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-342****Брой кредити по учебен план: (5)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-342 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ/АНГЛИЙСКИ | Версия:v.02/2020 |

**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)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **69** | **97** | **69** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 35 | 49 | 35 |
| 2.2. Академични задания | 34 | 48 | 34 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 4 | 6 | 4 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 4 | 6 | 4 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 6 | 8 | 6 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 28 | 20 |
| **Всичко:** | **125** | **125** | **125** |

**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% | 10% | 10% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 20% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 20% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**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 "Международен бизнес".

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.

**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 1. МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ – СЪЩНОСТ И КЛАСИФИКАЦИЯ** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ПАЗАРНА СРЕДА - НОВ ИКОНОМИЧЕСКИ РЕД В УСЛОВИЯТА НА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ.2. СЪЩНОСТ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ПАЗАР - ХАРАКТЕР И ОСОБЕНОСТИ.3. КЛАСИФИКАЦИЯ НА ВИДОВЕТЕ МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ.* |
| **Тема 2. ЦЕНИ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *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 3. МЕЖДУНАРОДНИ СТОКОВИ БОРСИ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. МЕЖДУНАРОДНИ СТОКОВИ ПАЗАРИ - ФУНКЦИИ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ.2. СЪЩНОСТ И РАЗВИТИЕ НА БОРСИТЕ.2.1. ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВНИ ФУНКЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ СТОКОВИ БОРСИ.2.2. ПРИНЦИПИ И МЕХАНИЗЪМ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА СТОКОВИТЕ БОРСИ.* |
| **Тема 4. МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ НА МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. ОСОБЕНОСТИ НА ТЪРГОВИЯТА И ПОТРЕБЛЕНИЕТО НА МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ И ГОРИВА.1.1. ОБЩИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ТЪРГОВИЯТА С МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ.1.2. ОСОБЕНОСТИ НА НА ТЪРГОВИЯТА С МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ.2. ПАЗАРНИ ПАРАМЕТРИ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ С МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ.2.1. ЦЕНОВИ ФАКТОРИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ НА МИНЕРАЛНИ СУРОВИНИ.2.2. ВИДОВЕ МЕЖДУНАРОДНИ ЦЕНИ НА СВОБОДНИЯ ПАЗАР ЗА СУРОВИНИ.* |
| **Тема 5. МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА АГРАРНИ СУРОВИНИ И ПРОДУКТИ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *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.* |
| **Тема 6. МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. РАЗЛИКИ В ХАРАКТЕРА НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СУРОВИНИ И МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ.2. ОСОБЕНОСТИ В ПРОИЗВОДСТВОТО И РЕАЛИЗАЦИЯТА НА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ.2.1. НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИ ПОТЕНЦИАЛ – МЕЖДУНАРОДЕН ТРАНСФЕР И КООПЕРИРАНЕ.2.2. СТРУКТУРНИ ПОЛИТИКИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ.2.3. ОСНОВНИ СУБЕКТИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ.3. ПАЗАРЕН МЕХАНИЗЪМ И ОСОБЕНОСТИ НА КОНКУРЕНЦИЯТА НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ3.1 ВИДОВЕ СДЕЛКИ3.2. ФОРМИ И МЕХАНИЗМИ НА КОНКУРЕНЦИЯТА НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ* |
| **Tема 7. МЕЖДУНАРОДНИ АСПЕКТИ НА ПАЗАРИТЕ ЗА ИНДУСТРИАЛНА И ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ** | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *1. СЪЩНОСТ И ОСОБЕНОСТИ НА ОБЕКТИТЕ НА ИНДУСТРИАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ КАТО ОБЕКТИ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ.1.1. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ОБЕКТИТЕ НА ИНДУСТРИАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ.1.2. ИКОНОМИЧЕСКА СЪЩНОСТ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗА ТЪРГОВСКА МАРКА.1.3. ФУНКЦИИ НА ТЪРГОВСКАТА МАРКА. ВИДОВЕ ТЪРГОВСКИ МАРКИ.2. МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ - СЪЩНОСТ И ФОРМИ.2.1. ТЪРГОВСКАТА МАРКА КАТО ОБЕКТ НА ПАТЕНТНО-ЛИЦЕНЗИОННАТА ТЪРГОВИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ.2.2. ФОРМИ НА РЕАЛИЗИРАНЕ НА ТЪРГОВСКИТЕ СДЕЛКИ С ОБЕКТИ НА ИНДУСТРИАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ.* |
| **Тема 8. МЕЖДУНАРОДЕН ФРАХТОВ ПАЗАР** | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *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.* |
| **Общо:** | **28** | **28** | **14** | **14** | **28** | **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. Gorcheva, T. International Commodity Markets, Faber Publisher, Veliko Tarnovo, 2011. |
|  2. Gorcheva, T. International Markets – European Market. Abagar Publisher, Veliko Tarnovo, 2000. |
|  3. Gorcheva, T. International Strategies in the Field of Business Cooperation – Necessity or Inevitability for Transition Countries. In: Business Management Journal, Tsenov Academy of Economics, Svishtov, vol. 2, 1998, p. 15. |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Gorcheva, T. The Trade Effects of Economic Integration in Europe. In: Economic Thought Journal, Issue 1/2000, Edition of BAS, Sofia, pp. 59-75. |
|  2. Gorcheva, T. Projections of European Trade Practices to Stimulate Bulgarian Exports. Business Management. D. A. Tsenov Academy of Economics, Issue 1, 2017, Tsenov Academic Publishing House – Svishtov, pp. 18-31. |
|  3. Gorcheva, T. Organizational Forms and Solutions for Export Promotion. Business Management. D. A. Tsenov Academy of Economics, Issue 1, 2015, Tsenov Academic Publishing House – Svishtov, pp. 28-44. |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. World Trade Report 2011: The WTO and preferential trade agreements: From co-existence to coherence. |
|  2. Convention on the International Maritime Satellite Organization (IMSO C), 1976. In: http://www.imo.org/en/About/Conventions/ListOfConventions/Pages/Default.aspx |
|  3. United Nations Convention on the Carriage of Goods by Sea 1978 (Hamburg Rules) in: https://www.uncitral.org/pdf/english/texts/transport/hamburg/Hamburg-Rules-Commonwealth.pdf |
|  4. Preferential Trade Agreement Policies for Development: A Handbook. The World Bank 2012. |
|  5. Text of the 2006 General Council Decision on the Transparency Mechanism for Regional Trade Agreements Doha.14 December 2006. |

 **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) |  |