

**РУСЕНСКИ УНИВЕРСИТЕТ “АНГЕЛ КЪНЧЕВ”**  
**ФАКУЛТЕТ “БИЗНЕС И МЕНИДЖМЪНТ”**  
**КАТЕДРА “ИКОНОМИКА”**

---

**К О Н С П Е К Т**  
**ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО МИО**

1. Световно стопанство и международни икономически отношения.
2. Глобализация – същност, фактори и стимули за развитие.
3. Глобални компании – същност, място и роля в световната политика и търговия.
4. Икономическа регионализация в световната икономика. Развиващи се страни – същност, място, проблеми. Пътища за решаване и постижения в преодоляването на икономическите проблеми на развиващите се страни.
5. Европейска икономическа интеграция – история, същност и перспективи.
6. Общи политики на ЕС – митническа, селскостопанска и валутна политика.
7. Предимства и рискове за България като член на ЕС.
8. Теории за международната търговия.
9. Външноикономическа политика. Същност и средства за осъществяване.
10. Мита и митническа политика.
11. Нетарифни ограничения в международната търговия.
12. Система за регулиране и стимулиране на външноикономическата дейност.
13. Външноикономическа политика на България – същност, принципи и развитие в условията на ЕС.
14. Стокова структура на външната търговия на България – обем динамика и тенденции на развитие.
15. Географска насоченост на българската външна търговия – приоритетни пазари и тенденции на развитие.
16. Международен валутен пазар – основни характеристики.
17. Валутен пазар при свободно колебаещ се и при фиксиран валутен курс – същност и сравнителни характеристики.
18. Международни колективни валути.
19. Същност и структура на международната валутна ликвидност.
20. Форми на международни плащания.
21. Международни кредити и кредитиране на международния бизнес.
22. Международни валутно - финансови организации.
23. Международно движение на капитала.
24. Платежен и външнотърговски баланс. Уравновесяване на платежния баланс.
25. Международна продажба – същност и специфични особености. Подготовка на сделката за международна продажба. Оферта и видове оферти. Запитване – същност и различия с офертата. Изисквания за изработване на оферта и запитване в международния бизнес.
26. Условия на външнотърговския договор (ВТД).
27. Посреднически операции – същност и разновидности. Основни клаузи на посредническите договори.
28. Реекспортни операции – същност и разновидности. Сделки switch (суич) и aller retour (але ретоур) – същност и приложение в практиката. Разновидности. Сделка за преработка на чужди ресурси.
29. Търговска компенсация – същност и основни разновидности. Бартер и Бартерно споразумение. Компенсационна сделка. Насрещна търговия на принципа купи обратно” (buy back) и рамкови споразумения.
30. Определение за организиран пазар и основни разновидности. Основни критерии за разграничение на видовете организирани пазари. Сравнителен анализ на видовете организирани пазари.
31. Аукционен търг – същност, развитие, място и роля в международните икономически отношения. Основни стоки, обект на аукционна търговия. Сделка на аукцион – технологичен цикъл. Предимства и рискове на аукциона за участниците в него.
32. Стокова борса – възникване, развитие, същност и видове. Основни стоки, обект на борсова търговия. Създаване на международна стокова борса и оформяне на членство. Организация и управление на дейността на международната стокова борса.
33. Основни функции на стоковата борса.
34. Видове борсови операции. Реални борсови операции – същност и технология на сделката. Фючърсни борсови операции – същност и основни разновидности. Технология на фючърсната операция.

35. Международен маркетинг - същност и дефиниции. Основни етапи в развитието на международния маркетинг. Фактори, обуславящи интернационализацията на фирмената дейност. Същност и роля на глобалните компании.
36. Международно маркетинг обкръжение - същност и специфика. Икономически фактори на международното маркетинг обкръжение. Социални и културни фактори. Технологични фактори. Правни и политически фактори. Конкурентни фактори.
37. Международен пазар и поведение на потребителя. Основни подходи за обхващане на международен пазар.
38. Модели за сегментиране на международен пазар. Технологичен цикъл на сегментиране на международен пазар. Критерии и показатели за сегментиране на международен пазар. Интерсегментиране на международен пазар и ролята на потребителското поведение.
39. Избор и реализация на международни сегментационни стратегии.
40. Същност и видове организационно - управленски структури за осъществяване на международен маркетинг. Подходи за вземане на управленски решения в сферата на международния маркетинг.
41. Фактори, обуславящи избор на организационно - управленска структура и подходи за вземане на управленски решения в сферата на международния маркетинг. Проблеми, трудности и противоречия в процеса на организацията и управлението на международните маркетинг дейности.
42. Международно маркетинг проучване - същност, цели и специфика. Видове международни маркетинг проучвания. Основни методи за осъществяване на международно маркетинг проучване.
43. Информационно осигуряване на международното маркетинг проучване.
44. Подходи за излизане на международен пазар. Канали за осъществяване на международен маркетинг. Стратегически решения за трайно настаняване на международен пазар.
45. Същностна характеристика, цели и възможности на инвестиционното и производствено фирмено сътрудничество в интернационален план. Основни форми на инвестиционно и производствено междуфирмено коопериране в международния бизнес на основата на договор за съвместна дейност.
46. Възникване и развитие на субконтракта - причини, стимули и ограничения. Предимства и недостатъци на субконтракта за страните по договора - контрактор и субконтрактор. Специфични рискове, свързани с приложението на субконтракта за страните по операцията и в зависимост от сферите на приложението му.
47. Същностна характеристика на смесената фирма. Видове смесени фирми. Техничко-икономическа обосновка на целесъобразността на създаване и функциониране на смесената фирма
48. Същност и основни специфични характеристики на консорциалната структура на междуфирмени връзки в международния бизнес. Специфични особености на организацията и управлението на консорциума. Възможности, предимства и недостатъци на консорциума за участващите.
49. Инвестиционен процес – същност и характеристики. Международен инженеринг – същност и характеристики. Международен пазар за инженерингова дейност и фирмена структура на този пазар.
50. Инженерингов процес – същност, варианти и основни фази и етапи на развитие.
51. Доказване на технико - икономическа целесъобразност на изграждането на инвестиционен проект.
52. Основни подходи за избор на оференти за изпълнение на инвестиционен проект. Преки преговори и тръжна процедура. Предимства и рискове.
53. Основни подходи за сключване на договор за инженерингов проект.
54. Международен търг за инвестиционни проекти. Видове търгове. Предимства и рискове на тръжната практика за организатора на търга. Подготовка за организиране на търг. Съдържание и форма на документите за предварителна квалификация. Съдържание и форма на тръжната документация.
55. Изработване на тръжна оферта. Информационно осигуряване на процеса на подготовка на офертата. Видове гаранции за участие в търг.
56. Видове сделки на етапа на експлоатация на инвестиционния проект.
57. Концесионно съглашение – същност и варианти. Сделка В.О.Т. – същност, предимства и рискове. Сделка за разделяне на продукцията (Production sharing) и Рисков контракт.
58. Същност и специфични особености на лицензионните съглашения. Предмет на лицензионно съглашение. Същност и специфика на предмета на управленския контракт в условията на международния бизнес.
59. Същностна характеристика на многоплановия характер на франчайзинга.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Външнотърговски бизнес - правни аспекти, авт. колектив с н.р. проф. д-р Ч. Големинов, ПК "ЮС-комерс-93, София, 1993.
2. Търговски закон, Част III, ДВ 51/2006
3. Закон за електронната търговия, ДВ 51/2006
4. Каракашева, Л., Международен бизнес – част първа, ИК Призма, С. 2007.
5. КАРАКАШЕВА, Л. Бл. МАРКОВА, Борси и борсова политика, Призма, София, 1999 г.
6. ИНКОТЕРМС, БТПП, 1990 и 2000 г.
7. Каракашева, Л. Международен маркетинг, ИК Призма, С., 2007.
8. Каракашева, Л. Международни инвестиционни проекти, Призма, София, 2008.
9. Котлър, Ф. Как да създаваме, печелим и управляваме пазарите, Класика стил, София, 2000.
10. Масларов, С. Валута, международни финанси, С. 2001.
11. Минчев, Д. Световна икономика, Русе, 2002.
12. Мирчев, К. Международен икономикс, 1992-1998.
13. Портър, М. Конкурентното предимство на нациите, Класика стил, София, 2004.
14. Савов, Ст. Световна икономика, С., 1999.
15. Стиглиц, Дж. Глобализацията и недоволните от нея, Университетско издателство Стопанство, УНСС, София, 2003.
16. Александрова, М. Оптимизация на инвестиционния избор, Тракия, София, 2001.
17. Голева, О. И М. Марков. Новата правна уредба на обществените поръчки, ИК „Труд и право”, София, 2004.
18. Закон за обществените поръчки В сила от 01.10.2004 г. Обн. ДВ. бр.28 от 6 Април 2004г., изм. ДВ. бр.53 от 22 Юни 2004г., изм. ДВ. бр.31 от 8 Април 2005г., изм. ДВ. бр.34 от 19 Април 2005г., изм. ДВ. бр.105 от 29 Декември 2005г., изм. ДВ. бр.18 от 28 Февруари 2006г., изм. ДВ. бр.33 от 21 Април 2006г., изм. ДВ. бр.37 от 5 Май 2006г.
19. Иванова, В. и Л. Панева, Инвестиционният избор, София, Албатрос, 2003.
20. Йорданов, Й. Инвестиционни проекти – методи за разработка и оценка, Сиела, София, 2001.
21. Каракашева, Л. Международни инвестиционни проекти, С., Призма, 2008.

Р-Л КАТЕДРА:

/доц. д-р Д. Минчев/

СЪГЛАСУВАЛ,

ДЕКАН ФБМ:

/доц. д-р Е. Трифонов/

Февруари 2012