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 № 11 от 16.06.2021 г. Приета от КС, Протокол № 16 от 31.05.2021 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Експортен маркетингов мениджмънт” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-305**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-305 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.02/2021 |

**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 | 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 | 15 | 19 | 15 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 22 | 32 | 22 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 10 | 10 | 10 |
| **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 писмени поливариантни изпитни тестове.* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Курсът по “Експортен маркетингов мениджмънт” е предназначен за студенти от магистърска степен на обучение. Дисциплината включва знания, които очертават контурите на експортния маркетингов мениджмънт. Съдържа процедури за изследване на експортния фирмен потенциал. Разглежда кривата “Джей” и нейната експортна интерпретация. Разглежда технологията за изграждане на експортен/международен маркетингов план: етапи, методи и техники за анализ и прогнозиране на продажбите.

**2.2. Предварителни изисквания**

За ефективното обучение по дисциплината "Експортен маркетингов мениджмънт" е необходимо студентите да разполагат с базови знания за международната търговия и функционирането на глобалната икономика. Студентите трябва да познават основните управленски функции в международните компании и да боравят свободно с основни математически, счетоводни и статистически категории.

**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 онлайн лекции, самостоятелно и групово асинхронно онлайн решаване на казуси, онлайн дебати и групови дискусии, групови и индивидуални онлайн 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 навлизането на чужди пазари, за да могат критично да анализират сложни проблеми, свързани с експорта на фирмата и международната експанзия;

- обсъждат, критично обсъждат и оценяват техники за оценка на екпортния потенциал на чуждестранните пазари;

- дефинира и обяснява тенденциите и съвременните предизвикателства по отношение на експортната дейност;

- 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 експортни операции в други страни;

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

**III. разпространение на дисциплината**

Columbia University, USA

Anglia Polytechnic University

Carinthia University of Applied Sciences, Villach, Austria

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **КОНТУРИ НА ЕКСПОРТНИЯ МАРКЕТИНГОВ МЕНИДЖМЪНТ** | 4 | 1 | 2 | 0 | 4 | 1 |
| *Силата на експорта. Парадигма “Ре Ко Ин”. Парадигма “OLI”. Философия на експортния маркетингов мениджмънт.* |
| **ВЪНШНОИКОНОМИЧЕСКА (ЕКСПОРТНА) ИНТЕРПРЕТАЦИЯ НА КРИВАТА “ДЖЕЙ”** | 4 | 1 | 2 | 0 | 4 | 1 |
| *Класическа визия на кривата “Джей” - J-curve. Външноикономическата (експортна) интерпретация на кривата “Джей”. Граници на нарастване на експорта.* |
| **ОЦЕНКА НА КЛЮЧОВИТЕ ФАКТОРИ ЗА ЕКСПОРТНИЯ УСПЕХ НА ФИРМАТА** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *Конкурентноспособност на експортния пазар. Ключови фактори за фирмен/експортен успех. Показатели за конкурентна сила и слабост на фирмите. Тестване готовността на фирмата за експорт.* |
| **ПОКАЗАТЕЛИ И ТЕХНИКИ ЗА АНАЛИЗ НА ЕКСПОРТНИТЕ ПАЗАРИ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *Показатели за анализ на експортната дейност и пазари. Методи, техники и прийоми за анализ на експортните пазари.* |
| **ПРОГНОЗИРАНЕ ПРОДАЖБИТЕ НА ВЪТРЕШНИЯ И НА ЕКСПОРТНИЯ ПАЗАР** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *Същност на прогнозирането на продажбите. Вътрешно и експортно прогнозиране. Процес на прогнозиране на продажбите.* |
| **МЕТОДИ ЗА ПРОГНОЗИРАНЕ НА ПРОДАЖБИТЕ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *Обзор на методите за прогнозиране на продажбите. Качествени методи за прогнозиране на продажбите. Количествени (статистически) методи за прогнозиране на продажбите. Избор на метод за прогнозиране на продажбите.* |
| **ЦЕНИ НА ЕКСПОРТНИЯ (МЕЖДУНАРОДНИЯ) ПАЗАР** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *Обща характеристика на цените на експортния (международния) пазар. Разгънато съдържание на експортните цени. Схема и процедура за определяне цената на експортния продукт.* |
| **СТАРТИРАНЕ НА ЕКСПОРТНИ ОПЕРАЦИИ НА ФИРМАТА** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
| *Готовност на фирмата за експортни операции. Уточняване на експортния пазар и вида на експорта. Планово – финансово и документално осигуряване на експорта.* |
| **ПРАКТИКИ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА ФИРМЕНАТА ЕКСПОРТНА ДЕЙНОСТ** | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 |
| *Постановка на въпроса. Нуждата от национална експортна стратегия. Нова Зеландия: Bottom-Up развитие на стратегия. Ирландия: Комбиниране на вътрешно инвестиционно насърчаване с развитието на местните експортни възможности.* |
| **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. 1. Дамянов, Ат. “Експортен маркетингов мениджмънт”. Академично издателство "Ценов", 2021. |
| 2. 1. Дамянов, Ат. “Експортен маркетингов мениджмънт”. Фабер, 2008. |
| 3. 2. Дамянов, Ат. “Фирмена интернационализация”. Библиотека “Стопански свят”, издание на СА “Д. А. Ценов”, Свищов, 1998. |
| 4. 4. Дамянов, Ат., “Инвестиции на “кафява поляна” и българската приватизация. Сп. “Бизнес управление”, кн. 4, год. Х, 2000. |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. 1. Тодоров, К., Ат. Дамянов и др. Основи на дребния бизнес, Изд. “Тракия”, С. 2000. |
| 2. 5. Манолов, С., Р. Венков. Електронна търговия. РС World – България, №9, 1997. |
| 3. 2. Дамянов, Ат., Др. Илиев. “Експортният песимизъм срещу експортният оптимизъм”, В.: “Бизнес управление”. Издание на висшата бизнес школа – Свищов, кн. 2, 2000, с. 44-55. |

**6.3. Нормативни документи**



**6.4. Интернет ресурси**



Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (доц. д-р Драгомир Илиев) |
| …………………………………  (гл. ас. д-р Галин Стефанов) |

Ръководител катедра:

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