РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра  “МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Ваня Григорова) | Приета от ФС, Протокол № 3 от 26.11.2024 г. Приета от КС, Протокол № 5 от 19.11.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Фирмена интернационализация” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-Б-325**  **Брой кредити по учебен план: (4)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-325 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.05/2024 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 9 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост**  **/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **54** | **28** | **54** |
| 1.1. Лекции | 27 | 14 | 27 |
| 1.2. Семинарни занятия | 27 | 14 | 27 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **54** | **80** | **54** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 27 | 40 | 27 |
| 2.2. Академични задания | 27 | 40 | 27 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 10 | 20 | 10 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 10 | 15 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 7 | 5 | 7 |
| **Всичко:** | **108** | **108** | **108** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия** | | |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **55%** | **55%** | **55%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 5% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 10% | 15% | 15% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 40% | 40% | 40% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Тест включващ въпроси с открит и закрит тип и задача.* | **45%** | **45%** | **45%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Фирмената интернационализация е понятие с висока степен на сложност, динамичност и хетерогенност. Много компании се сблъскват с въпроса за разширяване на чуждестранните си пазари по време на своето развитие. Целта на курса е да запознае студентите с основните теории за интернационализация и глобализация на фирмите. Този курс предоставя всеобхватна база за анализ и разбиране на интернационализацията на фирмите и техния бизнес.

Курсът представя различни теории и перспективи за процесите на интернационализация на фирмите и тяхното навлизане на външния пазар. Той също така разработва начина, по който фирмите се сблъскват и са решили да решават различни проблеми, свързани с процеса на навлизане на външния пазар.

Специално внимание ще бъде отделено на:

- теориите и перспективите за интернационализацията на фирмите;

- съвременни тенденции в областта на интернационализацията на фирмите и навлизането на чужди пазари;

- аспекти на вземане на решения, като например кога, къде и как фирмите навлизат на чужди пазари;

- ролята на бизнес мрежите по време на процесите на интернационализация на фирмите;

- ролята на знанията и опита на мениджърите в процесите на интернационализация.

**2.2. Предварителни изисквания**

На входа на дисциплината студентите трябва да са получили знания по фундаменталните общо образователни и икономически дисциплини и по специално по дисциплините Микроикономика, Макроикономика и Основи на международната икономика.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

При обучението на студентите се използват както традиционни методи на преподаване чрез лекции, така и аудио-визуални материали и интерактивни средства. В семинарните занятия се поставя акцент върху:

1) затвърждаване и проверка на знанията от лекционния материал (чрез писмени тестове, въпроси и отговори, дискусия)

2) включване на студентите в учебния процес с цел развиване на аналитично мислене, креативност и работа в екип. Това се постига със:

- самостоятелни задания за събиране и обработка на информация;

- групови курсови разработки и проекти;

- решаване на проблеми и формулиране на изводи чрез брейнсторминг, работа по групи, обсъждане и анализ реални ситуации и казуси.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Акцент при обучението на студентите в дистанционна форма са синхронните лекции и консултации, провеждани чрез интегрираната платформа за електронно и дистанционно обучение с Moodle. Предоставен е достъп до лекционните материали по дисциплината.

Разработени са подходящи интерактивни учебни ресурси:

- интернет връзки с допълнителна и актуална информация по изучаваната тематика от институции и организации, научни или експертни публикации, аудио-визуални материали;

- казуси, курсови задания с възможности за самостоятелна или екипна работа;

- онлайн тестове за самоподготовка, за проверка и оценка на знанията.

С посочените методи и техники се постига затвърждаване на знанията от лекционния материал, развиване на аналитично мислене, креативност, работа в екип.

**2.4. Очаквани резултати**

След участие в курса студентът ще може да:

- дефинира, обяснява и сравнява съответните концепции, перспективи и теории в областта на навлизането на чужди пазари и непрекъснатите процеси на интернационализация на фирмите;

- да се възползват от задълбоченото разбиране на изследванията в областта на интернационализацията и навлизането на чужди пазари, за да могат критично да анализират сложни проблеми, свързани с интернационализацията на фирмата и международната експанзия;

- обсъждат, критично обсъждат и оценяват теории и перспективи в областта на интернационализацията;

- дефинира и обяснява тенденциите и съвременните предизвикателства по отношение на интернационализацията на фирмите и бизнеса;

- прилагат доминиращи теории за действията на съвременната фирма по отношение на тяхната международна експанзия;

- да развиват знания, компетенции и умения за това как да анализират и да се справят с практически и значими проблеми, с които мениджърите могат да се сблъскат при установяване на бизнес операции в други страни;

- да представят решения на проблемите както устно, така и в писмена форма.

**III. разпространение на дисциплината**

Uppsala University, Sweden

Aarhus University, Denmark

Haaga-Helia University, Finland

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА СТОПАНСКИЯ ЖИВОТ** | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| *Генезис на интернационализацията на стопанската дейност. Процеси на глобализация и фирмена интернационализация. Мотиви за фирмената интернационализация. Бариери и рискове при интернационализацията.* |
| **ОСНОВНИ ПОДХОДИ КЪМ МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ** | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *Подходи при избора на начин за навлизане на чужди пазари. Фактори влияещи върху избора на начин за навлизане на чужди пазари.* |
| **ЕКСПОРТНИ МОДЕЛИ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *Същност на експорта. Индиректен и директен експорт. Модели на коопериране при експорта.* |
| **МОДЕЛИ НА СЪВМЕСТНА ДЕЙНОСТ ЗА ИЗЛИЗАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Лиценззиране. Франчайзинг. Субконтракторство.* |
| **НАВЛИЗАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЧРЕЗ ПРЯКО ИНВЕСТИРАНЕ** | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| *Същност и специфика на прякото инвестиране в чужбина. Видове преки чуждестранни инвестиции. Предимства и недостатъци на преките чуждестранни инвестиции.* |
| **Е-ПЕРСПЕКТИВА НА ФИРМЕНАТА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Технологичните промени, като фактор за фирмена интернационализация. Основни аксиоми и прогнози за развитието на фирмите. Модели за навлизане в международно е-пазарно пространство.* |
| **ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИОННИ ТЕОРИИ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Ранни изследвания за фирмената интернационализация. Съвременни концепции за фирмена интернационализация.* |
| **ОРГАНИЗАЦИОННИ СТРУКТУРИ ЗА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА ФИРМИТЕ** | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *Фирмени организационни структури за обслужване на интернационализацията.* |
| **ИЗМЕРВАНЕ НА ФИРМЕНАТА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ** | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| *Възможни направления за измерване на фирмената интернационализация. Инструментариум за измерване на фирмената интернационализация.* |
| **Общо:** | **27** | **27** | **14** | **14** | **27** | **27** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование на**  **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** | |
| **Лекции** | **Семинарни**  **занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X | X |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
| 3.1 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Учебен курс по "Фирмена интернационализация" в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=5731 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Nivoix, S., Chr. Marcon, Firm Internationalization: Intangible Resources and Development, Routledge, 2023 |
| 2. Hill, Charles W.L., ISE International Business: Competing in the Global Marketplace 14th Edition, McGraw-Hill, 2022 |
| 3. Дамянов, Ат., Илиев, Др., Любенов, Здр., Фирмена интернационализация, АИ „Ценов”, Свищов, 2021 |
| 4. Verbeke, Al., I. H. Ian Lee, International Business Strategy: Rethinking the Foundations of Global Corporate Success 3rd Edition, Cambridge University Press, 2021 |
| 5. Hollensen, Svend, Global Marketing 8th Edition, Pearson Educationl, 2020 |
| 6. Дамянов, Ат., Илиев, Др., Любенов, Здр., Фирмена интернационализация, Издателство „Фабер”, Велико Търново, 2014 |
| 7. Вергилова, С., Систематизация на изследванията върху фирмената интернационализация, Годишен Алманах Научни изследвания на докторанти, Книга 7, АИ Ценов, Свищов, 2014 |
| 8. Johanson, J., Vahlne, J-Erik, The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreigness to liability of outsidership, Journal of International Business Studies. Vol. 49, Iss. 9, Palgrave, 2009, p. 1415 |
| 9. Buckley, Peter, Pervez Ghauri, The Internationalization of the Firm, A Reader, Second Edition, Thomson, 2006 |
| 10. Младенова, З., Глобализация и интернационализация на икономиката, Известия Списание на икономически университет- Варна, 1., 2001 |
| 11. Илиев, Др., Фирмените взаимоотношения в дигиталната икономика, Народностопански архив, Свищов, LIII, 2000, №4 |
| 12. Andersen, O., "Internationalization and market entry mode: a review of theories and conceptual frameworks", Management International Review, 1997, 36 (2) |
| 13. Johanson, Jan, Vahlne, Jan-Erik, The mechanism of internationalisation, International Marketing Review, 1990, 7(4) |
| 14. Johanson, J., F. Wiedersheim- Paul. The Internationalization of the firm - four Swedish cases - Journal of Management studies, 1975 |

**6.3. Нормативни документи**



**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. Илиев, Д., Интегриране на българските фирми в новото международно пазарно пространство, АИ "Ценов", 2018, https://dlib.uni-svishtov.bg/handle/10610/4006 |
| 2. Кирев, Любен, От интернационализация към глобализация на икономиката, Международен бизнес, с. 57. http://dlib.eacademy.bg/ |
| 3. Internationalization Theories - Global Marketing, https://www.youtube.com/watch?v=OMJfjU0--MM&t=3s |
| 4. Hermannsdóttir, A., Theoretical Underpinnings of the Internationalization Process, DOI: 10.13140/RG.2.2.24894.59203 |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (доц. д-р Драгомир Илиев) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Драгомир Илиев) |  |