАНЕ. НЕВЕРБАЛНИ КОМУНИКАЦИИ	10
1	Езикът на тялото като културологичен проблем.	
2	Човешките предаватели – лице, очи, поглед; мимика и усмивка; жест и поза; походка; разстояние между общуващите.	
3	Маниери – култура на поведение, обслужваща деловото общуване.	
4	Жестове и жестови снопове. Видове ръкуване.	
5	Личностно излъчване на работното място. Фирмена култура.	
	РАЗДЕЛ IV ИЗГРАЖДАНЕ НА ПИСМЕНА КУЛТУРА НА ЛИЧНОСТТА В ДЕЛОВОТО ОБЩУВАНЕ. ПИСМЕНИ КОМУНИКАЦИИ	11
1	Познаване на БДС и международните стандарти за делова кореспонденция. Език, стил, форма и съдържание на	

	документите.	
2	Стандарти при писмени комуникации с бизнес партньори. Видове писма.	
3	Стандарти при писмени комуникации във фирмата. Доклад и докладна записка.	
4	Общадминистративни документи – служебна бележка, удостоверение, декларация.	
5	Стандарти при съставяне на документи за работа (молба/заявление, автобиография (CV), мотивационно писмо/мотивация, препоръка)	
6	Интернет бизнес комуникации в организацията. Електронни комуникации.	
	РАЗДЕЛ V БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ НА ФОРМАЛНИ И НЕФОРМАЛНИ СЪБИРАНИЯ. МЕЖДУФИРМЕНИ КОМУНИКАЦИИ	11
1	Бизнес отношения с клиенти и доставчици. Умението да водим преговори.	
2	Спортът в бизнеса. Конфликтите и тяхното решаване.	
3	Общуването със специални категории хора.	
4	Комуникациите с обществеността. Електронни медии.	
5	Представителни форми на общуване – събирания, конференции, симпозиуми, дискусии. Разработване на план-график.	
6	Бизнес срещи в заведения. Приеми и коктейли. Етикет при хранене.	
7	Облеклото на деловия човек. Делова мода. Етикет при гостувания.	
	РАЗДЕЛ VI БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ С ЧУЖДЕСТРАННИ ПАРТНЬОРИ	7
1	Различни култури – различни нрави. Ключови различия в деловите обноси. Етнически и религиозни различия.	
2	Умението да представим фирмата си чрез презентация.	
	Общо часове:	54

V. ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ОБУЧЕНИЕТО

В края на обучението учениците трябва да формиран знания и умения за:

- същността, ролята и значението на бизнес комуникациите;
- формите и начините за комуникиране в рамките на организацията;
- правилата за провеждане на телефонните разговори в процеса на комуникация;
- спецификата на невербалните комуникации в бизнеса, посланията на езика на тялото и деловата мода в организацията;
- изготвяне на различни видове документи, включително и документи за кандидатстване за работа, както и техните реквизити;
- основните правила при воденето на бизнес преговори и при решаването на конфликти в организацията;
- изисквания при организиране на бизнес срещи и съвещания.

VI. ЛИТЕРАТУРА

1. Георгиева, Н., Бизнес комуникации, Стено, Варна, 2009 г.
2. Бакалова, Е., Бизнес комуникации, Принта-Ком, Смолян, 2011 г.
3. Шаренска, Ем., Ризова, М., Бизнес комуникации, Мартилен, София, 2015 г.

VI. ИЗГОТВИЛИ: Л. Дичева