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“Магистърски практикум по Международен бизнес и мениджмънт” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-891**  **Брой кредити по учебен план: (3)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-891 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: АНГЛИЙСКИ/БЪЛГАРСКИ | Версия:v.02/2024 |

**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)** | **28** | **14** | **28** |
| 1.1. Лекции | 14 | 7 | 14 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **47** | **61** | **47** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 24 | 31 | 24 |
| 2.2. Академични задания | 23 | 30 | 23 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 23 | 30 | 23 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 0 | 0 | 0 |
| **Всичко:** | **75** | **75** | **75** |

**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.:** | **90%** | **90%** | **90%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 0% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 0% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 90% | 90% | 90% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:* | **10%** | **10%** | **10%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Да се приложат на практика теоретичните знания получени по време на обучението в магистърската програма. Да се наблюдават и анализират проблеми и казуси, естествено възникващи в реална работна среда и по този начин да се придобият допълнителни знания и умения.

**2.2. Предварителни изисквания**

До "Магистърски практикум" се допускат студентите, които са завършили семестриално своето обучение (положили са успешно всички семестриални изпити).

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Обучението по учебната дисциплина предвижда студентите да приложат на практика знанията, придобити по време на обучението в магистърската програма, чрез разработване на самостоятелни проекти по предварително зададени теми.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Обучението по учебната дисциплина предвижда студентите да приложат на практика знанията, придобити по време на обучението в магистърската програма, чрез разработване на самостоятелни проекти по предварително зададени теми.

**2.4. Очаквани резултати**

В резултат на проведеният "Магистърски практикум" се очаква студентите да обвържат теоретичните си знания от изучаваните специални дисциплини с практиката и по този начин да си разширят и задълбочат знанията, които са получили при аудиторни условия и да формират практически умения.

**III. разпространение на дисциплината**

Fontys Hogeschool ICT, Айндховен, Нидерландия

University of Bath, Бат, Великобритания

University of Huelva, Хуелва, Испания

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **СЪЩНОСТ НА НАЦИОНАЛНАТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1.Трудности при дефиниране на понятието „национална конкурентоспособност”.  2. Детерминанти на националната конкурентоспособност.  3. Конкурентоспособност на нациите според Международния институт за развитие на мениджмънта (IMD).  4. Модел на Съвета за национална конкурентоспособност (NCC) (Ирландски модел).* |
| **ГЛОБАЛНИ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Показатели на световния икономически форум.  2. Показатели на Международния институт за развитие на мениджмънта.  3. Място на България в глобалните класации за конкурентоспособност на националните икономики  4. Сложно съставен индекс на Боуен и Мьозен.  5. Брутният вътрешен продукт като измерител на конкурентоспособността.  6. Сравнителен анализ на доходите и производителността.* |
| **АТРАКТИВНОСТ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ** | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| *1. Ролята на ПЧИ за икономическото развитие на страните.  2. Динамика на ПЧИ.  3. Взаимовръзки между БВП, външната търговия и ПЧИ.  4. Изследване на зависимостта между БВП, ПЧИ, външната търговия и производителността  5. Базисни индикатори за оценка на търговското представяне.  6. Индикатори за измерване на концентрацията и диверсификацията в търговията.  7. Показатели за оценка на конкурентоспособността.* |
| **ОЦЕНКА НА ЕКСПОРТНАТА ЕФЕКТИВНОСТ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Техники и показатели за измерване на експортната ефективност (KPI).  2. Ключови фактори за експортен успех.  3. Анализ на експортните продажби и рентабилност.  4. Бенчмаркинг и подобряване на ефективността.* |
| **ИЗГРАЖДАНЕ НА ЕКСПОРТЕН МАРКЕТИНГОВ МИКС** | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| *1. Експортен продукт. Адаптация срещу стандартизация на продукта. Управление на качеството на експортния продукт. Изисквания за опаковане и етикетиране.  2. Експортно ценообразуване. Фактори, влияещи на ценообразуването. Ескалация на цените. Условия на продажба и плащане.  3. Канали за дистрибуция за експортни пазари. Избор и управление на посредници. Международна логистика и управление на веригата за доставки.  4. Разработване на стратегия за експортна промоция. Участие в търговски изложения. Роля на търговската марка на международните пазари.* |
| **МЕЖДУНАРОДНИ СТРАТЕГИИ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Същността на стратегиите и тяхното видовото разнообразие.  2. Важността на глобалната продуктивност и гъвкавост за изграждането на международната стратегия.  3. Генерични международни стратегии.  4. Взаимовръзка между стратегия, структура и тактика.* |
| **СТРАТЕГИИ ЗА ГЛОБАЛИЗИРАНЕ НА КОМПАНИИТЕ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Времеви стратегии за навлизане на нови пазари.  2. Стратегии за глобализиране на компаниите.  3. От транснационална към глокализационна стратегия.  4. Стратегията „Син океан“.* |
| **МЕЖДУНАРОДНИ СТРАТЕГИЧЕСКИ АЛИАНСИ** | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| *1. Теории, обясняващи природата на международните стратегически алианси.  2. Типология на международните стратегически алианси.  3. Международни съвместни предприятия.* |
| **КЛАСИФИКАЦИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ СТРАТЕГИЧЕСКИ АЛИАНСИ** | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| *1. Вертикални международни стратегически алианси.  2. Междуотраслови международни стратегически алианси.  3. Псевдоконцентрационни международни стратегически алианси.  4. Интеграционни международни стратегически алианси.  5. Комплементарни международни стратегически алианси.* |
| **Общо:** | **14** | **14** | **7** | **7** | **14** | **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: |  |  |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Учебен курс по "Магистърски практикум по Международен бизнес и мениджмънт" в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА „Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=8805 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Външнотърговска специализация и икономически растеж на страните от ЕС. Сборник научно-приложни изследвания. Свищов, АИ "Ценов", 2012. |
| 2. Дамянов, Ат., Илиев, Др., Любенов, Здр., Фирмена интернационализация, Академично Издателство „Ценов”, Свищов, 2021 |
| 3. Захариев, А. Управление на дълга. Свищов, Библиотека "Образование и наука",2012. |
| 4. Захариева, Г. Учебно-методично пособие "Международни икономически сравнения", Свищов, АИ "Ценов", 2017 |
| 5. Дамянов, Ат. “Експортен маркетингов мениджмънт”. Фабер, 2008. |
| 6. Дамянов, Ат., Илиев, Др., Момчев, С., Международни стратегии, Издателство „Фабер”, Велико Търново, 2010 |
| 7. Любенов, З., Г. Стефанов. Международни стратегически алианси. Фабер, 2010 |

**6.3. Нормативни документи**



**6.4. Интернет ресурси**



Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (доц. д-р Галина Захариева) |
| …………………………………  (гл. ас. д-р Галин Стефанов) |

Ръководител катедра:

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