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 № 1 от 10.09.2020 г.Приета от КС, Протокол № 1 от 04.09.2020 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Международни пазари” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-Б-313****Брой кредити по учебен план: (7)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-313 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.03/2020 |

**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)** | **70** | **35** | **70** |
| 1.1. Лекции | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **105** | **140** | **105** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 53 | 70 | 53 |
| 2.2. Академични задания | 52 | 70 | 52 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 26 | 35 | 40 |
| 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 | 26 | 35 | 12 |
| **Всичко:** | **175** | **175** | **175** |

**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.:** | **50%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 10% | 30% | 30% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 25% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 15% | 20% | 20% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**Писмен тест.* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Учебната програма по дисциплината “Международни пазари" е предназначена за студентите от специалност "МИО".

Целите на преподаването на учебния материал са две:

1. Да се обобщят основните знания от по микро- и макро икономика, международна икономика и международен маркетинг. Споменатите дисциплини служат за вход на курса от лекции и упражнения по дисциплината.

2. Да се задълбочат теоретичните познания за специфичните страни и особеностите на явленията и да се опознаят специализираните техники и операции, които са практика на международните пазари, а също така да се добие професионална подготовка за съобразяване на обстоятелствата с цел правилни действия и вземане на решения в средата на международните пазари. На изхода на курса по преподаваната дисциплина студентите ще разполагат със знания и умения за продължаване на обучението в магистърска степен.

Организационно курсът обхваща семинарни упражнения, тематично разпределени в учебна програма. Индикация за усвояването на материала са двата текущи теста, провеждани на всеки два раздела от лекции за сметка на времето на семинарните занятия.

**2.2. Предварителни изисквания**

Овладени знания в областта на:

А) международната икономика, вкл. по проблемите на международното разделение на труда; международната търговия и ценообразуване.

Б) икономическата статистика, вкл. по теми, свързани с определяне на трендове в протичането на процесите, структурен и клъстерен анализ.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Казуси, дебати, дискусии, лекции, независими проекти, групови проекти.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Учебна интернет среда Moodle;

Дискусии по учебните теми в посочената среда.

**2.4. Очаквани резултати**

А) Изграждане на компетенции:

- Да събират и обобщават информация по конкретен проблем на базата на създадена ориентация за селекция на източниците;

- Да подлагат на анализ и синтез научна и делова информация по конкретни пазарни проблеми и да предлагат решение;

- Да изработват пазарни решения и да предлагат програма за реализирането им.

Б) Получават знания за:

- Функционирането на системата на международните пазари;

- Същността на пазарните релации и ценообразуване на международния пазар;

- Специфичните механизми на ценообразуване на конкретните пазари според характера на конкуренцията ;

- Извличането и обработването на пазарна информация по основни пазарни индикатори и умения за изготвяне на аргументирани анализи.

**III. разпространение на дисциплината**

1. ТУ “Карло Вилхемина” Браунщвайг, Германия; пред специалност “Международен мениджмънт”.

2. Университета на град Лимерик, Ирландия; пред специалност “Европейска интеграция”.

3. Русенски университет „Ан. Кънчев“, специалност „МИО“.

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}Тема I МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ – СЪЩНОСТ И КЛАСИФИКАЦИЯ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| *1. ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ПАЗАРНА СРЕДА - НАЛАГАНЕ НА НОВ ИКОНОМИЧЕСКИ РЕД В УСЛОВИЯТА НА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА ИКОНОМИКИТЕ.2. ПАРАМЕТРИЗИРАНЕ НА СЪВРЕМЕННАТА МЕЖДУНАРОДНА ПАЗАРНА СРЕДА.3. ЕЛЕМЕНТИ НА ГЛОБАЛНАТА ИКОНОМИЧЕСКА СИСТЕМА И МЯСТОТО НА НОВЪЗНИКВАЩИТЕ ПАЗАРИ В НЕЙНИТЕ РАМКИ.* |
| **${temi#2}Тема II  ЦЕНИ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ** | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| *1. СЪЩНОСТ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ПАЗАР-ХАРАКТЕР И ОСОБЕНОСТИ.2. КЛАСИФИКАЦИЯ НА ВИДОВЕТЕ МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ.* |
| **${temi#3}Тема III МЕЖДУНАРОДНИ СТОКОВИ БОРСИ** | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| *1. МЯРКА ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ЦЕНИ. ФУНКЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ЦЕНИ.2. КЛАСИФИКАЦИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ЦЕНИ.2.1. ВИДОВЕ МЕЖДУНАРОДНИ ЦЕНИ.2.2. МНОЖЕСТВЕНОСТ НА ЦЕНИТЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ.3. ОСНОВНИ МЕТОДИ ЗА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ.* |
| **${temi#4}Тема IV  МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ НА МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ** | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| *1. МЕЖДУНАРОДНИ СТОКОВИ ПАЗАРИ -СЪЩНОСТ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ.2. МЕЖДУНАРОДНИ СТОКОВИ БОРСИ.2.1. СЪЩНОСТ И РАЗВИТИЕ НА БОРСИТЕ.2.2. ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВНИ ФУНКЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ СТОКОВИ БОРСИ.2.3. ПРИНЦИПИ И МЕХАНИЗЪМ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА СТОКОВИТЕ БОРСИ.* |
| **${temi#5}Тема V  МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА ЕНЕРГИЙНИ ИЗТОЧНИЦИ** | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| *1. ХАРАКТЕРИСТИКА НА ПРОИЗВОДСТВОТО И ПОТРЕБЛЕНИЕТО НА СУРОВИНИ И ГОРИВА.1.1. ФАКТОРИ, ОПРЕДЕЛЯЩИ ПЕРИОДИЧНО ВЪЗНИКВАЩИЯТ СУРОВИНЕН ПРОБЛЕМ.1.2. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕНОСТИ НА ТЪРГОВИЯТА С МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ.2. ПАЗАРНИ ПАРАМЕТРИ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ С МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ.2.1. ЦЕНООБРАЗУВАЩИ ФАКТОРИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ НА МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ.2.2. ТИПОВЕ МЕЖДУНАРОДНИ ЦЕНИ НА СВОБОДНИЯ ПАЗАР ЗА СУРОВИНИ.3. ОСНОВНИ ПУБЛИКУЕМИ ЦЕНИ ЗА МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ С МЕЖДУНАРОДНО ЗНАЧЕНИЕ.* |
| **${temi#6}Тема VI  МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА АГРАРНИ СУРОВИНИ И ПРОДУКТИ** | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ В ПРОИЗВОДСТВОТО И В ТЪРГОВИЯТА С ЕНЕРГИЙНИ ИЗТОЧНИЦИ.2. СЪСТОЯНИЕ И ОСНОВНИ ТЕНДЕНЦИИ В ПРОИЗВОДСТВОТО И МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ С ЕЛЕКТРОЕНЕРГИЯ.3. ОСОБЕНОСТИ НА ЦЕНИТЕ И НА ПАЗАРНИЯ МЕХАНИЗЪМ В МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ С ЕНЕРГОИЗТОЧНИЦИ.4. ПУБЛИКУЕМИ МЕЖДУНАРОДНИ ЦЕНИ ЗА ГОРИВА И ЕНЕРГОИЗТОЧНИЦИ.4.1. МЕЖДУНАРОДНИ ЦЕНИ ЗА СУРОВ ПЕТРОЛ.4.2. МЕЖДУНАРОДНИ ЦЕНИ ЗА ПРИРОДЕН ГАЗ.4.3. МЕЖДУНАРОДНИ ЦЕНИ ЗА КАМЕННИ ВЪГЛИЩА.* |
| **${temi#7}Тема VII МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. ОБЩ ПРЕГЛЕД НА ПРОИЗВОДСТВОТО И ПОТРЕБЛЕНИЕТО НА СЕЛСКОСТОПАНСКИ СУРОВИНИ.1.1.ОСОБЕНОСТИ НА ПРОИЗВОДСТВОТО И ПОТРЕБЛЕНИЕТО НА: ПРОДОВОЛСТВЕНИ И НЕПРОДОВОЛСТВЕНИ СУРОВИНИ.1.2 ОБЩ ПРЕГЛЕД НА ТЪРГОВИЯТА СЪС СЕЛСКОСТОПАНСКИ СУРОВИНИ.2. ОСНОВНИ МЕХАНИЗМИ В МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ СЪС СЕЛСКОСТОПАНСКИ ПРОДУКТИ.2.1. ПАЗАРНИ ФАКТОРИ, ОБУСЛАВЯЩИ МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ СЪС СЕЛСКОСТОПАНСКИ ПРОДУКТИ.2.2. ОСНОВНИ СУБЕКТИ В МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ СЪС СЕЛСКОСТОПАНСКИ ПРОДУКТИ.2.3. ТИПОВЕ МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА СУРОВИНИ.2.4. НАЧИНИ ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА УСЛОВИЯТА НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СУРОВИНИ.* |
| **${temi#8}Тема VIII  ПАЗАРЕН МЕХАНИЗЪМ И ХАРАКТЕР НА КОНКУРЕНЦИЯТА НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ  ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. РАЗЛИКИ В ХАРАКТЕРА НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СУРОВИНИ И МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ЗНАЧЕНИЕ.2. ОСОБЕНОСТИ В ПРОИЗВОДСТВОТО И РЕАЛИЗАЦИЯТА НА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ.2.1. НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИ ПОТЕНЦИАЛ, МЕЖДУНАРОДЕН ТРАНСФЕР И КООПЕРИРАНЕ.2.2. СТРУКТУРНИ ПОЛИТИКИ, ОПРЕДЕЛЯЩИ ХАРАКТЕРА НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ И ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ.2.3. ОСНОВНИ СУБЕКТИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ.3. ПАЗАРЕН МЕХАНИЗЪМ И ХАРАКТЕР НА ПАЗАРНАТА КОНКУРЕНЦИЯ НА ПАЗАРИТЕ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ3.1. ВИДОВЕ СДЕЛКИ3.2. ФОРМИ И МЕХАНИЗМИ НА КОНКУРЕНЦИЯ НА ПАЗАРИТЕ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ.* |
| **${temi#9}Тема IX МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА УСЛУГИ** | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| *I. УСЛУГИТЕ В СЪВРЕМЕННОТО СВЕТОВНО СТОПАНСТВО.1. СЪЩНОСТ И ЗНАЧЕНИЕ НА УСЛУГИТЕ В СЪВРЕМЕННОТО СВЕТОВНО СТОПАНСТВО.2. КЛАСИФИКАЦИЯ НА УСЛУГИТЕ.3. ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА НЯКОИ ОСНОВНИ ВИДОВЕ УСЛУГИ В НАШЕТО СЪВРЕМИЕ.II. МЕЖДУНАРОДНА ТЪРГОВИЯ С УСЛУГИ.1. ОБЕМ, ДИНАМИКА И ТЕНДЕНЦИИ В МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ С УСЛУГИ.2. ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА СЪВРЕМЕННИЯ БИЗНЕС В СФЕРАТА НА УСЛУГИТЕ.* |
| **${temi#10}Tема X  МЕЖДУНАРОДНИ АСПЕКТИ НА ПАЗАРИТЕ ЗА ИНДУСТРИАЛНА И ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ** | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| *I. СЪЩНОСТ И ОСОБЕНОСТИ НА ОБЕКТИТЕ НА ИНДУСТРИАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ КАТО ОБЕКТИ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ.1. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ОБЕКТИТЕ НА ИНДУСТРИАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ.2. ИКОНОМИЧЕСКА СЪЩНОСТ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗА ТЪРГОВСКА МАРКА.3. ФУНКЦИИ НА ТЪРГОВСКАТА МАРКА. ВИДОВЕ ТЪРГОВСКИ МАРКИ.II. МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ - СЪЩНОСТ И ФОРМИ.1. ТЪРГОВСКАТА МАРКА КАТО ОБЕКТ НА ПАТЕНТНО-ЛИЦЕНЗИОННАТА ТЪРГОВИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ.2. ФОРМИ НА РЕАЛИЗИРАНЕ НА ТЪРГОВСКИТЕ СДЕЛКИ С ОБЕКТИ НА ИНДУСТРИАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ.* |
| **${temi#11}Тема XI МЕЖДУНАРОДЕН ФРАХТОВ ПАЗАР** | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| *1. СЪЩНОСТ И ЗНАЧЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ МОРСКИ ПРЕВОЗИ.2. МЕЖДУНАРОДЕН ФРАХТОВ ПАЗАР.2.1. СЪЩНОСТ НА ФРАХТОВИЯ ПАЗАР.2.2. ФАКТОРИ, ОКАЗВАЩИ ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ МЕЖДУНАРОДНИЯ ФРАХТОВ ПАЗАР.2.3. ТЪРСЕНЕ И ПРЕДЛАГАНЕ НА МОРСКИ ТОНАЖ.3. СТРУКТУРА НА ФРАХТОВИЯ ПАЗАР.* |
| **${temi\_sum#1}Общо:** | **42** | **28** | **21** | **14** | **42** | **28** |

**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. Горчева, Т.: Учебник “Международни пазари – развити, нововъзникващи и бързо развиващи се”, Изд. Фабер, В.Търоново, 2015. |
|  2. Горчева, Т.: Учебник “Международни пазари – Европейско пазарно пространство”, Издател: Абагар - Велико Търново, 2000. |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Международното разделение на труда и производствената специализация, Годишник на СА, 2019 |
|  2. Интернационализация на научноизследователската и развойна дейност – организационни форми и концепции, в: Икономически изследвания, кн. 2, Година XII, 2004, София. |
|  3. Чуждестранната помощ, фактор за регулиране и балансиране на процесите в националното стопанство, сп. Международни отношения, София, бр. 9, 1998. |
|  4. Българо-арабските отношения – традиции и перспективи, сп. Външна търговия, бр. 3, 2016 |
|  5. Търговските ефекти от икономическата интеграция в Европа, в списание Икономическа мисъл, бр.1/2000, Издание на БАН, София. |
|  6. Европейската интеграция – основни сфери на взаимодействие, в: Международни отношения, кн. 1, 2005, София, стр. 93-106. |
|  7. Характер и особености на маркетинговата концепция в сферата на услугите, Годишник на СА “Д. А. Ценов” – Свищов, том XVI, 2017 |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. World Trade Report 2011: The WTO and preferential trade agreements: From co-existence to coherence. |
|  2. Preferential Trade Agreement Policies for Development: A Handbook. The World Bank 2012. |
|  3. Text of the 2006 General Council Decision on the Transparency Mechanism for Regional Trade Agreements Doha.14 December 2006. |
|  4. BILATERAL INVESTMENT TREATIES, 1995–2006: TRENDS IN INVESTMENT RULEMAKING |
|  5. Model Tax Convention on Income and on Capital 2014 (Full Version). Published on October 30, 2015 |

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. http://unctad.org/en/docs/iteiia20065\_en.pdf |
|  2. https://www.wto.org/english/res\_e/booksp\_e/world\_trade\_report14\_e.pdf |
|  3. https://www.wto.org/english/res\_e/reser\_e/wtr\_e.htm |
|  4. http://www.oecd.org/tax/treaties/model-tax-convention-on-income-and-on-capital-2015-full-version-9789264239081-en.htm |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………${authors#1}(проф. д.ик.н. Таня Горчева) |

Ръководител катедра:

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