

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА И
УСЛУГИТЕ“

Приета от ФС (протокол №11/ 25.04.2024)
Приета от КС (протокол №11/ 08.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:
Декан:
(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „МЕЖДУНАРОДНА ТЪРГОВИЯ И ЛОГИСТИКА“
ЗА СПЕЦ: „Омниканален търговски бизнес“; ОКС „магистър“ – редовно обучение
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО и СПН
СЕМЕСТЪР: 9 за СС и СНУ, 11 за ДНДО и СПН
ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.
КРЕДИТИ: 6

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
Т.ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Д. Желязкова)
2.
(доц. д-р М. Стоянов)
3.
(ас. Д. Кирова)

Ръководител катедра:
„Икономика и управление на търговията и услугите“ (доц. д-р М. Стоянов)

I. АНОТАЦИЯ

Настоящата учебна програма по „Международна търговия и логистика“ се фокусира и развива знания относно външната търговия и международната логистика и цели да осигури на студентите цялостен преглед върху търговията в международен мащаб и поведението на участниците в глобалните продуктови потоци. Целите на курса са студентите да развият умения за цялостно оценяване на пазара и поведението на неговите участници в международен план, да анализират различните политически, културни, правни и икономически измерения при международната търговия и логистика, да анализират стратегическите перспективи и ключовите въпроси на изграждането на устойчиво конкурентно предимство за международните търговци. В програмата е застъпено придобиването на аналитични умения в разработването и изпълнението на международни стратегии за търговия, идентификация на пазарни възможности, специфични предизвикателства, отличителни характеристики, нововъзникващите тенденции в развитието на външния пазар, управлението на международните вериги на доставки и международния транспорт. Съдържанието на **настоящата учебна програма** представя възможност за запознаване и комплексно изучаване на ключовите специфични проблеми, свързани със съвременните измерения на международната търговия и логистика, **което е разгърнато върху интердисциплинарен подход на представяне на концепции и теоретични проблеми от разнообразни научни области и постиженията на съвременната международна бизнес практика.**

Предвидените форми за текущ контрол по „Международна търговия и логистика“ (курсов проект, бизнес казус, тест) ще позволят на студентите да разширят своите компетентности и подобрят своята езикова грамотност, предприемаческа компетентност и културна осведоменост и изява.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ И МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВСКА ПОЛИТИКА		4	4	
1.1.	Същност на международната търговия			
1.2.	Значение на международната търговията в обменните процеси			
1.3.	Рискове в международната търговия			
ТЕМА 2. СЪВРЕМЕННИ РЕАЛНОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ПАЗАРНА СРЕДА		4	4	
2.1.	Концептуални аспекти на международния пазар			
2.2.	Пазарите като фактор, влияещ върху развитието на международната търговия			
2.3.	Актуални проблеми на международната търговия			
ТЕМА 3. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ИНТЕГРАЦИЯ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ПАЗАРНА СРЕДА		4	4	
3.1.	Географска определеност на стоковата търговия в световен мащаб			
3.2.	Интеграционни процеси в международната стокова търговия			
3.3.	Търговски съюзи			
ТЕМА 4. МЕЖДУНАРОДНА ПРОДАЖБА		4	4	
4.1.	Специфични особености на сделката за международна продажба			
4.2.	Подготовка и сключване на сделката за международна продажба			
4.3.	Условия на външнотърговския договор			

4.4.	Икономически и правни аспекти на външнотърговските сделки			
ТЕМА 5. МЕЖДУНАРОДНА ЛОГИСТИКА		4	4	
5.1.	Управление на международната верига за доставки			
5.2.	Свободни икономически зони – същност, видове и стратегии за развитие			
5.3.	Международен транспорт			
ТЕМА 6. МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ И БРАНДИНГ		4	4	
6.1.	Силите на околната среда в международните пазари			
6.2.	Форми на сътрудничество и подходи за навлизане на международните пазари			
6.3.	Брандинг – същност и значение за международната търговия			
ТЕМА 7. МЕЖДУНАРОДНА ОПАКОВКА НА ТОВАРИТЕ		4	4	
7.1.	Особености на международните опаковки на товарите			
7.2.	Предимства и недостатъци на международните опаковки на товари			
7.3.	Фактори, които оказват влияние върху избора на опаковки на товарите при международните превози			
ТЕМА 8. МЕЖДУНАРОДНА МАРКИРОВКА НА ТОВАРИТЕ		2	2	
8.1.	Видове международни маркировки на товарите			
8.2.	Особености на международните маркировки на товарите			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

Но. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Курсов задание (по практико-приложни проблеми на международната търговия и логистика)	1	40
1.2.	Презентиране на курсово задание	1	10
1.3.	Бизнес казус	1	10
1.4.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	1	10
Общо за семестриално оценяване:		4	70
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест със отворени, затворени и /или смесени въпроси)	1	50
Общо за сесийно оценяване:		1	50
Общо за всички форми на контрол:		5	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Бояджиева, Н. (2017). Международни отношения. София: „Албатрос“.
2. Раковска, М. и колектив. (2018). Бизнес логистика. София: УИ „Стопанство“.

¹ При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл. 21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Андонов, Б. (2014). Външнотърговска сделка: Подготовка. Сключване. Изпълнение. София: „Нова звезда“.
2. Дамянов, Ат. и др. (2015). Международна икономика. В. Търново: „Фабер“.
3. Желязкова, Д., Стоянов, М. (2020). Търговията и транспортът по време на пандемията COVID-19. // Инфраструктура & комуникации, София: УНСС, кн. 15, с. 44-49.
4. Желязкова, Д. (2015). Глобални и регионални измерения на транспорта. Варна: УИ „Наука и икономика“.
5. Закон за митниците, в сила от 01.01.1999 г., последни изменения и допълнения.
6. Зафирова, Ц. и др. (2016). Международен мениджмънт. Варна: УИ „Наука и икономика“.
7. Маринов, Г. и др. (2013). Международен икономикс. Варна УИ „Наука и икономика“.
8. Маринова, Н. (2017). Международен маркетинг. София: Нов Български Университет.
9. Стоянов, М. (2015). Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: УИ „Наука и икономика“.
10. Хилл, Ч. (2012). Международният бизнес. 8. изд., Санкт-Петербург: „ПИТЕР“.
11. Stojanov, M., Zhelyazkova, D., Gramatikova, E. (2018). Development of courier services in the context of omnichannel strategy. // SGEM 2018, Vol. 5, Modern science. Business and Management, Issue 1.5, pp. 261-268. DOI: 10.5593/sgemsocial2018/1.5.
12. Stojanov, M. (2017). The challenges of offshoring and outsourcing. // Trakia Journal of sciences, Vol. 15, Suppl. 1, pp. 87-92.
13. Stojanov, M. (2015). Similarities and differences of trade in Bulgaria and Romania. // Journal L'Association 1901 „SEPIKE“, Ausgabe 8, pp. 180-184.

Март 2024 г.
МС/ДЖ