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-337****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-337 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: АНГЛИЙСКИ | Версия:v.03/2024 |

**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 | 17 | 16 | 17 |
| 2.2.2. Есета/доклади |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 15 | 25 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 15 | 20 | 20 |
| **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.:** | **60%** | **60%** | **60%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 0% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 20% |
| 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 тип.* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **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**

Студентите трябва да имат знания по фундаменталните 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 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *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** | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| *Подходи при избора на начин за навлизане на чужди пазари. Подходът на транзакционните разходи. Фактори влияещи върху избора на начин за навлизане на чужди пазари.* |
| **ЕКСПОРТНИ МОДЕЛИ** | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| *Същност на експорта. Индиректен и директен експорт. Модели на коопериране при експорта.* |
| **МОДЕЛИ НА СЪВМЕСТНА ДЕЙНОСТ ЗА ИЗЛИЗАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ** | 4 | 6 | 2 | 2 | 4 | 6 |
| *Договори за производство. Лиценззиране. Франчайзинг. Субконтракторство.* |
| **НАВЛИЗАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЧРЕЗ ПРЯКО ИНВЕСТИРАНЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Същност и специфика на прякото инвестиране в чужбина. Видове преки чуждестранни инвестиции. Предимства и недостатъци на преките чуждестранни инвестиции.* |
| **Е-ПЕРСПЕКТИВА НА ФИРМЕНАТА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *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** | 6 | 6 | 3 | 3 | 6 | 6 |
| *Ранни изследвания за фирмената интернационализация. Концепцията за жизнения цикъл на продукта. Моделът Упсала за интернационализация. Моделът за анализ на транзакционните разходи. Бизнес мрежи и интернационализация. Теорията за глобално създадените фирми.* |
| **ИЗМЕРВАНЕ НА ФИРМЕНАТА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ** | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 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. Academic course “Internationalization of the Firms” in the Distance learning platform of D. A. Tsenov Academy of Economics, https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=6865 |

 **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, Академично Издателство „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. Dzikowski, P., A bibliometric analysis of born global firms. Journal of Business Research, 2018, 85:281-294 |
|  6. Forsgren, M., A note on the revisited Uppsala internationalization process model - The implications of business networks and entrepreneurship. Journal of International Business Studies, 2016, 47(9), 1135–1144 |
|  7. Casillas, J. C., Barbero, J. L., & Sapienza, H. J., Knowledge acquisition, learning, and the initial pace of internationalization. International Business Review, 2015, 24(1), 102–114 |
|  8. Hennart, J.- F., The accidental Internationalists: A Theory of Born Globals. Entrepreneurship Theory and Practice., 2014, Vol. 38, Issue 1. pp. 117-135. |
|  9. Chetty, S., Johanson, M., & Martin Martin, O., Speed of internationalization: conceptualization, measurement and validation. Journal of World Business, 2014, 49(4), pp. 633–650 |
|  10. Johanson, J., & Vahlne, J. E., The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. Journal of International Business Studies, 2009, 40(9), 1411–1431 |
|  11. Rask, M., Strandskov, J., & Håkonsson, D. D., Theoretical perspectives on the internationalization of firms. Journal of Teaching in International Business, 2008, 19(4), 320–345 |
|  12. Hollensen, S., Essential of Global Marketing, Pearson Education Limited, Harlow, Essex, 2008 |
|  13. Buckley, Peter, Pervez Ghauri, The Internationalization of the Firm, A Reader, Second Edition, Thomson, 2006 |
|  14. Andersen, O., Internationalization and market entry mode: a review of theories and conceptual frameworks, Management International Review, 1997, 36 (2) |
|  15. Knight, G. A., & Cavusgil, S. T., The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory. In Advances in international marketing, 1996, Vol. 8, pp. 11–26 |
|  16. Sullivan, D., Measuring the Degree of Internationalisation of a Firm. Journal of International Business Studies, 1994 |
|  17. Johanson, J. and Vahlne, J.-E., The Mechanism of Internationalization. International Marketing Review, 1990, 7 (4), 11-24 |
|  18. Johanson, J. and Vahlne, J.-E., The Internationalization Process of the Firm - A model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. Journal of International Business Studies, Vol. 8, Spring/Summer, pp. 23-32 , 1977 |

 **6.3. Нормативни документи**

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. Eurofound, Born global: The potential of Job Creation in New International Businesses, 2013, http://goo.gl/fH6LCE |
|  2. Internationalization Theories - Global Marketing, https://www.youtube.com/watch?v=OMJfjU0--MM&t=3s |
|  3. Hermannsdóttir, A., Theoretical Underpinnings of the Internationalization Process, DOI: 10.13140/RG.2.2.24894.59203 |

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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