



**ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ “НЕОФИТ РИЛСКИ”**

2700 Благоевград, ул. Иван Михайлов, 66  
Tel. + 359 /73/ 8855 01, Fax: + 359 /73/ 8855 16

E-mail: [info@swu.bg](mailto:info@swu.bg)  
<http://www.swu.bg>

## **Катедра “Мениджмънт и маркетинг” Информационен пакет ECTS**

### **Специалност Бизнес мениджмънт и предприемачество**

### **Магистърска програма: Мениджмънт и маркетинг на международния бизнес**

#### **ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА**

Обучението в магистърската програма е предназначено за студенти завършили ОКС "бакалавър" или "магистър" в професионални направления 3.7. Администрация и управление, 3.8. Икономика и 3.9. Туризъм.

Обучението за придобиване на професионална квалификация по “Мениджмънт и маркетинг на международния бизнес” в образователно – квалификационна степен “Магистър” се осъществява в рамките на професионално направление 3.7. Администрация и управление. Целта на обучението е да подготви специалисти със знания и компетентност за професионална изява като ръководители, експерти, консултанти в областта на международния бизнес.

Завършилите тази магистърска програма могат да работят като:

- ръководители на всички управленски равнища; маркетингози; специалисти в международните отдели на предприятията, браншовите и други организации; експерти по управление и мениджмънт на международния бизнес; експерти и специалисти по извършване на маркетингови проучвания, оценка на пазарите и разработване маркетингови стратегии; съветници на мениджърите по проблемите на международния бизнес; консултанти по мениджмънт и маркетинг на международния бизнес; в институции и органи на държавно и общинско управление, свързани с индустрията и производството; банки, инвестиционни дружества, консултантски фирми; експерти в структурите и органите на ЕС и други международни институции.

#### **КОМПЕТЕНЦИИ, КОИТО ПРИДОБИВАТ СТУДЕНТИТЕ:**

- знания и умения в широк икономически, социален и управленски аспект, които да обогатят и доразвият получената основа в това направление от завършената образователно- квалификационна степен “Бакалавър”;

- задълбочено овладяване на актуалните проблеми на мениджмънта и маркетинга на международния бизнес в областта на:

- международната икономика, конюнктурата на международните стокови пазари, международните финансови пазари, мениджмънта в глобална среда, международния финансов мениджмънт;

- международния маркетинг, международните търговски институции и деловите преговори и общуване в международния бизнес;
- митническият контрол в ЕС.
- придобиване на способност за интегрално прилагане на придобитите знания;
- придобиване на основни познания за особеностите, структурата, мениджмънта и маркетинга на международния бизнес;
- способност да управлява корпоративните финансови активи;
- знания и умения за разработване и управляване на маркетинговата политика в международния бизнес;
- управление на предприемаческата дейност в международното пространство.

Квалификационната характеристика на специалността "Бизнес мениджмънт и предприемачество" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по мениджмънт и маркетинг на международния бизнес" е основен документ, който определя разработването на учебния план и учебните програми. Тя е съобразена със Закона за висшето образование, с Наредбата за държавните изисквания за придобиване на ОКС "Магистър", "Бакалавър", "Специалист" и с Правилниците на ЮЗУ "Неофит Рилски".

## СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.7. АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ  
 СПЕЦИАЛНОСТ: БИЗНЕС МЕНИДЖМЪНТ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО  
 ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР  
 МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА: МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС  
 ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ НА  
 МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС  
 ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

<b>Първа година</b>			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Международна икономика	3.0	1. Международен маркетинг	3.0
2. Конюнктура на международните стокови пазари	6.0	2. Международни търговски институции	3.0
3. Международни финансови пазари	6.0	3. Международни предприемачески обединения	3.0
4. Мениджмънт в глобална среда	6.0	4. Митнически контрол в ЕС	3.0
5. Международен финансов мениджмънт	6.0	5. Избираема дисциплина	3.0
6. Избираема дисциплина	3.0	Държавен изпит или защита на дипломна работа	15.0
<b>Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина)</b>		<b>Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина)</b>	
1. Електронен маркетинг	3.0	1. Европейско стопанство	3.0
2. Международни преговори и общуване в международния бизнес	3.0	2. Комуникационна политика	3.0
3. Международни публични финанси	3.0	3. Международна спедиция	3.0
4. Управление на международни проекти	3.0	4. Управление на бизнес процеси	3.0
	Общо 30		Общо 30

**ОБЩО ЗА 1 УЧЕБНА ГОДИНА: 60 КРЕДИТА**

**ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ**  
**Специалност: Бизнес мениджмънт и предприемачество**  
**Магистърска програма: Мениджмънт и маркетинг на международния бизнес**

**МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА**

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 1**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Учебната дисциплина включва проблемите на международните икономически отношения в края на 20-ти и началото на 21-ви век в условията на все по-глобализиращото се световно стопанство. Лекционният курс запознава студентите със структурата на международната икономика и международните икономически отношения, механизма и спецификата на тяхната реализация, основните тенденции и особеностите на развитието им в началото на новия 21 век. По-конкретните задачи, които се преследват са свързани с разкриване същността на отворения тип икономически отношения, международното разделение на труда и обусловените от това международна търговия, международно движение на капитала, международна миграция на работната сила, формирането и функционирането на свободни икономически закони и международни корпорации. На анализ се подлагат и международните валутни отношения и международните валутни и финансово-кредитни пазари. Отделено е специално внимание на спецификата на икономическите отношения с развиващите се страни и “новите индустриални страни”. Международните интеграционни процеси и по-конкретно западноевропейската икономическа интеграция се разглеждат като обективно следствие на глобализиращото се световно стопанство. Всички тези процеси и явления рефлектират непосредствено върху националното стопанство на България, което прави актуален в края на курса анализът на външноикономическата политика на нашата страна.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Международно разделение на труда - обективна основа за развитието на международната икономика. Същност и структура на световната икономика. Световната търговия. Международните корпорации в системата на МИО. Международната валутно-финансова система. Международна икономическа интеграция. Свободните икономически зони. Макроикономическо регулиране на световната икономика

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

**КОНЮНКТУРА НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ СТОКОВИ ПАЗАРИ**

**ECTS кредити: 6**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 1**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Курсът има за цел да запознае студентите с изключително важна проблематика и е с голямо значение за техния бъдещ професионализъм – тази за международните пазари, тяхната конюнктура и нейното прогнозиране. В условията на пазарна икономика, без познаването на тенденциите в развитие на международните пазари, на които се купува или продава е немислим успешния бизнес на фирмите. Ето защо на лекциите и на семинарните занятия студентите ще имат възможност да се запознаят със същността и териториите на международните пазари, с методите и подходите, с предпоставките за изучаване, оценка и прогнозиране на конюнктурата на тези пазари. Специално внимание се отделя и на особеностите на изучаването и прогнозирането на пазарите на големи стокови групи – суровини и готови изделия. Въпросите се разглеждат във взаимна връзка и зависимост и на база на постиженията на теорията и практиката в тази област. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания и

умения по преподавания материал, изучавайки спецификата на международните пазари; определяне на бизнес средата и основните фактори, които определят състоянието и развитието на пазарите.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Същност и видове международни пазари. Определяне, характеристика и причини за изучаване на пазарната конюнктура. Определения за конюнктура. Особености на конюнктурата. Необходимост от изучаване на конюнктурата. Теории за конюнктурата. Фактори, които определят конюнктурата. Система от показатели за изучаване на конюнктурата. Конюнктура и цени. Организационни въпроси на анализа и прогнозирането на конюнктурата. Методи за изучаване и прогнозиране на конюнктурата. Източници на информация за изучаване и прогнозиране на конюнктурата. Специфика и методология на изучаване и прогнозиране на конюнктурата на пазари на суровини и горива. Специфика на изучаване и прогнозиране на конюнктурата на пазарите на машини и съоръжения

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## МЕЖДУНАРОДНИ ФИНАНСОВИ ПАЗАРИ

**ECTS кредити: 6**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 1**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Курсът има за задача да запознае студентите с основите на теорията на капиталовите пазари, както и с най-важните институционални основи на борсовата търговия и другите финансови операции. Материалът е подбран в съответствие с предвидения хорариум и спецификата на специалността, като в рамките на разумен компромис между теоретичния и емпиричния материал се дава приоритет на връзката между икономическата теория и реалното пазарно поведение на инвеститорите, емитентите и останалите пазарни агенти. С тази цел се разглеждат някои теми, които не фигурират в учебните програми по борси и финансови пазари за другите икономически специалности. Дисциплината е една от основните дисциплини при обучението на специалисти с висше икономическо образование, специализиращи в областта на финансите. Тя конкретизира множество теоретични положения, свързани с микро и макроикономиката, давайки същевременно конкретни практически познания, необходими за успешна работа в конкурентна пазарна среда.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Финансова система. Финансови пазари и финансови посредници. Теория на финансовите пазари - ТЦКА. Теория на финансовите пазари - Арбитражна теория. Теория на финансовите пазари- Теория на пълните пазари. Теория на финансовите пазари - деривативни пазари. Теория на финансовите пазари-информационна ефективност. Теория на финансовите пазари - емпирични аспекти. Парични и борсови пазари, отражение на макроикономическата политика. Теоретични подходи в областта на парично-кредитната и фискалната политика и отражението им върху финансовите пазари. Валутни пазари и движение на капитали. Теория на оптималните валутни зони, единен финансов пазар на ЕС, еврозона. Финансов надзор и саморегулиране. Български финансов пазар и БФБ. Приложение на теориите, свързани с капиталовите пазари към българския финансов пазар

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## МЕНИДЖМЪНТ В ГЛОБАЛНА СРЕДА

**ECTS кредити: 6**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 1**

**Седмичен хорариум:** 3л + 1су

**Вид на изпита:** писмен

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Лекционният курс в структурно отношение обхваща основни теоретико-методологични и приложни знания относно динамичната и актуална проблематика на методите и формите на управление на сложните външнотърговски и външноикономически операции, осъществявани от съвременната национална и интернационална компания. Целта на учебната дисциплина е да разшири познанията на студентите по проблемите на мениджмънта в глобална среда и на тази база да допринесе за придобиване на комплексна многофункционална подготовка без да дублира основни въпроси, които са предмет на други учебни дисциплини. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: Да се разширят подготовката и знанията на студентите по проблемите на мениджмънта в глобална среда, в условията на изключителен динамизъм в развитието на световното стопанство, както и на отделните страни. Да се изяснят спецификата на обекта и субекта и методите на управление, прилагани по отношение на външноикономическата дейност, осъществявана в условията на динамичното международно обкръжение. Въз основа на теоретично-фундаменталните начала се прави преход към подробно изясняване на интернационалните параметри на функционалноориентираното управление на равнище фирма.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Интернационализацията и глобализацията на стопанската дейност и съвременния мениджмънт. Икономически и управленски теории за фирмата. Практически възгледи и определения за фирмата в контекста на вътрешностопанската и международната дейност. Теоретични основи и понятия за мениджмънт в глобална среда. Основни характеристики на мениджмънта в глобална среда. Мениджмънт в глобална среда от перспективата на модерните теории за транснационалния и глобалния капитал. Модерните управленски теории и мениджмънт в глобална среда. Специфични теоретични направления в мениджмънта в глобална среда: теоретични възгледи за културното въздействие върху фирмения мениджмънт. Стратегическо планиране в международния бизнес- обект и интернационално обкръжение. Стратегически анализ - основни положения, обхват, фирмени цели, фирмена мисия и социална отговорност, оценка на ресурсната осигуреност на фирмата и нейната конкурентоспособност. Стратегически анализ и конкурентни предимства. Стратегическо планиране в международния бизнес и балансирана система от показатели на Нортън и Каплан - друг подход към целеполагането. Стратегически анализ и интернационално обкръжение. Риск и видове рискове в интернационалното обкръжение. Организационно осигуряване на планирането на международния бизнес. Организация на плановата дейност. Международни фирмени стратегии. Конкуренти предимства и корпоративни стратегии. Интернационализация, глобализация и корпоративни стратегии. Корпоративни стратегии в зависимост от начина на навлизане на пазара. Стратегии за песимистичния сценарий или за аварийните стратегии и планове. Организиране в мениджмънта в глобална среда - основни теоретико-методологични положения. Организиране и влияние на културния фактор. Организиране на дейността на транснационалните и глобалните компании. Принципи на организиране и типове дивизионални структури. Вътрешно фирмени отношения. Интернационално управление на човешките ресурси - същност, теоретични начала и основни направления и структури. Основни дейности в интернационално управление на човешките ресурси. Морално-етични и културно-организационни аспекти на мениджмънта в глобална среда. Бизнес етика и мениджмънт в глобална среда. Бизнес етика и фирмена култура. Управление на фирмената култура.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

**МЕЖДУНАРОДЕН ФИНАНСОВ МЕНИДЖМЪНТ****ECTS кредити: 6****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 1****Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:****Седмичен хорариум:** 3л + 1су**Вид на изпита:** писмен

Лекционният курс в структурно отношение обхваща както основни общи проблеми на финансовото управление на международния бизнес, така и специфични проблеми на финансовия мениджмънт в транснационалните корпорации. Материалът е подбран в съответствие с предвидения хорариум и спецификата на специалността, като в рамките на разумен компромис между теоретичния и практико-приложен материал се дава приоритет на практическата страна на разглежданата тематика. Разработеният богат текстови материал, казуси и практически задачи имат за цел да затвърдят получените в рамките на лекционния курс познания, да ги доразвият и потърсят тяхното реално приложение в практиката. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания в областта на управлението на финансите на фирмите в глобален аспект, като се запознаят с основните подходи на финансовия мениджмънт в транснационалните корпорации и възможностите за тяхното приложение в съвременните икономически условия.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Финанси и корпоративен финансов мениджмънт. Годишни финансови отчети. Анализ на финансовите отчети на фирмата – I част. Анализ на финансовите отчети на фирмата – II част. Анализ и управление на оборотния капитал на фирмата. Анализ на критичните съотношения разходи – обем – печалба. Капиталово бюджетирание. Дългосрочно финансиране на фирмата. Цена и доходност на финансовите активи – I част. Дългосрочно финансиране на фирмата. Цена и доходност на финансовите активи – II част. Дългосрочно финансиране на фирмата. Цена и доходност на финансовите активи – III част. Анализ на чувствителността и симулационни методи. Стратегическо финансово планиране и системи за стратегически контрол.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## ЕЛЕКТРОНЕН МАРКЕТИНГ

**ECTS кредити:** 3

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 1

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Навлизането на новите технологии все по-агресивно в общественно-икономическия живот наложило и нови форми на проявление и приложение на маркетинга. Използването на информационните технологии дава нови измерения на бизнеса и открива широки възможности за навлизане на нови пазари и успешното промоциране на фирми и търговски марки. Електронният маркетинг позволява на компаниите умело да защитават пазарните си позиции, като отстояват на конкурентните атаки. Новата действителност, като следствие от ИТ революцията изисква много по-различен подход към потребителите и техния начин на живот. Наред с традиционните форми, използвани от фирмите за въздействие върху аудиторията, днес все по-интензивно се налага и електронният маркетинг, позволяващ по-силно рекламно присъствие с явна провокация, отправена към потребителите. Именно това налага и по-доброто му познаване, като ще разшири възможностите и конкурентните качества на студентите в тяхното професионално развитие. Осъзнавайки тенденциите, че Интернет в бъдеще ще е основната среда за осъществяване на бизнес процеси и комуникации, студентите трябва да усвоят базовия терминологичен апарат, основните прийоми и подходи, използвани за успешното налагане на стоки и услуги във виртуалната среда, което ще бъде сериозна предпоставка за успешната им реализация.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Маркетингови технологии в Интернет. Начини за привличане на посетители към сайт. Завоюване на пазарен дял чрез сайта и неговото съдържание. Предлагане на безплатна информация. Персонализация. Он-лайн и оф-лайн четене. Кръстосан маркетинг и кръстосани продажби. Маркетинг за специални събития. Уеб дизайн. Силата на съдържанието на сайта. Он-лайн анкети и обратна връзка. Цветова схема и навигация в сайта. Виртуални общности. Интернет общности. Интерактивни потребителски групи. От глобален към локален маркетинг. Културни различия. Изисквания в превода. Управление на имиджа посредством електронния маркетинг. От стокова промоция до промоция на уеб-сайта. Използвани рекламни формати в Интернет. Универсален пакет на рекламните формати въведен от IAB Interactive Advertising Bureau. Същност, размери, тарифи, тенденции. Он-лайн измерване. Потребителско

проследяване. Он-лайн рейтингови агенции. Организации – ревизори. Подходи за създаване на връзки с потребителите. Информационни технологии. Връзки с потребителите. Маркетинг, насочен към потребителите. Модерни технологии за персонализация. Директен маркетинг. Спам рекламата – “за” и “против”. Пощенски списъци и вестници. Силата на електронната поща. Специализирани списъци от електронни адреси. Бази данни с електронни адреси. Избор на ISP. Осигуряване на директен достъп до фирмата, dial-up връзки, наети линии. Производителност. Минимизиране на разходите за Интернет.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

**МЕЖДУНАРОДНИ ПРЕГОВОРИ И ОБЩУВАНЕ В  
МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС**

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 1**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите със съвременните проблеми на комуникацията при деловото общуване в международния бизнес. Студентите при изучаването на дисциплината ще се запознаят с най-новите проучвания и теоретични търсения на световни специалисти по комуникации и бизнес преговори в международен аспект. Целта е придобитите знания да култивират способности и умения за личен и делови контакт, професионална ефективност и успешна професионална кариера. След завършване курса на обучение студентите ще могат да отчитат различията в националните култури, с техните особености и измерения, да проследяват отражението на тези различия върху комуникациите в международния бизнес и върху деловите преговори.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Делово общуване в съвременния бизнес. Стил на преговорите. Значение на деловото общуване. Изисквания към съвременното делово общуване и съвременните бизнес-лидери. Обмен на информация по време на преговорите. Същност на деловото общуване. Убеждаване и творчество по време на преговорите. Видове и форми на деловото общуване. Постигане на споразумение при преговорите. Бизнес-комуникациите в организацията. Управление на конфликти при преговори. Комуникация в бизнес-средата. Организация на преговорите, стратегия и тактика при провеждането им. Невербални комуникации. Принципи на бизнес-комуникациите. Правила за водене на деловата кореспонденция. Изисквания за делова кореспонденция и устни комуникации. Делови преговори. Същност и значение. Межкултурни различия при деловото общуване и преговорите. Подготовка на деловите преговори. Подходи към преговорите. Особенности на межкултурните комуникации. Провеждане на преговорите.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

**МЕЖДУНАРОДНИ ПУБЛИЧНИ ФИНАНСИ**

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 1**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Дисциплината има за задача да представи на студентите основни знания в областта на международния аспект на държавните, на публичните финанси. Материалът е подбран в съответствие с предвидения хорариум и спецификата на специалността, като е представен в рамките на разумен компромис между теоретичния и практико-приложен материал. Учебното съдържание обхваща междудържавно

**Седмичен хорариум: 2л + 0су**

**Вид на изпита: писмен**

**Седмичен хорариум: 2л + 0су**

**Вид на изпита: писмен**



сравнителните, международните и световно институционалните характеристики на публичните финанси. Разработеният богат текстови материал, казуси и практически задачи целят затвърдяване на получените в рамките на лекционния курс познания, да ги доразвият и потърсят тяхното реално приложение в практиката.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Фискални модели. Данъчни системи. Осигурителни фискални структури. Бретън Уудска система и нейната еволюция. Световни финансови институции. Валутен курс. Златно валутни резерви. Сравнително ценово равнище. Платежен баланс. Външен дълг. Еврizona. Бюджет на Европейския съюз. Обща селскостопанска политика на Европейския съюз. Структурна и регионална политика на Европейския съюз. Външни фискални шокове.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## УПРАВЛЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИ ПРОЕКТИ

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 2л + 0су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 1

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Лекционният курс в структурно отношение обхваща както основни характеристики на проектите в рамките на ЕС и други международни организации, така и специфични проблеми на тяхното управление в рамките на отделни фирми и компании. Материалът е подбран в съответствие с предвидения хорариум и спецификата на специалността, като в рамките на разумен компромис между теоретичния и практико-приложен материал се дава приоритет на практическата страна на разглежданата тематика. Разработеният богат текстови материал, казуси и практически задачи имат за цел да затвърдят получените в рамките на лекционния курс познания, да ги доразвият и потърсят тяхното реално приложение в практиката. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания в разработката и подхода към спечелването на такива проекти, както и в усвояването и реализацията на получените средства, като се запознаят с основните методи на международния и европейския проектен мениджмънт и възможностите за тяхното приложение в съвременните икономически условия.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Управление на международни проекти. Основни положения. Управление на международни проекти и координиране на операциите. Структурен подход за управление на международни проекти. Основни цели. Основни процеси. Организация на управлението на международни проекти. Проблеми на фирмените култури. Изграждане на информационни системи за управление на международни проекти. Международни стандарти за управление на проекти. Стратегически, ресурсни и персонални изисквания. Донори на международни проекти с българско участие – Световна банка, Американска агенция за международно развитие, ЕС и др. Особенности на подхода. Управление на качеството при изпълнение на проекта. Управление на риска. Управление на средства. Модели за отчитане на разходите по проекта. Сигурност на информацията при управлението на проекти.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 3л + 0су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 2

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Дисциплината “Международен маркетинг” има за цел да обогати познанията на студентите, като се явява надграждаща брънка във веригата за усъвършенстване на знанията на студентите и формирайки в тях умения за бързо и лесно адаптиране и прилагане в практиката на усвоените теоретични аспекти. Базата данни, които се получават по дисциплината “Международен маркетинг” дава възможност за пълноценно изграждане на студентите и превръщането им в добри маркетингови специалисти. Целта на познанията, получени по дисциплината е да се разшири мирогледа на студентите, относно приложението на маркетинговите аспекти в условията на интернационално обкръжение и доколко познатите и утвърдени маркетингови правила на вътрешния пазар са валидни и за външните пазари.

приложение в съвременните условия.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Въведение в същността на международния маркетинг. Интернационално обкръжение и международен маркетинг. Международно маркетингово проучване. Сегментиране на международния пазар. Продуктова политика в международния маркетинг. Политика на маркетинг канали за международна реализация. Стратегии за излизане на международен пазар. Комуникационна политика и международен маркетинг. Организация и управление на международната маркетинг дейност

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

**МЕЖДУНАРОДНИ ТЪРГОВСКИ ИНСТИТУЦИИ****ECTS кредити: 3****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 2****Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Дисциплината „Международни търговски институции” има за цел да задълбочи познанията на студентите за динамиката, структурата, тенденциите и актуалните проблеми на съвременната международна търговия и участието на нашата страна в нея, и ролята на международните търговски институции. С оглед на това се разглеждат търговските отношения между отделните групи страни, в това число, в така наречената Триада (САЩ, Европейски съюз, Япония), както и специално търговията в рамките на ЕС. Поставя се акцент на ролята на Световната търговска организация за либерализирането и развитието на световната търговия в годините след Втората световна война и на ролята на Европейския съюз в международната търговия. За страните-членки на Европейския съюз категории и понятия като „международна търговия”, „експорт”, „импорт”, „мита” „международни търговски институции” и т.н. се отнасят за техните международни търговски отношения, връзки и операции с трети страни. Ролята на Европейския съюз като международна търговска институция за страните-членки на ЕС, се отнася за тяхната международна търговия с трети страни. Дисциплината включва и изучаване на формите и инструментите за разплащане при международни търговски сделки, както и начините за гарантиране и стимулиране на експорта в различните страни. Предвижда се изучаване и на ролята и значението на стоковите борси в световната търговия.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Класически и неокласически теории за международната търговия. Обем, структура, динамика и тенденции на съвременната световна търговия. Актуални проблеми. Световната търговска организация – възникване и роля за либерализирането и развитието на международната търговия. Обект на преговорите на отделните „раунд”-ове. Противоречия и проблеми между отделните групи страни-членки на СТО при преговорите на отделните „раунд”-ове. Резултати и постижения. РБългария като член на СТО. Търговски връзки между отделните групи страни. Търговски връзки в Триадата. Търговия Север-Юг. Участие на България в международната търговия. Актуални проблеми. Развитие на търговията в ЕС. Ефекти от въвеждането на Единния вътрешен пазар. Обща търговска политика в ЕС, обща аграрна политика и другите общи политики – защитни и субсидийни мерки и практики. Еволюция от „класически протекционизъм” към глобална либерализация Динамика и структура на търговията на Европейския съюз. Роля и влияние на приемането на България в ЕС за развитието на националната икономика и участието в международната търговия и върху търговските отношения със страните от ЕС. Роля на единната валута за развитието на вътрешноинтеграционната търговия в ЕС. Въвеждане на еврото като

парична единица в България, проблеми и перспективи. Форми и начини на разплащане при международната търговия. Оценяване на риска при международната търговия. Системи за насърчаване и застраховане на експорта. Участие и роля на световните стокови борси в международната търговия.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## МЕЖДУНАРОДНИ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ ОБЕДИНЕНИЯ

**ECTS кредити:** 3

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 2

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за предприемаческите обединения на малките и средните предприятия. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: Усвояване на знания за характера и ролята на предприемаческите обединения за социално-икономическото развитие, необходимите икономически условия и институционални предпоставки за успешното им функциониране. Усвояване на знания за видовете предприемачески обединения и тяхната същност, организация и управление.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Интернационализация и глобализация на бизнеса и предприемачеството. Елементи на интернационалната бизнес среда. Тенденции в интернационализацията на бизнеса. Степени на развитие на интеграционния процес. Необходимост от интернационализация на предприемаческата дейност. Условия и фактори за възникване на предприемаческите обединения. Регионална икономическа интеграция. Същност. Типове регионална икономическа интеграция. Значение за развитието на икономиката и предприемачеството. Същност, роля и значение на предприемаческите обединения за икономическото развитие. Теорията за предприемаческите обединения. Същност и значение на международните предприемачески обединения. Мерки на ЕС за развитие на предприемачеството и предприемаческите обединения. Връзка между предприемаческите обединения и стратегиите за развитие. Видове предприемачески обединения. Класификация, принципи и мотиви за изграждане. Взаимодействие на малките и средните предприятия с големите фирми. Предприемачество и международни субконтракторни вериги. Субконтракторството – значение, история, тенденции в развитието и подходи. Междуфирмени връзки. Същност и типология на фирмите, участващи в субконтракторни вериги. Субконтракторни вериги в Япония. Предприемачески мрежи. Същност, видове, значение. Стратегически алианси. Характеристики, видове и проявление. Смесени предприятия – същност, организация, управление и значение. Клъстери. Теоретични въпроси. Същност, роля, принципи и подходи на изграждане. Значение за икономическото развитие. Клъстери и иновация. Многонационални корпорации. Природа и цели. Концерни, консорциуми, конгломерати и картели. Същност, роля, видове, цели.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## МИТНИЧЕСКИ КОНТРОЛ В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

**ECTS кредити:** 3

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 2

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

**Седмичен хорариум:** 3л + 0су

**Вид на изпита:** писмен

Курсът запознава студентите с общите положения, същност на понятието „митнически съюз” и основните характеристики на Европейския митнически съюз. Запознава студентите и с основните общи изисквания заложи в регламентите за митническият контрол в ЕС. Също така и задължителните изисквания към институционална организация и правна основа на митническият контрол прилаган в отделните държави членки на ЕС. Дадени са промените в нашето законодателство и промените в прилагането на митническият контрол в страната ни след приемането ни в ЕС. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат знания за задачите и ролята, които изпълнява митническият контрол в ЕС, за промените в практическото му прилагане и за основните му задачи след приемането ни в ЕС.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Определение и основни характеристики на митническият съюз. Основни документи – регламенти регулиращи общата митническа политика и митническият контрол в ЕС. Митнически кодекс на ЕС и териториалния му обхват. Основни понятия на митническият контрол и обща митническа тарифа на ЕС-ТАРИК. Промени в митническото законодателство на Р. България след приемането и за член на ЕС. Елементи за определяне на митнически сборове. Дейности по въвеждане на стоките на митническата територия на ЕС, представяне на стоките пред митническите власти. Манифестиране на стоките. Деклариране на стоките и промени в декларирането на стоките. Митнически контрол при внос и износ на физически лица. Митнически контрол на превозни средства Митнически контрол под покритието на картата ТИР и АТА. Митнически режими с отложено плащане и митнически контрол при тях. Митнически икономически режими и митнически контрол при тях. Други митнически направления. Митнически задължения. Ред за възстановяване и опрощаване на митническо задължение. Освобождаване от митнически сборове. Административни нарушения и санкции предвидени в европейското и националното законодателство.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## ЕВРОПЕЙСКО СТОПАНСТВО

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 2**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Курсът по Европейско стопанство има за цел да запознае студентите с предпоставките, началото и развитието на Европейската интеграция, довела до създаването на Европейския съюз. Разглеждат се основните принципи на Европейската икономическа общност и Европейския съюз, етапите на интеграцията, основните институции на ЕИО и ЕС, основните политики и структури на Европейската общност. Целта на дисциплината е да накара студентите да анализират и осмислят характера и структурата на Европейската общност, да вникнат в трудностите на интеграцията и смисъла на общите политики на ЕС, да преценяват предимствата и трудностите на присъединяването на България към ЕС.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Предпоставки и условия за Европейска интеграция. Първите стъпки на европейското икономическо сътрудничество. Основни етапи на Европейската интеграция. Държавите-членки на ЕС – време на влизане, проблеми и успехи. Институции и органи на Европейския съюз. Начините за вземане на решения в ЕС. Икономически и валутен съюз – изграждане, принципи, развитие. Основните политики на ЕС. Структурна и регионална политика на ЕС. ЕС като световен фактор в Световното стопанство. Концепции за бъдещето на ЕС.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## КОМУНИКАЦИОННА ПОЛИТИКА

**ECTS кредити: 3**

**Седмичен хорариум: 3л + 0су**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 2

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Дисциплината има за цел да задълбочи познанията на студентите за ролята, същността и спецификата на комуникациите при осъществяването и управлението на дейността на корпорациите. С оглед на това, основните направления на комуникационната политика (пъблик рилейшънс, рекламна политика, насърчаване на продажбите, лични продажби и спонсориране и т.н.), се разглеждат в зависимост от характера и спецификата на дейността на различните корпорации (например, продаващи продукта си само на пазара на ЕС или и на други пазари), техните организационни и управленски структури и др. Когато разглеждат ролята и характера на комуникациите при международния бизнес редица български изследователи обосновават извода, че в условията на пазарно стопанство въпреки икономическите трудности и ограничените експортни възможности, външноикономическата дейност на българските фирми налага интензифициране на рекламните комуникации на външните пазари. Те предлагат при тяхната подготовка и осъществяване да се отчитат не само характера на фирмата и стоките или услугите, но и състоянието и особеностите на пазарите, където се провеждат рекламните комуникации (икономически, културни, демографски и др. условия, конкуренция и т.н.). Задграничните комуникации и въздействията върху потенциалните купувачи в чужбина, когато са добре подготвени, планирани, организирани и реализирани, съдействат за развитие на производството и търговията, за повишаване ефективността на международния бизнес.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Комуникациите в системата на маркетинга – същност, роля, задачи и цели. Комуникационна стратегия и основни елементи на комуникационната политика Пъблик рилейшънс (връзки с обществеността) Възникване, развитие, същност и функции на рекламата. Видове реклама. Организация на рекламната дейност. Основни участници в рекламния процес Мотивация на предмета и целите на рекламната. Разработване на рекламното послание. Основни насоки, етапи и методи на маркетинговите и рекламните проучвания. Подготовка и планиране на рекламните комуникации. Процес на рекламната кампания. Основни канали за реализация на рекламната. Организиране и осъществяване на рекламна кампания. Рекламни константи – търговска марка, наименование за произход и др. Печатни средства за разпространение на рекламната. Реклама в периодичния печат. Специализирани печатни рекламни издания. Директна реклама – същност, видове и изисквания. Реклама чрез електронно-излъчвателни средства – радиореклама, телевизионна реклама, реклама в Интернет. Други средства за разпространение на рекламната. Кинореклама. Външна и транспортна реклама. Реклама на мястото на продажбите. Международни панаири, изложби, ревята и др. Рекламна опаковка и амбалаж и други рекламни средства. Насърчаване на продажбите Лични продажби и спонсориране

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## МЕЖДУНАРОДНА СПЕДИЦИЯ

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 3л + 0су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 2

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

С либерализирането на икономиката и външната търговия от началото на 90-те години международната спедиция се осъществява от самостоятелни стопански субекти – преобразуваните се в търговски дружества и приватизирани се държавни фирми от този сектор и нововъзникнали частни фирми. Спедиторската дейност се извършва от търговци, регистрирани по чл. 2 на Търговския закон, т.е. тя е свободно извършвана стопанска дейност, не подлежи на лицензиране от държавата; спедиторските компании са длъжни да получават/притежават лицензи само за отделни дейности, за упражняването на които се изискват такива, например, за митническо агентство по Закона за митниците, за автомобилни превози по Закона за автомобилните превози и т.н., в случаите когато те извършват такива дейности.

Международната спедиция обхваща цялата гама/комплекс от услуги, свързана с международния превоз на товари от производителя/износителя до получателя/потребителя в друга страна със съответните видове транспорт(въздушен, сухопътен - железопътен или автомобилен, морски, речен, комбиниран). Наред с транспорта, като основна част от услугите, спедиторските компании предоставят/извършват едновременно съпътстващ мониторинг на съответните пратки, консултиране относно логистиката на товара, опаковане, митническо представителство(агентство) и оформяне на всякакъв вид митнически документи и митнически режими, митническо складиране, карго застраховане и др. Спедиторските компании се различават(класифицират) в зависимост от техните характеристики – капацитет и опит за извършване на транспортни услуги от собствено подразделение(например, международни автомобилни превози, морски превози), натрупан опит и капацитет за осигуряване(договаряне и т.н.) на услуги от други специализирани компании – БДЖ, БМФ, пристанища и т.н., опит и капацитет по митническо агентство, складиране, застраховане и др.

#### **Съдържание на учебната дисциплина:**

Същност и развитие на международната спедиция. Стопански субекти - спедиторски компании, предоставящи/ извършващи услуги по международна спедиция. Лицензиране на отделни дейности, извършвани от спедиторските компании в съответствие с изискванията на съответните закони. Консултиране на клиента относно логистиката на товара. Оптимизиране на комбинирането на различните видове транспорт за превозване на товара. Национално сдружение на българските спедитори(НСБС) – създаване, статут, условия за членство, правила за работа, роля, резултати и др. Общи спедиторски условия (ОСУ), издание 2005 г. Определения. Предмет и обсег на приложение. Правна фигура на спедитора. Общи задължения на спедитора и на клиента според ОСУ. Оферти и поръчки. Инструкции, документи и информация. Приемане, съхранение и експедиране на стоките от спедитора според ОСУ. Митническо оформяне. Предаване на стоките от спедитора според ОСУ. Застраховки. Специфични условия по отношение на стоки със специални свойства. Отговорност на спедитора. Рекламации. Заплащане на разходите и на възнаграждението на спедитора. Право на задържане и разпореждане със стоките. Общи складови условия (ОСКУ), издание 2005 г., в съответствие с които спедиторът извършва услуги като складов оператор. Тенденции в развитието на международната спедиция в глобален мащаб. Роля, възможности и изисквания на членството в Европейския съюз за развитие на международната спедиция в България – развит пазар на спедиторски услуги, развитие на инфраструктурата, модерни технологии за обработване и транспортиране на товарите и др.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## **УПРАВЛЕНИЕ НА БИЗНЕС ПРОЦЕСИ**

**ECTS кредити:** 3

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 2

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Лекционният курс в структурно отношение обхваща основни теоретико-методологични и приложни знания относно организацията и подходите при управлението на екипи и умения за ефективна работа в екип. Целта на учебната дисциплина е да разшири познанията на студентите по проблемите свързани с управлението на бизнес процесите и на тази база да допринесе за придобиване на комплексна многофункционална подготовка без да дублира основни въпроси, които са предмет на други учебни дисциплини. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: Да се разширят подготовката и знанията на студентите за управлението на бизнес процесите и неговото информационно осигуряване. Да се формират на умения за управление на бизнес процеси в съвременните организации.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Значение на управлението на бизнес процесите за повишаване на фирмената конкурентоспособност. Същност на концепцията за управление на бизнес процесите. Характеристика и идентифициране на бизнес процесите. Формиране на екип за управление на бизнес процесите. Процесният подход в реинженеринга. Реинженерингът като обективна необходимост. Фокусиране върху бизнес процеса. Диагностика и избор на процеса. Методи на процесния подход. Преобразуване на процеса. Технология

на управление на бизнес процесите. Стратегическо планиране и промяна. Анализ на стопанската дейност, идентифициране и изследване на критичния процес. Преобразуване и внедряване на процеса. Информационните технологии в управлението на бизнес процесите. Промяната като резултат от управлението на бизнес процесите.

**Технология на обучението и оценяване:**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.