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 № 4 от 17.12.2024 г.Приета от КС, Протокол № 7 от 10.12.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Фирмена интернационализация” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-304****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-304 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: АНГЛИЙСКИ/БЪЛГАРСКИ | 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 | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **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 | 20 | 31 | 20 |
| 2.2.2. Есета/доклади |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 20 | 20 | 20 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 7 | 10 | 7 |
| **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)* | 5% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 15% | 15% | 15% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 40% | 45% | 45% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**Изпит с поливариантни изпитни тестове.* | **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**

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** | 4 | 1 | 2 | 0 | 4 | 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** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
| *Подходи при избора на начин за навлизане на чужди пазари. Фактори влияещи върху избора на начин за навлизане на чужди пазари.* |
| **ЕКСПОРТНИ МОДЕЛИ** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
| *Същност на експорта. Индиректен и директен експорт. Модели на коопериране при експорта.* |
| **МОДЕЛИ НА СЪВМЕСТНА ДЕЙНОСТ ЗА ИЗЛИЗАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *Лиценззиране. Франчайзинг. Субконтракторство.* |
| **НАВЛИЗАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЧРЕЗ ПРЯКО ИНВЕСТИРАНЕ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *Същност и специфика на прякото инвестиране в чужбина. Видове преки чуждестранни инвестиции. Предимства и недостатъци на преките чуждестранни инвестиции.* |
| **Е-ПЕРСПЕКТИВА НА ФИРМЕНАТА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 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** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
| *Ранни изследвания за фирмената интернационализация. Съвременни концепции за фирмена интернационализация.* |
| **ОРГАНИЗАЦИОННИ СТРУКТУРИ ЗА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА ФИРМИТЕ** | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 |
| *Фирмени организационни структури за обслужване на интернационализацията.* |
| **ИЗМЕРВАНЕ СТЕПЕНТА НА ФИРМЕНАТА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ** | 5 | 3 | 3 | 1 | 5 | 3 |
| *Възможни направелния за измерване на фирмената интернационализация. Инструментариум за измерване на фирмената интернационализация.* |
| **Общо:** | **42** | **14** | **21** | **7** | **42** | **14** |

**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=4015 |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Nivoix, S., Chr. Marcon, Firm Internationalization: Intangible Resources and Development, Routledge, 2023 |
|  2. 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 |
|  3. Hollensen, S., Essential of Global Marketing, Pearson Education Limited, Harlow, Essex, 2008 |
|  4. Buckley, Peter, Pervez Ghauri, The Internationalization of the Firm, A Reader, Second Edition, Thomson, 2006 |
|  5. Andersen, O., "Internationalization and market entry mode: a review of theories and conceptual frameworks", Management International Review, 1997, 36 (2) |
|  6. Buckley, P. J., P. N. Ghauri, The Internationalization of the Firm: A Reader, Academic Pr, 1992 |
|  7. Johanson, Jan, Vahlne, Jan-Erik, The mechanism of internationalisation, International Marketing Review, 1990, 7(4) |
|  8. Johanson, J., F. Wiedersheim- Paul. The Internationalization of the firm - four Swedish cases - Journal of Management studies, 1975 |
|  9. Дамянов, Ат., Илиев, Др., Любенов, Здр., Фирмена интернационализация, Академично Издателство „Ценов”, Свищов, 2021 |
|  10. Вергилова, С., Систематизация на изследванията върху фирмената интернационализация, Годишен Алманах Научни изследвания на докторанти, Книга 7, АИ Ценов, Свищов, 2014 |
|  11. Илиев, Др., Фирмените взаимоотношения в дигиталната икономика, Народностопански архив, Свищов, LIII, 2000, №4 |

 **6.3. Нормативни документи**

 **6.4. Интернет ресурси**

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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