РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра “МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(проф. д-р Маргарита Богданова) | Приета от ФС, Протокол № 11 от 16.06.2021 г.Приета от КС, Протокол № 16 от 31.05.2021 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Фирмена интернационализация” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-Б-326****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-326 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.04/2021 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост****/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 25 | 30 | 20 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 15 | 25 | 15 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 7 | 6 | 12 |
| **Всичко:** | **150** | **150** | **150** |

**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 с въпроси от открит и закрит 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, Макро икономика и Основи на международната икономика.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Използва се комбинация от лекции, семинари със студентски дейности, както и казуси. Лекциите ще предоставят основни познания по централни теми в областта на навлизането на чужди пазари и интернационализацията на фирмите. Участието в семинарите е задължително. Казусите и семинарите са групови.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Използваните методи на преподаване са асинхронни он-лайн лекции, самостоятелно и групово асинхронно он-лайн решаване на казуси, он-лайн дебати и групови дискусии, групови и индивидуални он-лайн проекти.

**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** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *Фирмени организационни структури за обслужване на интернационализацията.* |
| **ИЗМЕРВАНЕ НА ФИРМЕНАТА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ** | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| *Възможни направелния за измерване на фирмената интернационализация. Инструментариум за измерване на фирмената интернационализация.* |
| **Общо:** | **28** | **28** | **14** | **14** | **28** | **28** |

**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. Дамянов, Ат., Илиев, Др., Любенов, Здр., Фирмена интернационализация, Академично Издателство „Ценов”, Свищов, 2021 |
|  2. Дамянов, Ат., Илиев, Др., Любенов, Здр., Фирмена интернационализация, Издателство „Фабер”, Велико Търново, 2014 |
|  3. Дамянов, Ат., Фирмената интернационализация, Библиотека „Стопански свят” №35,. Академично издателство “Д. А. Ценов”. Свищов, 1998. |
|  4. Илиев, Др., Фирмените взаимоотношения в дигиталната икономика, Народностопански архив, Свищов, LIII, 2000, №4 |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Вергилова, С., Систематизация на изследванията върху фирмената интернационализация, Годишен Алманах Научни изследвания на докторанти, Книга 7, АИ Ценов, Свищов, 2014 |
|  2. Младенова, З., Глобализация и интернационализация на икономиката, Известия Списание на икономически университет- Варна, 1., 2001 |
|  3. Andersen, O., "Internationalization and market entry mode: a review of theories and conceptual frameworks", Management International Review, 1997, 36 (2) |
|  4. Buckley, Peter, Pervez Ghauri, The Internationalization of the Firm, A Reader, Second Edition, Thomson, 2006 |
|  5. Hollensen, S., Essential of Global Marketing, Pearson Education Limited, Harlow, Essex, 2008 |
|  6. Johanson, J., F. Wiedersheim- Paul. The Internationalization of the firm - four Swedish cases - Journal of Management studies, 1975 |
|  7. 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 |
|  8. Johanson, Jan, Vahlne, Jan-Erik, The mechanism of internationalisation, International Marketing Review, 1990, 7(4) |

 **6.3. Нормативни документи**

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. Кирев, Любен, От интернационализация към глобализация на икономиката, Международен бизнес, с. 57. http://dlib.eacademy.bg/ |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………(доц. д-р Драгомир Илиев) |
|  …………………………………(гл. ас. д-р Иван Ангелов) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
|  …………………………………(доц. д-р Здравко Любенов) |  |