

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – В А Р Н А
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

Приета от ФС: протокол №12/29.04.2024 г.
Приета от КС: протокол №10/15.04.2024 г.

УТВЪРЖДАВАМ:
Декан:
(доц. д-р Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „УПРАВЛЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС“
ЗА СПЕЦ: „Международен бизнес (с преподаване на английски език)“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 4
ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 270 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.
КРЕДИТИ: 9

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.		
• ЛЕКЦИИ	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	195	-

Изготвили програмата:

1.
(гл. ас. д-р А. Шиваров)
2.
(гл. ас. д-р Н. Александрова)

Ръководител катедра:
„Международни икономически отношения“ (проф. д-р В. Димитрова)

I. АНОТАЦИЯ

„Управление на международния бизнес“ предоставя знания за средата, в която се осъществява международния бизнес и за решенията, пред които са изправени мениджърите при управление на международните бизнес операции. Целта на курса е да изгради разбиране за силите, които оказват натиск при формиране на стратегически избор от страна на компаниите и да създаде умения за критична оценка на възможностите и предизвикателствата пред фирмите при осъществяване на тяхната международна дейност. Дисциплината създава основа за разширяване на знанията и формиране на нови умения, свързани с фирмената конкурентоспособност, методите за събиране и оценка на информация и вземане на решения. В семинарните занятия студентите имат възможност да развият умения за вземане на управленски решения в условията на международна конкуренция чрез казуси, симулации и други интерактивни методи. Дисциплината допринася за развитие на гражданска и предприемаческа компетентност, както и на и компетентност на културна осведоменост и изява.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
1. Международен бизнес: същност и съвременно състояние		3	2	
1.1.	Глобализация и международен бизнес			
1.2.	Интернационализация на бизнеса			
1.3.	Управление на рисковете в международния бизнес			
2. Международна бизнес среда		6	3	
2.1.	Политическа среда			
2.2.	Правни системи			
2.3.	Икономически системи			
2.4.	Технологична среда. Трансфер на технологии			
3. Международни пазари		3	2	
3.1.	Същност и класификация на международните пазари			
3.2.	Пазари по географски признак			
3.3.	Пазари по степен на икономическо развитие			
3.4.	Достъп до пазари по страни и сектори			
4. Културни различия и тяхното влияние върху международния бизнес		6	3	
4.1.	Културна среда и културни различия			
4.2.	Елементи на културата и отражението им върху международния бизнес			
4.3.	Межкултурна комуникация			
4.4.	Бизнес етика в международна среда			
5. Стратегии в международния бизнес		3	3	
5.1.	Мотиви за интернационализация на бизнеса			
5.2.	Роля на стратегията за фирмата			
5.3.	Ползи от международна експанзия			
5.4.	Натиск за намаляване на разходите и локализация на продуктите			

5.5.	Стратегически избор: основни стратегии			
6. Организация на международния бизнес		6	2	
6.1.	Организационна архитектура			
6.2.	Основни принципи за структуриране на бизнес организациите: вертикална и хоризонтална диференциация			
6.3.	Видове организационно-управленски структури в международния бизнес			
6.4.	Системи за контрол и стимулиране			
6.5.	Организационна култура			
6.6.	Организационна промяна			
7. Подходи за навлизане на международни пазари		3	2	
7.1.	Основни въпроси при фирмена експанзия			
7.2.	Варианти за навлизане на чужди пазари			
7.3.	Оценка на положителните и отрицателните страни при избор на вариант			
8. Външнотърговски операции		3	3	
8.1.	Експортни операции			
8.2.	Посреднически операции			
8.3.	Реекспорт и международни търговски компенсации			
9. Глобално производство и управление на веригата на доставките		3	2	
9.1.	Решения за локация на производствената дейност			
9.2.	Аутсорсинг			
9.3.	Управление на веригата на доставките			
10. Международен маркетинг и бизнес анализ		3	3	
10.1.	Сегментиране на международните пазари			
10.2.	Маркетингов микс			
10.3.	Разработване на нови продукти			
11. Управление на човешките ресурси в международния бизнес		3	3	
11.1.	Подходи за набиране и развитие на управленски кадри			
11.2.	Контрол при международния мениджмънт			
11.3.	Международни трудови отношения			
12. Счетоводство и финансиране в международния бизнес		3	2	
12.1.	Счетоводни аспекти на международния бизнес			
12.2.	Инвестиционни решения			
12.3.	Финансиране на международната икономическа дейност			
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Курсов проект	1	45
1.2.	Тест	2	50
Общо за семестриалното оценяване:		3	95
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	100
Общо за сесийното оценяване:		1	100
Общо за всички форми на контрол:		4	195

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Hill, C. (2023) *International Business: Competing in the Global Marketplace*. 14th ed. New York: McGraw-Hill.
2. Czinkota, M, Ronkainen, I. and Gupta, S. (2021) *International Business*. 9th ed. Cambridge: Cambridge University Press.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Deresky, H. and Miller, S. (2020) *International Management: Managing Across Borders and Cultures*. 10th ed. Pearson.
2. Hitt, M., Ireland, D. and Hoskisson, R. (2019) *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. 13th ed. Cengage Learning.
3. International Monetary Fund. *World Economic Outlook*. various years.
4. United Nations. *World Investment Report*. New York and Geneva: UN, various years.
5. World Bank, *World Development Indicators*. various years.
6. World Trade Organization. *International Trade Statistics*. Geneva: WTO, various years.
7. World Trade Organization. *World Trade Report*. Geneva: WTO, various years.
8. globalEDGE. <http://globaledge.msu.edu/>

¹ При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.