

## ВЪПРОСНИК

### за държавен изпит на специалност „Глобален търговски бизнес“ за образователно-квалификационна степен “Магистър”

само за студенти, които са приети преди учебната 2018/2019 г. и по учебен план са изучавали дисциплините „Управление на риска в търговията“ и „Съвременни форми на търговски бизнес“

1. Основни видове съвременни форми на търговски бизнес.
2. Състояние и проблеми в развитието на търговията в България в годините на преход.
3. Регионални проблеми и аспекти в развитието на търговията в България.
4. Видове търговско посредничество.
5. Видове търговско представителство.
6. Глобализация и трансформация в търговията. Електронна търговия.
7. Показатели за оценка и фактори, които влияят на ефективността на търговския бизнес
8. Същност и видове конкуренция. Държавно регулиране на конкуренцията.
9. Същност, особености и фактори, обуславящи конкурентоспособността на търговския бизнес. Оценка на конкурентоспособността.
10. Методи и подходи за оценка на конкурентните позиции на търговската фирма.
11. Конкурентни предимства и конкурентни стратегии в търговския бизнес.
12. Същност и значение на международната търговията в обменните процеси – съвременни концепции, фактори за развитие, рискове, актуални проблеми.
13. Международна търговска политика – географска определеност, специализация, стратегии за развитие, икономическа интеграция. Търговски съюзи.
14. Сделката за международна продажба – същност, специфични особености, подготовка и сключване, условия на външотърговския договор, икономически и правни аспекти на външотърговските сделки, средства и форми за плащане в международната търговия.
15. Международна логистика и митнически аспекти на търговията – режим на внос, режим на износ, митнически конвенции, управление на международната верига за доставка, международен транспорт, свободни икономически зони.
16. Международен маркетинг и брандинг – фактори на международната бизнес среда, сегментация, подходи за навлизане и форми на сътрудничество на международните пазари, стратегии за отличимост и конкурентно позициониране.
17. Трансформацията на ЕС: основни реформи на стоковите, трудовите и финансовите пазари. Глобализация на пазарите, информацията, конкуренцията. Интеграция на търговските процеси в ЕС. Единна търговска политика на ЕС.
18. Търговска политика на ЕС: секторни въздействия. Пазарна среда, търговия, пазарна структура, конкуренция и конкурентоспособност – форми на регулация. Регулации на пазарите на интелектуална собственост, аграрен сектор, риболов, индустриални стоки, услуги и др. Търговски улеснения.

19. Инструменти на търговската политика на ЕС: защита на търговията, регулации на търговските бариери, защита срещу конкурентно ценообразуване, защита на предприемачеството и малкия бизнес.
20. Търговски взаимоотношения на ЕС: ТЕС – САЩ, Канада; ТЕС и Китай; ТЕС и Русия; ТЕС и Третият свят.
21. Проблеми при навлизането на българските фирми и пазарни възможности при членството в ЕС. Усъвършенстване на ценообразуването на пазарите на стоки и услуги. Основни проблеми при локацията и собствеността на българските търговски фирми. Защита на потребителите, малките и средните предприятия.
22. Проблеми при дефинирането и изследването на риска в икономическата теория: риск и несигурност като елементи на основния икономически модел. Парето оптималност при риск; изборът при риск; рискова аверсия; методи за анализ и прогноза на риска.
23. Риск на търговския цикъл: разработване на пазарни индекси; равновесие на очакванията на стоковия пазар. Анализ и прогнозиране на рисковете на търсенето и предлагането. Зависимост между рисковете на стоковия пазар, монетарния сектор и пазара на труда.
24. Анализ и прогнозиране на риска на пазарния сегмент: риск на пределната склонност към потребление (MPC); рискова аверсия на потребителите; риск на склонността към размяната. Рисково прогнозиране на пазарната структура и пазарния дял на фирмата.
25. Управление на риска на стоковия портфейл на фирмата: същност, измерване на риска, критерии за оптималност на стоковия портфейл. Оптимизиране на алтернативния разход и на стоковата ликвидност.
26. Оптимизиране на общата факторна производителност на търговската фирма: оптимизиране на пределната производителност на трудовия ресурс, капиталовия ресурс, информацията и предприемаческия ресурс. Оптимизиране на растежа на търговската фирма.
27. Състояние и развитие на макросредата в България за развитие на пазара.
28. Методика за изследване на пазара.
29. Стратегии и методи за събиране на данни при изследване на пазара.
30. Извадков подход при пазарни проучвания.
31. Измерване, скалиране и разработване на въпросник при изследване на пазара.
32. Обработка, анализ и представяне на резултатите от изследването на пазара.

м. март, 2017 г.