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“Държавен изпит (МБ)” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-Б-902****Брой кредити по учебен план: (10)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-902 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: АНГЛИЙСКИ | Версия:v.02/2024 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

|  |  |
| --- | --- |
| **Учебна заетост** | **Часове** |
| **Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** |  |
| 1. Самостоятелна работа
 | 90 |
| 1. Онлайн тестове и модули за самоподготовка
 | 35 |
| **Всички:**  | **125** |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия(% от комплексната оценка)** |
| Финален изпит - тест | 100% |
| **Общо за дисциплината:** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на държавния изпит**

Да се затвърдят знанията получени по време на обучението в бакалавърска степен.

**2.2. Предварителни изисквания**

До държавен изпит се допускат студентите, които са завършили семестриално своето обучение. За семестриално завършили се считат студентите, които са приключили успешно последния курс на обучение (положили са всички семестриални изпити) и са получили оценка за преддипломната си практика.

**2.3. Организация на провеждане на държавния изпит**

Държавният изпит за студентите в специалност „Международен бизнес“, с продължителност до три астрономически часа, е под формата на стандартизиран тест от 60 закрити въпроса, всеки с 4 опции и 1 верен отговор.

Въпросите в теста са от 11 дисциплини, изучавани през 4-годишния курс на обучение за ОКС "бакалавър".

Държавният изпит се провежда от комисия, назначена със заповед на ректора. В състава на изпитната комисия влизат преподаватели от катедрата, водеща специалността, и външни за Академията лица, включително изявени специалисти от практиката и представители на работодателите.

**2.4. Очаквани резултати**

След приключването на обучението в бакалавърска степен се формират специализирани знания за проблемите на съвременната световна икономика, различните процеси протичащи в нея, политиките в национален, европейски и глобален мащаб, средата на опериране на стопанските субекти, факторите влияещи върху фирмената дейност, стратегиите за осъществяване на международен бизнес и др.

Изграждат се ценни качества и умения за разрешаване на проблеми от реалната среда; прилагането на интердисциплинарен подход при решаване на практическите проблеми; способност за обработване и селектиране на информация, независимост от външни ресурси и външно влияние; провеждане на научни изследвания и др.

**III. Учебно съдържание**

|  |
| --- |
| **ВЪПРОСИ ЗА ДЪРЖАВНИЯ ИЗПИТ** |
| **ФИРМЕНА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ** |
| Тема 1. Основни подходи към международните пазари
Подходи към избора на модел за навлизане на международния пазар. Фактори, влияещи върху избора на модел за навлизане на международния пазар. Експортни модели. Съвместна предприемаческа дейност за излизане на международните пазари. Навлизане на международните пазари чрез пряко инвестиране. Е-перспектива при интернационализацията на фирмата.

Тема 2. Теории за интернационализацията
Ранни проучвания върху интернационализацията на фирмата. Моделът на жизнения цикъл на продукта. Моделът на интернационализация на Шведска школа (Упсала-модел). Моделът на транзакционните разходи. Бизнес мрежите и интернационализацията. Теорията за „Родени глобални“ фирми (Born Global). |
| **МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГОВ МЕНИДЖМЪНТ** |
| Тема 3. Фактори на международната среда
Икономически фактори. Политически и правни фактори. Културни фактори. Географски, демографски и технологични фактори. Групи за натиск и социална отговорност.

Тема 4. Сегментиране на международните пазари
Философия на сегментирането на международните пазари. Модели за сегментиране на международните пазари. Позициониране на международните пазари.

Тема 5. Решения в международния маркетинг
Производствени решения. Ценови решения. Комуникационни решения. Дистрибуционни решения. Дигитална икономика и е-маркетинг решения. |
| **МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА** |
| Тема 6. Научни теории за международната търговия
Меркантилистки възгледи за международната търговия. Теорията на абсолютните предимства. Теорията на сравнителните предимства. Условия на търговия. Теорема на Хекшер-Олин. Хипотеза на Линдер. Гравитационен модел на международната търговия. Теория на Кругмън.

Тема 7. Външноикономическа политика
Същност и обхват на външноикономическата политика. Избор на външноикономическа политика. Инструменти на външноикономическата политика.

Тема 8. Платежен баланс
Същност и структура на платежния баланс. Отчитане на търговските операции по платежния баланс. Баланс на текущата сметка. Приспособяване на платежния баланс.

Тема 9. Процеси и форми на интеграция
Теоретични концепции за международната икономическата интеграция и предпоставки за нейната поява. Основни етапи при развитието на международната икономическа интеграция и типове интеграционни обединения. Икономически ефекти на митническия съюз. Статичен и динамичен ефект от интеграцията. |
| **ВЪНШНОТЪРГОВСКИ ОПЕРАЦИИ** |
| Тема 10. Организационни аспекти и подготовка за операции по износ и внос
Експортен/ импортен бизнес. Експортен отдел. Импортен отдел. Комбиниран експортно – импортен отдел. Избор на продукт. Проучване и оценка на международен пазар. Избор на контрагент. Рискове за износителите и вносителите.

Тема 11. Установяване на контакти и преговори за сключване на външнотърговска сделка
Оферти и запитвания. Дефиниране и специфика на международните преговори . Технология и стратегии на преговаряне. Бизнес преговори „лице в лице“. Търговски преговори чрез писмена кореспонденция.. Бизнес преговори по телефона.

Тема 12. Договор за международна покупко-продажба
Предмет на договора. Количество на стоките. Качество на стоките. Цена и обща сума на договора. Опаковка, етикетиране и маркиране. Доставка на стоката. Условия за плащане. Приемане на стоката. Гаранции . Рекламации. Санкции (Неустойки).Запазване на собствеността. Клауза за непреодолима сила. Приложимо право и клауза за разрешаване на спорове. Други условия.

Тема 13. Международни търговски термини (Incoterms 2020)
История и обща характеристика на Инкотермс. Описание на международните търговски правила и задълженията на продавачите и купувачите.

Тема 14. Външнотърговски операции
Аукционни операции. Лизингови операции. Посреднически операции. Външнотърговски сделки на компенсационен принцип. |
| **МЕЖДУНАРОДНО УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ** |
| Тема 15. Същност и специфика на международното управление на човешките ресурси
Дефиниране на международното управление на човешките ресурси. Различия между международното и вътрешното управление на човешките ресурси. Фактори, влияещи върху международното управление на човешките ресурси.Организационен контекст.

Тема 16. Планиране на човешките ресурси и анализ и проектиране на работното място
 Планиране на човешките ресурси – дефиниране, цел и подходи. Анализ на работата- същност, методи, резултати. Проектиране на работата – същност и методи.

Тема 17. Подбор и назначаване на международен персонал
Същност на подбора. Етапи на селективния процес. Оценяване ефективността на подбора. Международни назначения.

Тема 18. Мотивиране и международно компенсиране
Процесът на мотивация. Мотивационни теории и стратегии. Компенсиране на международния персонал - цели и основни компоненти. |
| **МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ** |
| Тема 19. Международни пазари – същност, класификация, цени и ценообразуване
Същност и определение на международния пазар. Международни аспекти на мерките за защита на свободната конкуренция. Същност и класификация на международните цени. Множественост на цените и методи за ценообразуване на международните пазари.

Тема 20. Международни пазари за суровини
Международни пазари за минерални суровини. Обща характеристика и особености на търговията с минерални суровини. Състояние и перспективи в производството и търговията с енергийни източници. Международни пазари за аграрни продукти - общ преглед и специфика на производството и потреблението на аграрни продукти и суровини.

Тема 21. Международни пазари за стоки с инвестиционно предназначение
Особености в производството и реализацията на стоки с инвестиционно предназначение. Научно-технически потенциал – международен трансфер и коопериране. Структурни политики на международните пазари. Пазарен механизъм и характер на конкуренцията. |
| **МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС** |
| Тема 22. Статистически подход в сферата на международния туризъм
Статистически подход при определяне на туристическите потоци. Понятиен апарат при определяне на туристическите потоци.

Тема 23. Международен туристически пазар от страна на търсенето и от страна на предлагането
Същност на търсенето на международния туристическия пазар . Еластичност на търсенето на туристическия пазар. Пазарно сегментиране. Предлагане на туристическия продукт – еластичност на предлагането. Равновесие на международния туристически пазар.

Тема 24. Сектор „Туроператорска и агентска дейност“ в международната
туристическа индустрия
Място, роля и същност на туроператора и турагента в международната туристическа индустрия. Организация и система на продажбите на международния туристически пазар. Туроператорски продукт - форми за организиране на продажбите и качество на туроператорския продукт. Сертификация и стандартизация в сферата на туризма. |
| **МЕЖДУНАРОДНИ ОРГАНИЗАЦИИ** |
| Тема 25. Историческа ретроспекция на международното сътрудничество. Ред за образуване и организационна структура на международните организации
Възникването на междуетническото сътрудничество. Международното сътрудничество през Средновековието. Международни организации в предвоенните години. Развитие на набора от цели на международните организации. Лигата на нациите. Международното право като регулатор на отношенията между държавите. Ред за създаване на международни организации. Органи и процес на вземане на решения в международните организации. Основните видове съвременни международни организации.

Тема 26. Международни неправителствени организации. Международни неформални организации.
Историята на появата на МНПО. Цели, задачи, характеристики на функционирането на МНПО. Класификация на МНПО. Ред на взаимодействие между МНПО и другите международни участници. Нарастващата роля на МНПО във вътрешните политически процеси и международното сътрудничество. Дефиниране на неформалните междуправителствени организации (НМПО). Преглед и примери за НМПО. Мястото на НМПО в глобалните дела. |
| **МЕЖДУНАРОДНА ЛОГИСТИКА** |
| Тема 27. Обзор на международната логистика
Значението на логистиката и нейното представяне в областта на международния бизнес. Форми на осъществяване на интернационализация в областта на логистиката. Верига на доставки – определение. Роля и значение на веригата за доставки.

Тема 28. Международен океански и морски транспорт
Видове плавателни съдове и товари. Национална собственост на кораби и корабостроителен капацитет.

Тема 29. Международен въздушен транспорт
Исторически поглед върху развитието на авиацията. Видове въздушни превозвачи на товари. Съвременната авиоиндустрия. Документация и застраховка на въздушни товари |
| **БИЗНЕСКОМУНИКАЦИИ** |
| Тема 30. Основи на комуникацията
Дефиниране на комуникационния процес. Бариери и пречки пред комуникационния процес. Невербална комуникация. Развиване на умения за слушане в процеса на комуникация.

Тема 31. Преки искания
Организационен план на пряко искане. Запитвания. Рекламации. Покани.

Тема 32. Послания с добра новина
Организационен план на послания с добра новина. Положителен отговор. Положителен отговор на запитване за лица. Положителен отговор на рекламации. Послания на добра воля.

Тема 33. Послания с лоша новина
Организационен план на послание с лоша новина. Неизгодни отговори на рутинни послания. Послания с лоша новина по инициатива на подателя.

Тема 34. Убеждаващи послания
Основни етапи при съставяне на убеждаващите послания. Организационен план на убеждаващо послание. Видове убеждаващи послания. |
| **ЕВРОПЕЙСКА ИНТЕГРАЦИЯ** |
| Тема 35. Генезис и еволюция на европейската икономическа интеграция
Причини за възникване на ЕИИ. Историческо развитие и основни договори.

Тема 36. Органи и институции на ЕС
Европейска комисия, Европейски парламент, Съвет на министрите. Палата на одиторите, Европейски съд, Съд от първа инстанция. Европейска централна банка, Европейска инвестиционна банка. Регионален комитет, Икономически и социален комитет. Други органи и институции на ЕС.

Тема 37. Правна рамка на ЕС
Европейско право – първично и вторично право. Институционален модел за вземане на решения. Национално и субнационално равнище на управление.

Тема 38. Вътрешни политики на ЕС
Политика на общ пазар. Обща аграрна политика. Регионална политика на ЕС. Икономическа и валутна политика на ЕС. Други вътрешни политики на ЕС.

Тема 39. Бюджет и фондове на ЕС
Инструменти за финансиране на ЕС. Механизми за финансиране на ЕС. |

**IV. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **4.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Bovee, C. Till, J., Business communications today 11th edition, 2011 |
|  2. Briscoe, D., Schuler, R. International Human Resource Management. Policy and practice for the global enterprise. Routledge, 2004 |
|  3. Buckley, Peter, Pervez Ghauri, The Internationalization of the Firm, A Reader, Second Edition, Thomson, 2006 |
|  4. Cateora, Ph. International Marketing, 5th Edition, Irwin, 2016, NY |
|  5. Cook, Th., Alston, R., Raia, K. Mastering Import and Export Management. Second edition. AMACOM, 2012 |
|  6. Douglas Long. International Logistics: Global Supply Chain Management. 2003. Kluwer Academic Publisher. Massachusetts. USA |
|  7. Dowling, P., Festing, M., Engle, Al. International Human Resource Management. Cengage Learning, 2013 |
|  8. Dzikowski, P., A. bibliometric analysis of born global firms. Journal of Business Research, 2018, 85:281-294 |
|  9. Fenestra R., Taylor A., International Economics, Macmillan Learning, 2015 |
|  10. Fenestra, R. Taylor, A. International Trade, Worth Publishers, NY, 2018 |
|  11. Gerber J., International Economics, 7th Edition. San Diego State University. 2018 |
|  12. Guffey, M. Essential of Business Communication, 8th edition, South-Western College Pub, 2010 |
|  13. Guffey, M. Business Communication: Process and Product, 7th edition, South-Western College Pub, 2011 |
|  14. Gorham, M., Singh, N. Electronic Exchanges: The Global Transformation from Pits to Bits. Elsevier, 2009 |
|  15. Gutner, Tamar. International Organizations in World Politics. American University, USA, 2016 |
|  16. Harris, Ph., McDonald, Fr., European business and marketing, 2nd ed., SAGE, 2004 |
|  17. Hill, C. International Business, 7th ed., McGraw-Hill, NY, 2009 |
|  18. Hofstede, G., Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, Cultures and Organizations: Software of the Mind. 3rd ed., McGraw-Hill USA, 2010 |
|  19. Hollensen, S., Essential of Global Marketing, Pearson Education Limited, Harlow, Essex, 2008 |
|  20. Hudec, R. Enforcing international trade law: the evolution of the modern GATT legal system, Salem: Butterworth Legal Publishers, 2019 |
|  21. INCOTERMS 2020 |
|  22. Johanson, J. and Vahlne, J.-E., The Mechanism of Internationalization. International Marketing Review, 1990, 7 (4), 11-24 |
|  23. 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 |
|  24. Johnson, P.; Thomas B. (eds.); Choice and Demand in Tourism, London: Mansell, 2002 |
|  25. Keegan, W., M. Green, Global Marketing, 5th ed., Pearson Prentice Hall, 2008 |
|  26. Klemperer, P. Auctions: Theory and Practice. Princeton University Press, 2004 |
|  27. Kotabe, M., K. Helsen, Global Marketing Management, 8th Ed., Wiley, 2019 |
|  28. Krugman P., International Economics: Theory and Policy, Pearson; 10 editions, 2014 |
|  29. Marin, D., Schnitzer, M. Contracts in Trade and Transition: The Resurgence of Barter. MIT Press, 2002 |
|  30. Matheson, A., Wall, G. Tourism: Economic and Social Impacts; London, Longman, 1995 |
|  31. Moor, J.E., The Death of Competition: Leadership & Strategy in the Age of Business Ecosystems, N.Y., Harper – Collins, 2017 |
|  32. Mühlbacher, H., H. Leihs, L. Dahringer, International Marketing: A Global Perspective, Third ed., Thomson, 2006 |
|  33. Netzer F. Strategische Allianzen – nachfrageorientierte Problemfelder ihrer Gestaltung, Frankfurt am Main, 2019 |
|  34. Porter, M. E. The Competitive Advantage of Nations. The Free Press, New York, 1990 |
|  35. Rugman, А.М., Verneke, A. Extending the theory of the multinational enterprise: internationalization and strategic management perspectives, Journal of International Business Studies, Nr.34, 2013 |
|  36. Rugman, A. The Regional Multinationals: MNEs and ‘Global’ Strategic Management, Cambridge University Press, Cambridge, 2015 |
|  37. Shaw, G., Williams, M. Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective, Oxford, 2007 |
|  38. Torsten, K. Expansionsstrategien - Marktanalyse und Strategiebausteine, Gabler Verlag, Muenchen-Koeln, 1999 |
|  39. Wood, D.F., Barone, A., Murphy, P., Wardlow, D. International logistics. Second edition. AMACOM, 2002 |
|  40. Zaharieva, G. Export and Import Management. Tsenov Academic Publishing House, ISBN: 978-954-23-1970-2.2021 |
|  41. Zoltan Horvath, Handbook on Handbook on the European Union, 2011 |

 **4.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Andersen, O., Internationalization and market entry mode: a review of theories and conceptual frameworks, Management International Review, 1997, 36 (2) |
|  2. 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 |
|  3. Diegruber, J. Erfolgsfaktoren nationaler europaeischer Linien verkehrsgesel-lscheften im Markt der 90er Jahren, St. Galen, 1991 |
|  4. Dwyer, L., Mellor, R., Livaic, Z., Edwards, D. and Kim, C. Attributes of Destination Competitiveness: A Factor Analysis. 2014, //Tourism Analysis, 9 (1-2) |
|  5. Gao, S. International Leasing: Strategy & Decision. Avebury, First Edition, 2000 |
|  6. Gechev, R. Sustainable Development. University of Indianapolis Press, Indianapolis, 2005 |
|  7. Hennart, J.- F., The accidental Internationalists: A Theory of Born Globals. Entrepreneurship Theory and Practice., 2014, Vol. 38, Issue 1. pp. 117-135. |
|  8. Hentze, J. Grundlagen und Rahmenbedingungen des Dienstleistungsmarketing, Anton Mayer (Hrsg.), Stuttgart, Schaeffer-Poetschel, 1998 |
|  9. Iliev, Dr., Ilieva, D., The impact of cultural heterogeneity on the European integration process, Economic Archive, Year 2014, Issue 3 |
|  10. 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 |
|  11. Sherlock, J., Reuvid, J. The handbook of international trade: a guide to the principles and practice of export. GMB Publishing, 2004 |
|  12. Mirus, R.,Yeung, B., Elgar, E. The Economics of Barter and Countertrade. Edward Elgar, 2001 |
|  13. Stiles, J.; Alliances: Making Them Work, in: Long Range Planning, Vol.27, No. 4, 2014, p.p. 133-137 |
|  14. Wheelwring, S., K. Clark; Revolutionizing Product Development in: Speed, Efficiency and Quality, N.Y., 1992 |

 **4.3. Нормативни документи**

 **4.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. How the European Union works https://eeas.europa.eu/archives/delegations/singapore/documents/more\_info/eu\_publications/how\_the\_european\_union\_works\_en.pdf) |
|  2. Intergovernmental Organizations (IGOs). https://hls.harvard.edu/dept/opia/what-is-public-interest-law/public-service-practice-settings/public-international-law/intergovernmental-organizations-igos |
|  3. http://europa.eu.int/ |
|  4. http://eur-lex.europa.eu/ |
|  5. https://europa.eu/european-union/law\_en |
|  6. http://ec.europa.eu/budget/index\_en.cfm |
|  7. Klaus-Dieter Borchardt, The ABC of European Union law https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/5d4f8cde-de25-11e7-a506-01aa75ed71a1/language-en |
|  8. International Maritime Organization. http://uk-ports.org/international-maritime-organisation |
|  9. International Air Transport Association (IATA) - http://www.iata.org/about/Pages/index.aspx |
|  10. International Transport Organizations. http://tfig.unece.org/contents/international-transport-organizations.htm |
|  11. The International Air Cargo Association (TIACA). https://tiaca.org/abouttiaca |
|  12. The joint WTO & IH&RA Study of Hotel Classification, IND.D.004, 16 April 2004 in: http://www.ih-ra.com/marketplace/WTO\_IHRA\_Hotel\_classification\_study.pdf |
|  13. Vabulas, Felicity Anne and Snidal, Duncan, Informal Intergovernmental Organizations (IIGOs) (2011). APSA 2011 Annual Meeting Paper, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=1900274 |
|  14. www.evropa.en |
|  15. Yearbook of International Organizations. Online database of International Organizations. http://www.uia.org/ |

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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