

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – В А Р Н А
Ф А К У Л Т Е Т „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ“

Приета от ФС (протокол №/ дата):

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

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(проф. д-р С. Маринов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „МЕЖДУНАРОДЕН БИЗНЕС“

ЗА СПЕЦ: „Международни икономически отношения“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5

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.
(доц. д-р Г. Маринов)

2.
(ас. д-р Н. Александрова)

Ръководител катедра:
„МИО“ (доц. д-р Г. Маринов)

I. АНОТАЦИЯ

„Международен 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.

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.	Рискове за бизнеса			
2. Международна бизнес среда		3	2	
2.1.	Политическа икономия – национални разлики			
2.2.	Правни системи			
3.3.	Културни различия			
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. Стратегии и организация на международния бизнес		3	2	
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	2	
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. Международни сделки		3	2	
6.1.	Международни сделки - същност			
6.2.	Видове международни сделки			
7. Договор за международна продажба		6	4	
7.1.	Договор за международна продажба – същност и основни клаузи			
7.2.	Права и задължения на страните по договор за международна продажба			
8. Външнотърговски операции		6	4	
8.1.	Експортни операции			
8.2.	Посреднически операции			
8.3.	Реекспорт и международни търговски компенсации			

9. Международно 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, научноизследователска и развойна дейност		3	2	
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	2	
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		6	4	
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	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсов проект	1	65
1.2.	Тест	2	50
Общо за семестриален контрол:		3	115
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	80
Общо за сесиен контрол:		1	80
Общо за всички форми на контрол:		4	195

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Hill, C. *International Business: Competing in the Global Marketplace*. 12th ed. New York: McGraw-Hill, 2018.
2. Czinkota, M. et al. *International Business*. European ed. Chichester: John Wiley & Sons, 2009.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Каракашева, Л. Международен бизнес I част, Призма, 2009
2. Каракашева, Л. Международен бизнес II част, Призма, 2011
3. International Monetary Fund. *World Economic Outlook*. various years.
4. United Nations. *World Investment Report*. New York and Geneva: UN, various years.
5. The 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/>

