

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ“

Приета от ФС (протокол №9/ 05.03.2020 г.):

Приета от КС (протокол №7/ 27.02.2020 г.):

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(проф. д-р Ст. Маринов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “МЕЖДУНАРОДНИ БИЗНЕС ОПЕРАЦИИ”;
ЗА СПЕЦ: „КОНКУРЕНТНО И БИЗНЕС РАЗУЗНАВАНЕ“; ОКС „Магистър“
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 /6
СЕМЕСТЪР: 9 за СНУ; 11 за ДНДО;
ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.
КРЕДИТИ: 5

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	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Веселина Димитрова)
2.
(гл. ас. д-р Александър Шиваров)

Ръководител катедра:
„Международни икономически отношения“ (доц. д-р Г. Маринов)

I. АНОТАЦИЯ

„Международни бизнес операции“ 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.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
1. Международен бизнес: същност и съвременно състояние		3	3	
1.1.	Глобализация и международен бизнес			
1.2.	Интернационализация на бизнеса			
1.3.	Рискове за бизнеса			
2. Международна бизнес среда		3	3	
2.1.	Политическа икономия – национални разлики			
2.2.	Правни системи			
3.3.	Културни различия			
3. Международни пазари		3	3	
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. Стратегии и организация на международния бизнес		3	3	
4.1.	Фирмата като верига на стойността			
4.2.	Основни стратегии в международния бизнес			
4.2.	Организационна архитектура на международната фирма			
5. Подходи за навлизане на международни пазари		3	3	
5.1.	Основни въпроси при фирмена експанзия			
5.2.	Варианти за навлизане на чужди пазари			
5.3.	Оценка на положителните и отрицателните страни при избор на вариант			
6. Външнотърговски операции		3	3	
6.1.	Експортни операции			
6.2.	Посреднически операции			
6.3.	Реекспорт и международни търговски компенсации			
7. Международно производство и управление на веригата на доставките		3	3	
7.1.	Решения за локация на производствената дейност			
7.2.	Аутсорсинг			
7.3.	Управление на веригата на доставките			
8. Международен маркетинг, научноизследователска и развойна дейност		3	3	
8.1.	Сегментиране на международните пазари			

8.2.	Маркетингов микс			
8.3.	Разработване на нови продукти			
9. Управление на човешките ресурси в международния бизнес		3	3	
9.1.	Подходи за набиране и развитие на управленски кадри			
9.2.	Контрол при международния мениджмънт			
9.3.	Международни трудови отношения			
10. Счетоводство и финансиране в международния бизнес		3	3	
10.1.	Счетоводни аспекти на международния бизнес			
10.2.	Инвестиционни решения			
10.3.	Финансиране на международната икономическа дейност			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсов проект	1	25
1.2.	Тест	1	15
Общо за семестриален контрол:			40
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	50
Общо за сесиен контрол:			50
Общо за всички форми на контрол:			90

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Зафирова, Ц. и др. *Международен мениджмънт*. Варна: Наука и икономика, 2016.
2. Hill, C. *International Business: Competing in the Global Marketplace*. 9th ed. New York: McGraw-Hill, 2012.
3. Czinkota, M. et al. *International Business*. European ed. Chichester: John Wiley & Sons, 2009.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Дамянов, А. *Международен бизнес*. Велико Търново: Фабер, 2012.
2. Каракашева, Л. *Международен бизнес*. София: Призма, 2007.
3. Годоров, О. *Международно фирмено управление*. Варна: Наука и икономика, 2011.
4. WTO. *Trade Finance and SMEs: Bridging the Gaps in Provision*. Geneva: WTO, 2016.
5. WTO. *World Trade Report*. Geneva: WTO, various years.
6. globalEDGE. <http://globaledge.msu.edu/>