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“Международен бизнес в дигиталната икономика” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-340**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-340 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.01/2021 |

**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 | 10 | 15 | 10 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 12 | 15 | 12 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 25 | 31 | 25 |
| **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)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 30% | 30% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 30% | 30% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Писменият изпит е под формата на тест със закрити въпроси, на които има един верен отговор* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Целта на дисциплината е да се запознаят студентите със същността на международния бизнес в дигиталната икономика и неговите специфики и особености.

**2.2. Предварителни изисквания**

Курсът се основава на един мащабен вход, обхващащ знания, получени при изучаването на международната икономика, международните икономически отношения, външнотърговската политика и международните пазари.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

В процеса на обучение се използват както традиционни методи на преподаване: четене на лекции; разсъждаване върху казуси и т.н., така и интерактивни методи: брейн-сторминг, обучение в екип и т.н.

***2.3.2 Дистанционна форма***

В процеса на обучение се използват както традиционни асинхронни методи на преподаване: онлайн лекции, решаване на онлайн тестове; онлайн разсъждаване върху казуси и т.н., така и интерактивни методи: онлайн брейн-сторминг, обучение чрез електронна платформа и т.н.

**2.4. Очаквани резултати**

Придобиване на задълбочени знания за: мултиструктурността и високата степен на диверсифицираност на международната среда; видовото многообразие на подходите за опериране на международните пазари, вкл. в технологичен и е-разрез; управленските нюанси на тази дейност и т. н.

**III. разпространение на дисциплината**

The International University in Geneva

Warsaw School of Economics

University of Milano-Bicocca

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}Тема 1. Същност на международния бизнес и еволюцията му в дигиталната икономика** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
|  |
| **${temi#2}Тема 2. Интернационализация на предприемаческата дейност в дигиталната икономика** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
|  |
| **${temi#3}Тема 3. Анализ на възможностите за реализация на международен бизнес в дигиталната икономика** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
|  |
| **${temi#4}Тема 4. Оценка на възможностите за реализация на международен бизнес в дигиталната икономика** | 6 | 2 | 3 | 0 | 6 | 2 |
|  |
| **${temi#5}Тема 5 Основни подходи към реализация на международен бизнес в дигиталната икономика** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
|  |
| **${temi#6}Тема 6 Съвместна международна предприемаческа дейност за успех в дигиталната икономика** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
|  |
| **${temi#7}Тема 7. Международна бизнесстратегия за дигиталните пазари** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
|  |
| **${temi#8}Тема 8. Поведение на международната фирмата в дигиталната икономика. Дигитални предприемачески мрежи** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
|  |
| **${temi\_sum#1}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. Ат. Дамянов, Ив. Марчевски, Др. Илиев, Здр. Любенов. Международен бизнес. Издателство "Фабер", 2015 |
| 2. Василева, А, Международен бизнес. София, Университетско издателства „Стопанство“, 2011 |
| 3. Зафирова, Ц., и др. Международен мениджмънт. Варна, Стено, 2012 |
| 4. Hill, C. International Business. McGraw-Hill, NY, 2011 |
| 5. Keegan, W., M. Green. Global Marketing. Pearson, 2016 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Боева, Б. Мениджмънт в условията на интернационализация и глобализация (глобален мениджмънт). София, Издателски комплекс - УНСС, 2014 |
| 2. Данаилов, Д. Сливанията, придобиванията и поглъщанията в международния бизнес - поуки, нови тенденции и предизвикателства. София, Издателски комплекс - УНСС, 2013 |
| 3. Узунова, Ю. и др. Международен маркетинг. Варна, Наука и икономика ИУ - Варна, 2012 |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Commission Regulation (EC) N° 2790/1999 of 22 Dec. 1999 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices. OJ L336, 29/12/1999 (РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 2790/1999 НА КОМИСИЯТА от 22 декември 1999 година за прилагането на член 81, параграф 3 от Договора за категориите вертикални споразумения и съгласувани практики) |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. https://www.geert-hofstede.com/ |
| 2. http://itim.org |
| 3. http://krypton.mnsu.edu/~jp5985fj/courses/411/PRINCE.html |
| 4. http://www.beri.com/ |
| 5. http://www.prsgroup.com/ |
| 6. http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx |
| 7. https://www.ftc.gov/ |
| 8. http://www.bpo.bg/ |
| 9. http://www.franchise.org/ |
| 10. http://www.unidroit.org |
| 11. http://www.eff-franchise.com/ |
| 12. http://ec.europa.eu/growth/smes |
| 13. http://hbswk.hbs.edu/ |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  ${authors#1}(доц. д-р Здравко Любенов) |
| …………………………………  ${authors#2}(доц. д-р Драгомир Илиев) |

Ръководител катедра:

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