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/ДИСТАНЦИОННА Език: 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** |
| **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.* |
| **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.* |
| **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.* |
| **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.* |
| **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.* |
| **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.* |
| **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.* |
| **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 ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ 3.1. ВИДОВЕ СДЕЛКИ 3.2. ФОРМИ И МЕХАНИЗМИ НА КОНКУРЕНЦИЯ НА ПАЗАРИТЕ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ.* |
| **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.* |
| **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.* |
| **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.* |
| **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/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (проф. д.ик.н. Таня Горчева) |

Ръководител катедра:

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