ЦЕНТЪР ЗА ОБУЧЕНИЕ – БАН

1000 София
ул. „Сердика“ № 4
http://edu.bas.bg

email: tdc-phd@cu.bas.bg
тел.: 02 987 31 67
02 979 52 60

Основна информация:

Име на курса: ***Бизнес комуникации с Китай в контекста на съвременната геополитика***
Business communications with China in the context of modern geopolitics
(This course may also be held in English, upon request).

Лектор: **Доц. д-р Мариана Тиен**
Asoc.prof. Mariana Tian Ph. D.
Секция „Международноправни науки“, ИДП-БАН
Телефон: 0887313055
Имейл: mariana.tian@cu.bas.bg; mar_tian@abv.bg

Хорариум: 30 учебни часа, 20 кредита
Attendance: 30 hours, 20 credits

Анотация:

В контекста на нарастващото глобално влияние на Китай, преобразяващ световната политика, икономика и сигурност и променящ международните отношения, от една страна и засилващото се българо-китайско икономическо партньорство, от друга, курсът предлага интердисциплинарен и трансдисциплинарен подход чрез разнообразни теоретични и емпирични изследователски методологии и инструментариум. **Предназначен е за докторанти в областта на социалните и хуманитарните науки - политолози, икономисти, прависти, психолози, социолози, философи и др.** В тематичен и контекстуален план курсът разглежда китайските бизнес комуникации, които се различават съществено от тези в останалия свят и се основават на дългосрочни отношения, взаимно уважение и строго спазване на йерархията. Бизнесът в Китай е дълъг процес на опознаване и изграждане на доверие, а не „бърза сделка“. **Образователните цели** са свързани с теоретична подготовка и приложна насоченост към китайската бизнес култура, която е пълна с неписани правила, където един жест за секунда може да отвори или затвори врати. Често преговорите с китайски партньори се бавят или стигат до задънена улица и причината не е в цената, а в неволно нарушен етикет. Успехът на източния пазар зависи не само от „цифрите“, а и от умението да се чете между редовете и да се зачитат традициите.

Тематично съдържание на курса:

Модул 1: **Въведение в китайските бизнес комуникации и управление в контекста на съвременната геополитика**

- Тема 1: Развитие на търговията в Древен Китай; Влияние на конфуцианските норми - спазването на традициите и ритуалите, чувство за дълг и справедливост, уважение към по-възрастните, лоялност и великодушие. Същност, елементи, принципи и видове комуникация в ерата на новите технологии.
- Тема 2: Китайското отношение към бизнеса. Понятието „бизнес“ в китайския език (生意 свързва се със „жизнеспособност“, „жизнена сила“, „смисъл на живота“).

Китайски стил на комуникация, недиректно „не“ вместо директен отказ; Спокоен и равномерен тон (избягване на емоции и бурни жестове); Огромно търпение (водене на дълги преговори); комуникационна стратегия и административна етика

Модул 2: **Психология и социология на общуването в Китай. Правни и етични норми.**

- Тема 3: Теоретична постановка, Основни понятия: Информационно (дигитално) общество; Социален и психологически феномен; Субекти, инициатор на контакт и приемник; Страни на общуването: Комуникативна (предаване и приемане на информация), Интерактивна (организация на съвместна дейност и взаимодействие), Перцептивна (възприятие и разбиране на другия човек)
- Тема 4: Комуникации с обществеността. „Говорителската институция“ в Китай. Общуване със специални категории хора
- Тема 5: Особености на личността в комуникацията с китайски бизнес партньори; Китайски методи на мотивация; Ключови концепции като „гуанси“ (关系 guanxi) изграждане на силни лични връзки и мрежа от контакти и „миендзъ“ (面子 mianzi) запазване на авторитета и личната репутация.
- Тема 6: Философска основа на китайската делова култура като сложна съвкупност от ценности (价值), норми (标准), знания (知识) и символи (象征). Китайското разбиране за „печалба“, „прагматизъм“ и „рационалност“.
- Тема 7: Лъжата като социален феномен в китайското общество. Бариери в комуникациите; Спорът в бизнеса; Управление на конфликти. Конфликтите и тяхното решаване. Лице в лице с опонента

Модул 3: **Видове бизнес комуникации в Китай**

- Тема 8: **Вербална комуникация**. Речеви етикет; Организация на речта; Делово общуване по телефона; Делово общуване при мобилните комуникации; Ефективна комуникация
- Тема 9: **Невербална комуникация**. Същност, значение, функции и принципи на невербалната комуникация. Китайски паралингвистични символи. Езикът на тялото в Китай (жестове; ръкостискане; мимика; поглед; усмивка; поза; пространство (разстояние); цялостна визия (стайлинг).
- Тема 10: **Писмена комуникация**. Международни стандарти в писмените комуникации; Основни граматични норми в китайския език, необходими при писмените комуникации; Делова кореспонденция; Китайски стандарти при общоадминистративни, справочно-информационни и документи за кандидатстване за работа
- Тема 11: **Електронни бизнескомуникации**. Китайски системи за корпоративно управление на съдържанието; Електронна поща; „Мигновени съобщения“ (чат съобщения); Телеконферентна комуникация;

- Тема 12: **Нетикет с китайска специфика**. Нормите на поведение в контекста на общуването във виртуалния свят; Новите условия на комуникация и взаимодействието на хората в дигитална среда.
- Тема 13: **Междуфирмени бизнескомуникации**. Бизнес отношения с клиенти и доставчици; Фирмената култура - условие за успех; Преговорите като форма на делово общуване; Същност на преговорите; Китайски тактики за водене на преговори; Комуникативни стратегии; Бизнес преговори; Как се печелят преговори в Китай
- Тема 14: **Бизнескомуникации на представителни събирания**. Китайска публична комуникация; Представителни форми на общуване - събрания, конференции, симпозиуми, кръгли маси, дискусии; Разработване на план-график и разпределение на времето; Бизнес срещи в заведения; Приеми и коктейли; Етикет при хранене в Китай; Подготовка на залата, местата за хранене, менюто; Облекло и аксесоари на деловия китаец. Съвременният гардероб на деловия мъж и бизнес дамата в Китай; Правила за поведение в обществото. Китайски бизнес етикет (официални титли и обръщения; нетуъркинг - фирмени визитки и тяхното споделяне; корпоративни подаръци; „червената опаковка“).
- Тема 15: **Бизнескомуникации с чуждестранни партньори.** Етнически и религиозни различия; Културна дистанция; Ключови различия в деловите обноски; Символика; Етика и протокол

Форми на обучение и оценяване:

Форма на обучение: Лекционни занятия с мултимедийни презентации и дискусии. Присъствено. При необходимост лекциите могат да се проведат и онлайн в платформата ЗУУМ.

Оценяване на курсистите: Комплексна оценка, формирана на базата на активността на курсистите по време на лекции, текущ контрол и въз основа на курсова работа върху предварително избрана тема по време на провеждането на курса, която се представя на заключителното занятие.

Компетентности, придобити в резултат на обучението:

- Запознаване с китайската административна етика и бизнес практики за междуличностно делово общуване;
- Усвояване на ключови концепции и често употребявани или избягвани в речта основни китайски бизнес фрази и изрази;
- Придобиване на умения за подготовка на представителни събития с китайски партньори, избор на подходящ бизнес подарък и др.;
- Овладяване на специфични познания („ръкостискане“, как да се държите на маса с китайци, кога китайското „да“ означава „не“ и други „тънкости“) за китайския бизнес етикет;
- Научаване на стереотипи за оформяне на документи и печелене на преговори в Китай.

Литература:

1. Confucius’ Wisdom —Learn to Be a World Class Leader (English Edition), Издателство FLTRP / Китайска мъдрост / November 2017 孔子的智慧——邁向全球化領導之路（英文版);
2. Nie Shengzhe. Business Management the Chinese Way 《中国人是如何管理企业的》聂圣哲著 112 стр. („Бизнес по китайски“ от Ние Шънджъ). Foreign Language Teaching and Research Press, Beijing, December 2016
3. Seligman, Scott D. Chinese Business Etiquette: A Guide to Protocol, Manners, and Culture in thePeople's Republic of China. 305 pages, 1999 by Grand Central Publishing ISBN: 9780446673877
4. De Mente, Boye Lafayette. The Chinese Way in Business: Secrets of Successful Business Dealings in China. Tuttle Publishing, 2013
5. De Mente, Boye Lafayette & Wallace Patrick. Etiquette Guide to China. Know the rules that make the difference. Tuttle Publishing, 2016, 192 p., ISBN:9780804845199
6. Kaplan, Sam. Challenging China. Smart Strategies for Dealing with China in the Xi Jinping Era. Tuttle Publishing 2021, 226 pages, ISBN:9780804854320
7. Основни понятия в китайската мисъл и култура. Книга първа. Издателство „Изток-Запад“, С. 2017, 144 стр.ISBN: 978-619-01-0156-7
8. Chinese Culture 101: A Guide to China’s Business Culture & Etiquette. Two MacDonnell Road
9. Малинова, Мариана. „Инвестиционната политика на китайския икономически и политически елит на Балканите”, Political, Social, Economic and Cultural Elites in the Central and East-European States in Modernity and Post-Modernity. Hungarian-Bulgarian History Conference Budapest, May 14-15, 2009. Papers. Eds. Gábor Demeter, Penka Peykovska. Sofia-Budapest, 2010. [Series AUXILIARY HISTORICAL DISCIPLINES Vol. VI], pp. 364-384.
10. 玛丽安娜·马林诺娃。 《**中保两国**经济合作的新阶段》(**中文**), **俄**罗斯中亚东欧市场· 《**中国人文社会科学核心期刊要**览》贸易经济专业核心期刊· **中国社会科学院俄**罗斯东欧中亚研究所 (**主**办), 2011**年第**11**期**(**月刊**)总第188**期**, 46—50 页 。 (Мариана Малинова. "Нов етап в китайско-българското икономическо сътрудничество", Сп. Пазарът в Русия, Централна Азия и Източна Европа (Централен орган в областта на търговията и икономиката), Каталог на централните списания в областта на хуманитарните и обществените науки, Китайска академия за социални науки, 2011/11, бр. № 188, с. 46 - 50, ISSN 1671-8453, CN11-4810/D (на китайски език).
11. Малинова, Мариана. "Китайските инвестиции в България – нови тенденции в двустранното икономическо и търговско сътрудничество", Международни отношения (Списание за дипломация, политика и икономика), година XL, брой 2-3/2011, с. 117–138.
12. Малинова, Мариана. „Китайският социален модел в контекста на регионалните и глобални измерения на социалното неравенство и бедност”, Неравенство и бедност:

Тенденции в съвременна България и Европейски контекст. Проект на Фонд научни изследвания № ДОО 2-284/18.12.2008 „Хармонизация на българските национални ценности с ценностите на Европейския съюз: Постижения и проблеми” (съставител Иван Кацарски, под общата редакция на проф. Васил Проданов). Институт за изследване на обществата и знанието, БАН, София, 2011, с. 82–96.

13. Тиен, Мариана Малинова. „Евразийски хоризонти пред българо-китайските финансово-икономически отношения”, Евразийски хоризонти: Минало и настояще (Сб. в чест на проф. д.и.н. Валери Стоянов), Помощни исторически дисциплини, Институт за исторически изследвания – БАН, София, 2011, с. 213- 231, ISSN 0205-2504.