

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А**  
**ДЕПАРТАМЕНТ „ЕЗИКОВО ОБУЧЕНИЕ”**  
**КАТЕДРА „ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИ ЕЗИЦИ”**

---

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

(Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „СПЕЦИАЛИЗИРАН ЧУЖД ЕЗИК - НЕМСКИ”;  
ЗА СПЕЦ: „Международни икономически отношения“; ОКС „бакалавър“  
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5;  
ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.  
КРЕДИТИ: 6

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
ЛЕКЦИИ	0	0
УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	60	4
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1. ....  
( ст.пр. Елена Пенчева)

2. ....  
(ст. пр. Дорина Йосифова)

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

## I. АНОТАЦИЯ

Курсът по немски език има за цел да доразвие общата езикова компетентност на студентите и познанията им по специализирания език. На вниманието на студентите се предлагат разнообразни теми и автентични текстове. Практическите казуси изграждат езикови умения при симулирани ситуации. Модульт дава на обучаемите и интеркултурна информация за бизнес практиките в немскоезиковите страни. Обърнато е внимание както на професионалната комуникативност, така и на развитието на необходимите за студентите в академична среда умения. Включени са разнообразни подходящи упражнения за усвояване и затвърждаване на специализираните и общи езикови познания.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>Тема 1. Produktpolitik</b>				
1.1	Einen Bedarf ermitteln		<b>10</b>	
1.2	Ein neues Produkt entwickeln			
1.3	Produktpräsentation			
1.4	Sortimentspolitik			
<b>Тема 2. Absatzwerbung</b>			<b>12</b>	
2.1	Arten von Werbung. Aufgaben und Wirkungen der Werbung			
2.2	Grundsätze der Werbung			
2.3	Werbeplan und Werbestrategie			
2.3	Unzulässige Werbung			
<b>Тема 3. Absatzwege</b>			<b>2</b>	
3.1	Absatzvermittler			
<b>Тема 4 Marktsegmentierung und Marketing-Mix</b>			<b>6</b>	
4.1	Marktsegmentierung			
4.2	Marketing-Mix			
4.3	Redemittel – grafische Darstellungen versprachlichen			
<b>Тема 5. Messen und Ausstellungen</b>			<b>16</b>	
5.1	Arten von Messen. Kenndaten von Messen auswerten			
5.2	Messeziele für Besucher beschreiben und werten			
5.3	Messeziele des Ausstellers erläutern. Aufgaben definieren			
5.4	Messteilnahme planen. Planungsgespräche führen			
5.5	Messekosten. Auswertung der Messeergebnisse			
<b>Тема 6. Steuern</b>			<b>6</b>	
6.1	Arten der Steuern			
6.2	Steuerverfahren			
6.3	Besitzsteuern. Verkehrsteuern. Verbrauchsteuern			
6.4	Steuern in der EU			

<b>Тема 7. Finanzwirtschaft</b>			<b>4</b>	
7.1	Ziel und Aufgaben			
7.2	Geld und Währung			
7.3	Zahlungsformen im Überblick			
<b>Тема 8. Rechnungswesen</b>			<b>4</b>	
8.1	Ziel und Aufgaben des Rechnungswesens			
8.2	Buchführung und Bilanz			
	<b>Общо:</b>		<b>60</b>	

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

<b>№. по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>	<b>Брой в сем.</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Казус	<b>1</b>	<b>10</b>
1.2.	Презентация	<b>1</b>	<b>20</b>
1.3.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	<b>2</b>	<b>60</b>
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>4</b>	<b>90</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (текуща оценка)	<b>1</b>	<b>30</b>
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>30</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>5</b>	<b>120</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Nicolaus, Sprenger, Weermann - Wirtschaft auf Deutsch
2. Fearn A., Levy - Hillerich D, - Kommunikation in der Wirtschaft.
3. Krause B. - Geschäftskontakte
4. Weidtmann B. - Grundwissen Betriebswirtschaft
5. Becker N., Braunert J.- Alltag, Beruf

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Jörg Grondahl & Martin Lerach: Einfach lernen! Mikroökonomie – Ventus Publishing ApS, 2006
2. Becker, Braunert, Schlenker: Unternehmen Deutsch Grundkurs – Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2004
3. Thommen J.-P.: Managementorientierte Betriebswirtschaftslehre – Zürich: Versus, 2000
4. DUDEN – Wirtschaft, Basiswissen
5. Hering A., Matussek M. - Geschäftskommunikation
6. Dr. Kugler G. Kaufmännische Betriebslehre