

## ВЪВЕДЕНИЕ

---

Работата по международни проекти, в които си партнират организации и експерти от различни държави, налага непрекъснати комуникации, които се осъществяват в межкултурна среда. Предназначението на тази разработка е да изясни основните аспекти на управлението на проектните комуникации, както и спецификите на комуникациите в межкултурна среда в контекста на работата по международни проекти, като резюмира основните направления на теорията и практиката в посочените области с цел да повиши познанията, уменията и компетенциите на експертите по управление на проекти и да ги направи по-успешни в работата им по международни проекти.

Структурата на учебника е подчинена на следната логика: първата част е фокусирана върху основните аспекти на управлението на комуникациите в проекта, а втората – върху межкултурните комуникации, които са неизбежни в работата по международни проекти. По всяка тема в тези две направления са изяснени основните понятия, концепции, теории или модели, както и много примери от международната практика, свързани с тяхното приложение. В края на всяка тема са предложени казуси, ролеви игри, въпроси за размисъл и тестове (както и техните отговори), които подпомагат подготовката на студентите по проблематиката. Стремещът е да се запълни празнотата в учебната и професионалната литература на български език в областта на управлението на комуникациите в международни проекти, без да се повтарят вече добре разработени на български език теми в областта на управлението на проекти по принцип. В този аспект разработката има за цел да допринесе за разширяването на базата за подготовка на експерти в областта на управлението на международни проекти.

Преобладаващата част от публикациите в областите на управлението на проекти и межкултурните комуникации са на английски език. Превесът на американски, британски и немски автори е лесно обясним предвид историята на развитието на управлението на проекти и межкултурните комуникации като академични дисциплини и области на научни изследвания. За улеснение на любопытните читатели в бележки под линия са дадени както библиографични данни за използваните в текста източници, така и пълните интернет връзки, където е налично цялото съдържание на посочените източници. Това се отнася за редица учебници, статии и работни документи, свързани с управлението на комуникациите в проекта.

Повишаването на честотата и естеството на контактите между индивиди и организации от различни държави и произтичащите от тях конфликти са сред най-важните съвременни последствия на икономическата глобализация. Успо-

редно с това се наблюдава и разочарование от липсата на културно „разбиране“ (въпреки наличието на политическо разбирателство в някои случаи) между представители на различните националности. Отношението към мултикултурността в Северна Америка, западноевропейските общества и Япония е ясно осъзнато още след края на Втората световна война, докато в България започва да ѝ се обръща по-сериозно внимание едва към края на миналия век. Публикуваните в България трудове, засягащи икономическите измерения на межкултурните комуникации, са насочени към международния бизнес, мениджмънта и маркетинга. Сред основните публикации в тази интердисциплинарна тематика попадат трудовете на Антоанета Василева (*Василева, А. Комуникации в международния бизнес. София, издателство „Консулт АГ“, 2002*) и Бистра Боева (*Боева, Б. Мениджмънт в условията на интернационализация и глобализация. София, ИК – УНСС, 2014*), а отделни аспекти на международните бизнес комуникации и межкултурните различия са залегнали в редица разработки по международен маркетинг (*Боева, Б., А. Василева. Международен маркетинг. София, УИ „Стопанство“, 2010*), делови преговори (*Стойчев, И., А. Василева и Р. Дитомене. Как да водим делови преговори. Ловеч, издателство „Фабер“, 2002*), международен бизнес (*Лозанов, О. Бизнес зад граница. Методи и форми в практиката на съвременната фирма. София, издателство „Авангард Прима“, 2015*), делово общуване в международния бизнес (*Стойчев, И., А. Василева и Б. Андонов. Делово общуване и преговори в международния бизнес. София, издателство „Нова звезда“, 2006*), култура и международен бизнес (*Дънешка, А. Култура и международен бизнес. Учебно помагало по межкултурно общуване в международния бизнес. София, ИК – УНСС, 2015*), „културономика“ (*Димитров, К. Културономика. София, ИК – УНСС, 2012*), връзки с обществеността (*Христов, Ал. ПП практика: работа с агенции. Рой Комюникейшън, 2012*), бизнес комуникации (*Харизанова, М, Н. Миронова. Бизнескомуникации. София, издателство „Авангард Прима“, 2010*), маркетинг в социалните мрежи (*Slavova, M. et al., in: Heinze, A., G. Fletcher, T. Rashid, A. Cruz (Editors). Digital and Social Media Marketing: A Results-Driven Approach, Routhledge*), глобален мениджмънт и маркетинг (*Стойчев, И., А. Василева, М. Славова, В. Драмалиева, Г. Забунов, Ж. Драганов. Глобален мениджмънт и маркетинг – японският опит. София, УИ „Стопанство“, 2008*) и др.

Извън сферата на икономиката сред българските автори, изследвали проблематиката на межкултурализма, се открояват трудовете на българския социален антрополог Михаил Минков (*Минков, М. Защо сме различни: межкултурни различия в семейството, обществото и бизнеса. София, издателство „Класика и стил“, 2002*), Любомир Стойков и Валерия Пачева (*Стойков, Л. и В. Пачева. Връзки с обществеността и бизнескомуникации. Издателство „От игла до конец“, 2009*) и др. В началото на настоящия век на български език са разпространени и трудовете на някои от най-известните в глобален план автори в тази област, като Хеерт Хофстеде (*Хофстеде, Х. Култури и организации.*

*Софтуер на ума. София, издателство „Класика и стил“, 2001; Хофстеде, Х., П. Пидърсън, Х. Хофстеде. Изследване на културата: упражнения, истории и синтетични култури. Издателство „Класика и стил“, 2003) и др.*

Съзнателно е въведено едно ограничение – с цел избягване на припокривания с учебници и учебни помагала по други дисциплини в областта на управлението на проекти настоящата разработка е фокусирана единствено върху спецификите на управлението на комуникациите в проекта и межкултурните комуникации, без да се навлиза в спецификите на теорията на проектното управление и международните методологии, наръчници и стандарти за управление на проекти.

Учебникът е предназначен за студенти в магистърската програма „Управление на международни проекти“, както и за всички, които имат желание да повишат своите знания, умения и компетенции в областта на разглежданата проблематика.

Учебникът е придружен от диск с допълнителни материали в електронен вариант, в който са включени почти всички източници, използвани при разработването на учебника, както и редица примери за комуникационни планове на проекти, програми, местни инициативни групи, общини и др.