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/ДИСТАНЦИОННА Език: 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** |
| **${temi#1}Тема 1. МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ – СЪЩНОСТ И КЛАСИФИКАЦИЯ** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ПАЗАРНА СРЕДА - НОВ ИКОНОМИЧЕСКИ РЕД В УСЛОВИЯТА НА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ. 2. СЪЩНОСТ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ПАЗАР - ХАРАКТЕР И ОСОБЕНОСТИ. 3. КЛАСИФИКАЦИЯ НА ВИДОВЕТЕ МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ.* |
| **${temi#2}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.* |
| **${temi#3}Тема 3. МЕЖДУНАРОДНИ СТОКОВИ БОРСИ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. МЕЖДУНАРОДНИ СТОКОВИ ПАЗАРИ - ФУНКЦИИ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ. 2. СЪЩНОСТ И РАЗВИТИЕ НА БОРСИТЕ. 2.1. ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВНИ ФУНКЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ СТОКОВИ БОРСИ. 2.2. ПРИНЦИПИ И МЕХАНИЗЪМ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА СТОКОВИТЕ БОРСИ.* |
| **${temi#4}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.* |
| **${temi#5}Тема 5. МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА АГРАРНИ СУРОВИНИ И ПРОДУКТИ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. ОБЩ ПРЕГЛЕД НА ПРОИЗВОДСТВОТО И ПОТРЕБЛЕНИЕТО НА СЕЛСКОСТОПАНСКИ СУРОВИНИ. 1.1.ОСОБЕНОСТИ НА ПРОИЗВОДСТВОТО И ПОТРЕБЛЕНИЕТО НА ПРОДОВОЛСТВЕНИ И НЕПРОДОВОЛСТВЕНИ СУРОВИНИ. 1.2 ОБЩ ПРЕГЛЕД НА ТЪРГОВИЯТА СЪС СЕЛСКОСТОПАНСКИ СУРОВИНИ. 2. ОСНОВНИ МЕХАНИЗМИ В МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ СЪС СЕЛСКОСТОПАНСКИ ПРОДУКТИ. 2.1. ПАЗАРНИ ФАКТОРИ, ОБУСЛАВЯЩИ МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ СЪС СЕЛСКОСТОПАНСКИ ПРОДУКТИ. 2.2. ОСНОВНИ СУБЕКТИ В МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ СЪС СЕЛСКОСТОПАНСКИ ПРОДУКТИ. 2.3. ТИПОВЕ МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА СУРОВИНИ.* |
| **${temi#6}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 ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ 3.1 ВИДОВЕ СДЕЛКИ 3.2. ФОРМИ И МЕХАНИЗМИ НА КОНКУРЕНЦИЯТА НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА СТОКИ С ИНВЕСТИЦИОННО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ* |
| **${temi#7}Tема 7. МЕЖДУНАРОДНИ АСПЕКТИ НА ПАЗАРИТЕ ЗА ИНДУСТРИАЛНА И ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ** | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *1. СЪЩНОСТ И ОСОБЕНОСТИ НА ОБЕКТИТЕ НА ИНДУСТРИАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ КАТО ОБЕКТИ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ. 1.1. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ОБЕКТИТЕ НА ИНДУСТРИАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ. 1.2. ИКОНОМИЧЕСКА СЪЩНОСТ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗА ТЪРГОВСКА МАРКА. 1.3. ФУНКЦИИ НА ТЪРГОВСКАТА МАРКА. ВИДОВЕ ТЪРГОВСКИ МАРКИ. 2. МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ ЗА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ - СЪЩНОСТ И ФОРМИ. 2.1. ТЪРГОВСКАТА МАРКА КАТО ОБЕКТ НА ПАТЕНТНО-ЛИЦЕНЗИОННАТА ТЪРГОВИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ ЗА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ. 2.2. ФОРМИ НА РЕАЛИЗИРАНЕ НА ТЪРГОВСКИТЕ СДЕЛКИ С ОБЕКТИ НА ИНДУСТРИАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ.* |
| **${temi#8}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.* |
| **${temi\_sum#1}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/:

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

Ръководител катедра:

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