



<b>Наименование на учебната дисциплина</b> <b>МЕЖДУНАРОДЕН БИЗНЕС</b>	
<b>Титуляри на курса: Доц.Д-р Мирослава Христова</b>	
<b>Характер на дисциплината</b> <b>Изборен</b>	<b>Образователно-квалификационна степен</b> <b>Бакалавър</b>
<b>Година – III-та</b>	<b>Семестър – VI-ти</b>
<b>Кредити - 3</b>	<b>Часове:</b> <i>Аудиторна натовареност - 30</i> <i>Извънаудиторна натовареност - 60</i>
<b>Характер на обучението</b> <b>Редовна форма</b>	<b>Език на обучението</b> <b>Български</b>

### **Съдържание на дисциплината (анотация)**

Дисциплината запознава студентите с основните теории и подходи, приложими по отношение на бизнеса в международен план : анализ на конкурентното предимство в международен план, международна обкръжаваща среда, фактори на външната среда в международен план, финансови, политически, икономически, правни и пр.аспекти на правенето на бизнес в повече от една държава. Студентите ще добият знания, които ще им позволят да провеждат анализи и проучвания за потенциални страни за инвестиране, да осъществяват оценяване на конкретни инвестиционни решения. Дисциплината дава умения за прилагането на получените знания за анализа и разработването на ефективни решения в областта на международния бизнес.

### **Цели на курса**

Преминавайки курса студентите трябва да знаят:

- Основните елементи на анализа на бизнеса в международен план;
  - Концепциите, принципите и подходите, използвани в анализа на конкурентното предимство в международна бизнес-среда;
  - Да разбират същността на политическите, финансови, икономически, и пр.фактори и ролята им за успешно развитие на бизнеса в международна среда;
  - Да усвоят прилагането на различните аналитични модели и подходи към намирането и оценяването на инвестиционни решения в международен план;
- Преминавайки курса студентите трябва да могат:
- Да комбинират успешно различни аналитични модели и подходи към намирането и оценяването на инвестиционни решения, подходящи за определена организация в международен план;
  - Да реализират диагностика и създават план за навлизане на съответен международен пазар.

### **Връзка с други дисциплини от учебния план**

Международна икономика, Основи на управлението, Маркетинг, Международен маркетинг.

### **Методи на преподаване**

Интерактивни лекции, проект, презентации, казуси

### **Извънаудиторна натовареност на студентите**

Извънаудиторната натовареност на студентите обхваща:

- подготовка на курсов проект – 20 извънаудиторни часа;
- подготовка на презентации – 20 извънаудиторни часа;
- подготовка за заключителен изпит – 20 извънаудиторни часа.

### **Форма на контрол и методи на оценяване**

Дисциплината завършва с изпит. Заключителният изпит е писмен и се състои от 6 кратки въпроса, обикновено свързани с кратка характеристика на същността на един или фактор от областта на международния бизнес, представяне на аналитични модели и подходи в тази област и начини за справяне с практически проблем от международния бизнес. При правилен отговор на всеки въпрос студентът получава до 1 точка. Сумата от точките дава оценката. Студентите получават оценка от курсовия проект, който са разработили самостоятелно по избрана от тях тематика в областта на международния бизнес и който надгражда техните разработени и представени презентации в същата област по време на семестъра, за които също получават оценка. Окончателната оценка се оформя на базата на посочените три оценки и допълнителни въпроси на преподавателя върху представените материали (проект, презентации, изпит) и върху цялата материя на курса.

## **СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА:**

### **А. Лекции:**

№	Тема:	Бр.ч.:
1.	Международния бизнес: Въведение в проблематиката	2
2.	Правната, политическата и икономическата среда на бизнеса в международен план	2
3.	Социалната и културна среда на международния бизнес	2
4.	Теория на международната търговия. Правителствени влияния върху търговията	2
5.	Преки чуждестранни инвестиции. Международен обмен.	2
6.	Валутни курсове. Финансови пазари за международните операции.	2
7.	Регионална икономическа интеграция.	2
8.	Влияние на мултинационалните компании в международна икономика.	2
9.	Международна бизнес-дипломация.	2
10.	Глобални източници на суровини, производство, и експортни стратегии.	2
11.	Стратегически съюзи.	2
12.	Избор на страни за инвестиране. Оценка на пазарите за инвестиции. Аналитични модели, подходи и техники. Особенности на тяхното използване и приложение.	2

13.	Финансово счетоводство и данъчни функции в международен план. Международни финанси.	2
14.	Управление на човешките ресурси в международен план.	2
15.	Обобщение.	2
	Общо:	30

### Основна литература:

- Бънкова, А. (2004). *Организационната теория и проектирането на организации*. ИПЗ на Техническият университет-София, филиал Пловдив.
- Христова, М. (2011). *Международни бизнес-стратегии*. Академично издателство „Проф.Марин Дринов”.
- Birkinshaw, J. (2002) ‘Managing internal R&D networks in global firms’, *Long Range Planning*, Vol 35, pp245–67.
- Calori, R., Atamer, T. and Nunes, P. (2000) *The Dynamics of International Competition*, Sage, London.
- Dussauge, P., Garrette, B., and Mitchell, W. (2000). *Learning from competing partners: Outcomes and durations of scale and link alliances in Europe. North America and Asia. Strategic Management Journal*. (21) (2), 99 126.
- Ghemawat, P. (2003) ‘Semiglobalization and international business strategy’, *Journal of International Business Studies*, Vol 34, pp138–52.
- Grant, R. M. (2008). *Contemporary Strategy Analysis*, 6th Edition, Blackwell Publishing Ltd, Wiley.
- Gulati, R., Nohria, N., and Zaheer, A. (2000). *Strategic networks. Strategic Management Journal*. (21) (3), 203 15.
- Gupta, A. K., and Govindarajan, V. (2000). *Knowledge flows within multinational corporations. Strategic Management Journal*. (21) (4), 473 96.
- Harding, J. (2001) ‘Globalisation’s children strike back’, *Financial Times*, 11 September, p14.
- Hitt, M. A., Dacin, M. T., Levitas, E., Arregle, J-L., and Borza, A. (2000). *Partner selection in emerging and developed market contexts: Resource-based and organizational learning perspectives. Academy of Management Journal*. (43) (3), 449 67.
- Hristova, Miroslava (2011). *La stratégie : ses défis, ses complexités*. Édition Académie des Sciences Bulgarie.
- Johnson, G., Scholes, K. and T.Whittington (2009) *Exploring Corporate Strategy Text and Cases*, 8th Edition, London: Prentice Hall.
- Leknes, H. M. and Carr, C. (2004) ‘Globalisation, international configurations, and strategic Implications: The case of retailing’, *Long Range Planning*, Vol 37, pp29–49.
- Pettigrew, A. M., Massini, S. et Numagami, T. (2000) ‘Innovative forms of organizing in Europe and Japan’, *European Management Journal*, 18(3): 259-73.
- Rugman, A. M. (2000) *The End of Globalization*, Random House, London.
- Rugman, A. M. and Verbeke, A. (2003a) ‘Regional multinationals: the location-bound drivers of global strategy’.
- Saunders, C., Van Slyke, C. and Vogel, D. R. (2004) ‘My time or yours? Managing time visions in global virtual teams’, *Academy of Management Executive*, Vol 18, No 1, pp19–26.
- Tallman, S. (2008). *Global Strategic Management*. In : Handbook of Strategi Management. 3rd Edn. Edited by M.Hitt, R.E.Freeman, and J.Harrison. Blackwell Publishing.
- Tallman, S. and Pedersen, T., (2011) *The Launch of Global Strategy Journal : Comments form the Co-Editors*, Global Strategy Journal, Vol.1, N1-2, May 2011.
- Tallman, S., and Fladmoe-Lindquist, K. (2000). *Resource and competence-driven global strategies*. In R. Sanchez and A. Heene, *Advances in Applied Business Strategy*. 6A: 229 48. Stamford, CT: JAI Press.
- Young, G., Smith, K. G., Grimm, C., and Simon, D. (2001) *Multimarket contact, resource heterogeneity, and rivalrous firm behavior. The Journal of Management*.

### Допълнителна литература:

- Godet, M. (2007) *Manuel de prospective stratégique*, Dunod.
- Ghemawat, P. and Ghadar, F. (2000) ‘The dubious logic of global megamergers’, *Harvard Business Review*, July/August, Vol 78, Issue 4.
- Grundy, T. (2006) *Gourous du management, 40 grands penseurs de la stratégie*, Organisation Eds D’.
- Helfer, J.-P., Kalika, M. et Orsoni, J. (2010) *Management, stratégie et organisation*, Vuibert.
- Lynch, R. (2003) ‘Glitches in global strategy? Some evidence from the food and drink industry’, *Paper presented at the Academy of Management*, Seattle, August.

- MacMillan, I., Van Putten, S. and McGrath, R. (2003). *Global gamesmanship*. Harvard Business Review, vol.81, n5, pp.62-71.
- Meier, O. (2011) *Diagnostic stratégique*, Dunod.
- Morrison, A., Bouquet, C., Beck, J. (2004) 'Netchising: the next global wave?', *Long Range Planning*, Vol 37, No 1, pp11–28.
- Oktemgil, M., Greenley, G. E., and Broderick, A. J. (2000). *An empirical study of isolating mechanisms in UK companies*. *European Journal of Operational Research*. (122) (3), 638 55.
- Palich, L. E., Cardinal, L. B., and Miller, C. C. (2000). *Curvilinearity in the diversification-performance linkage: An examination of over three decades of research*. *Strategic Management Journal*. (21) :155 74.
- Pettigrew, A. M., Whittington, R., Melin, L., Ruigrok, W., Sanchez-Runde, C. et Van den Bosch, F. (eds) (2002) *Innovative Forms of Organizing: Complementarities and Dualities*. London: Sage.
- Pitts, R. A. and Lei, D. (2000). *Strategic Management: Building and Sustaining Competitive Advantage* (2nd edn.). Cincinnati: South-Western.
- Priem, R. L., and Butler, J. E. (2001). *Is the resource-based 'view' a useful perspective for strategic management research* *Academy of Management Review*. in press.
- Thiéart, R.-A. (2001) *Stratégies : actualité et futurs de la recherche*. Vuibert.
- Thiéart, R.-A. et Xuereb, J.-M. (2008) *Stratégies: concepts, méthodes, mise en oeuvre*. 2ème éd. /Raymond-Alain Thiéart, Jean-Marc Xuereb. Paris : Dunod, DL.
- Wheelen, T. L. and Hunger, J. D. (2000). *Strategic Management and Business Policy: Entering 21st Century Global Society* (7th edn.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

**Съставил програмата: Доц.д-р Мирослава Христова**

**Дата: 15.06.2012г.**