

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ“

Приета от ФС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол №/ дата):

Декан:

(проф. д-р Стоян Маринов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “МЕЖДУНАРОДЕН МЕНИДЖМЪНТ”;

ЗА СПЕЦ: „Мениджмънт“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 8;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 5

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
Т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	75	-

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Цвета Зафирова)

2.
(гл. ас. д-р Силвия Димитрова)

Ръководител катедра:
„Управление и администрация“ (доц. д-р Добрин Добрев)

I. АНОТАЦИЯ

„Международен мениджмънт“ е дисциплина, чиято цел е студентите да получат знания и разбиране, свързани с управленския процес в международния бизнес. Изучават се характеристиката и особеностите на управлението в международни фирми във функционален аспект.

Дисциплината разширява знанията по дисциплините „Теория на управлението“, „Управление на човешките ресурси“ и „Стратегическо управление“ за международната среда, интернационалните стратегии, организацията и персонала на международните фирми, процесите на планиране и контрол, както и някои аспекти от международния маркетинг и финанси. Акцентирано е на управлението на межкултурните различия на основата на културните ценности и религиите. В семинарните занятия студентите ще формират нови умения във вземането на управленски решения в условията на международния пазар посредством казуси, където ще приложат получените знания от теорията по дисциплината.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. СЪЩНОСТ И ЗНАЧЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ МЕНИДЖМЪНТ		3	2	
1.1	Същност, роля и еволюция на международния мениджмънт	1	-	
1.2	Форми и степен на участие на фирмите в международния мениджмънт	1	-	
1.3	Преки чуждестранни инвестиции	1	2	
ТЕМА 2. ВЪНШНАТА СРЕДА ПРИ МЕЖДУНАРОДНИЯ МЕНИДЖМЪНТ		5	6	
2.1	Международни организации и политически риск	1	2	
2.2	Икономическа среда	1	2	
2.3	Социокултурна среда	1	2	
2.4	Международен трансфер на технологии	1		
2.5	Политико-правна среда	1		
ТЕМА 3. КУЛТУРНИ РАЗЛИЧИЯ И ВЛИЯНИЕТО ИМ ВЪРХУ МЕЖДУНАРОДНИЯ МЕНИДЖМЪНТ		10	3	
3.1	Културна среда и културни различия	2	2	
3.2	Елементи на културата и отражението им върху международния бизнес	2		
3.3	Влиянието на религията в международния мениджмънт	6	1	
ТЕМА 4. ПРОЦЕСЪТ НА ПЛАНИРАНЕ В МЕЖДУНАРОДНИТЕ ФИРМИ		3	2	
4.1	Особености на планирането в международния мениджмънт	2	2	
4.2	Подходи при разработването на международни планове и стратегии	1	-	
ТЕМА 5. КОНТРОЛЪТ В УСЛОВИЯТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС		2	2	
5.1	Обхват и съдържание на контрола в международния мениджмънт	1	2	
5.2	Процесът на контрол в международния мениджмънт	1	-	
ТЕМА 6. УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС		5	3	

6.1	Модели на кадрово осигуряване в международния бизнес	3	1	
6.2	Подготовка и развитие на ЧР в международния мениджмънт	1	1	
6.3	Мотивация на персонала в международния бизнес	1	1	
ТЕМА 7. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ФИРМАТА ПРИ МЕЖДУНАРОДНИЯ МЕНИДЖМЪНТ		3	2	
7.1	Същност и основни принципи за структуриране на международните фирми	1	-	
7.2	Видове организационно-управленски структури в международния бизнес	1	1	
7.3	Съвременни организационни форми: мрежови и виртуални структури	1	1	
ТЕМА 8. СТРАТЕГИИ ЗА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА БИЗНЕСА		4	6	
8.1	Стратегии за интернационализация на бизнеса	1	2	
8.2	Стратегии за навлизане на международния пазар	1	-	
8.3	Стратегически алианси	2	4	
ТЕМА 9. КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ		3		
9.1	Същност и видове конкуренция на международните пазари	1		
9.2	Модел на М. Портър за диаманта на конкурентните предимства	1		
9.3	Конкурентоспособност и нейното проявление в международен аспект	1		
ТЕМА 10. МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ		3	4	
10.1	Международни пазари – същност, класификация и особености	1	2	
10.2	Развитие на международния маркетинг	1	-	
10.3	Маркетингов микс	1	2	
ТЕМА 11. МЕЖДУНАРОДНИ ФИНАНСИ		4		
11.1	Валутни курсове и международни договорености	2		
11.2	Финансиране на международната икономическа дейност	2		
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест със затворени въпроси	1	15
1.2.	Казуси	5	20
1.3.	Курсова работа по предварително зададена тема	1	10
Общо за семестриален контрол:		7	45
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	30
Общо за сесиен контрол:		1	30
Общо за всички форми на контрол:		8	75

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Зафирова, Цв., А. Шиваров и др. Международен мениджмънт. Варна: Наука и икономика, 2016
2. Зафирова, Цв., А. Шиваров и др. Международен мениджмънт. Варна: СТЕНО, 2012
3. Зафирова, Цв. Стратегическо управление. Варна: Наука и икономика, 2017

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Александрова, Б. Глобализация и международни отношения. София: УИ „Кл. Охридски”, 2016
2. Боева, Б. Мениджмънт в условията на глобализация и интернационализация. София: УНСС, 2014.
3. Василева, А. Международен бизнес. София: УИ „Стопанство”, 2011.
4. Дамянов, Ат., Марчевски, Ив., Илиев, Др., Любенов, Здр. Международен бизнес. Велико Търново: Фабер, 2012
5. Дамянов, Ат. Въздействия на межкултурните различия върху българския бизнес // Икономика 21, II, 2012, N 2, с. 51-72.
6. Дънешка, А. Култура и международен бизнес. София: УНСС, 2015.
7. Дънешка, А. Межкултурно общуване в международния бизнес. София: УНСС, 2015
8. Зафирова, Цв. Определяне на международната конкурентоспособност: подходи, параметри и показатели за оценката й//Сб. Мениджмънт и предприемачество, 19-20.10.2012, Пловдив, с. 245-251.
9. Зафирова, Цв. Българският бизнес в ЕС. Геа принт. Варна, 2013
10. Илиев, Др. Межкултурните компетенции - необходим актив на съвременния бизнес // Алманах научни изследвания, Свищов: СА „Ценов”, 2013, N 20, с.123-148.
11. Майер, М. Цивилизации и религии. София: НБУ, 2014
12. Маринова, Н. Международен маркетинг. НБУ, 2017
13. Сейфулаева, М.Э. Международный менеджмент. Москва: КНОРУС, 2011
14. Стоименов, М., Тодорова, В. Международни финанси. Пловдив: Тракия –М, 2017
15. Тодоров, О. Международно фирмено управление. Варна: Наука и икономика, 2011
16. David, F., David, F. Strategic Management: A Competitive Advantage: Approach, Concepts. (16th Ed.), Pearson, 2016
17. Deresky, H. International Management: Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases (9th Ed.). Pearson, 2014
18. Deresky, H. International Management: Managing Across Borders and Cultures (9th Ed.). Pearson, 2017
19. Doh, J., Luthans, F. International Management. Culture, Strategy and Behavior. McGraw-Hill, 2018
20. Hill, Ch. Global Business Today, 7th ed. Boston: McGraw-Hill, 2011
21. Hitt, M., Ireland, L., Hoskisson, R. Strategic Management: Competitiveness and Globalization- Concepts and Cases. Cengage, 2015
22. Phillips, M., Gully, St. Strategic Staffing. Global Edition. (3-dt Ed.) Pearson, 2015
23. Zafirova, Tz. Business Internationalization in CEEC: cooperation model and forms, problems and drawbacks// Innovation Technologies in economic and business-education”, Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives, Belarus, 2013, pp.272-277.