

**ПЛОВДИВСКИ УНИВЕРСИТЕТ „ПАИСИЙ ХИЛЕНДАРСКИ“
ФАКУЛТЕТ ПО ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛНИ НАУКИ**

К О Н С П Е К Т

**ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ
НА СПЕЦИАЛНОСТ „МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ“
Образователно-квалификационна степен „Бакалавър“**

1. МЕЖДУНАРОДНИТЕ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ В УСЛОВИЯТА НА ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

Основни форми и характеристики на съвременните МИО. Същност и фактори на икономическата глобализация. Основни ефекти на глобализацията. Критика към глобализацията. Същност на отворената икономика. Показатели за участието на страните в международните икономически отношения.

2. ОСНОВНИ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА СЪВРЕМЕННИТЕ МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ

Съвременни тенденции в динамиката, географското разпределение и структурата на световното производство, международната търговия със стоки и услуги и преките чуждестранни инвестиции.

3. КЛАСИЧЕСКАТА ТЕОРИЯ ЗА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ

Меркантилизъм – същност и критика. Теория за абсолютните предимства (Адам Смит). Теория за сравнителните предимства (Дейвид Рикардо). Извеждане на взаимовръзката производителност на труда и равнище на работната заплата.

4. НЕОКЛАСИЧЕСКАТА ТЕОРИЯ ЗА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ

Моделът за факторните пропорции на Хекшер и Олин. Теорема на Рибчински. Теорема за изравняване на факторните цени. Теорема на Столпер-Самюелсън. Парадокс на Леонтиев и опити за неговото разрешаване.

5. СЪВРЕМЕННИТЕ ТЕОРИИ ЗА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ

Теория за технологичния разрыв. Теория за жизнения цикъл на продукта. Теория за съвпадащото търсене. Икономията от мащаба на производството и вътрешноотрасловата международна търговия. Теория за конкурентните предимства на М. Портър. Етапи на конкурентното развитие на страните.

6. НАЦИОНАЛНО-ДЪРЖАВНО РЕГУЛИРАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ

Външнотърговска политика: същност, цели и видове. Инструменти на външнотърговската политика. Тарифни методи за регулиране на международната търговия – същност, разновидности, функции на митата. Ефективна митническа защита. Тарифна ескалация. Ефекти върху ефективността и благосъстоянието на малка и голяма страна от въвеждането на мита.

7. НЕТАРИФНИ МЕРКИ ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ

Същност, класификация и разпространение на нетарифните мерки. Същност и видове квоти. Анализ на икономическите ефекти от въвеждането на импортна квота. Същност и видове субсидии. Анализ на икономическите ефекти от предоставянето на субсидии. Аргументи „за“ и „против“ протекционизма.

8. ВЪНШНА ТЪРГОВИЯ НА БЪЛГАРИЯ

Значение на външната търговия за икономиката на България. Външнотърговска политика на България преди и след присъединяването към ЕС. Промени в географската ориентация на българската външна търговия след стартирането на прехода към пазарна икономика и в съвременните условия. Основни изменения в стоковата структура на българската външна търговия след 1989 г. до днес.

9. МЕЖДУНАРОДНА ТЪРГОВИЯ И ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ

Икономически растеж и международна търговия. Търговски проблеми на развиващите се страни. Експортно ориентирана срещу импортозаместваща стратегия за икономическо развитие. Индустриална политика – същност, критика, успешни примери, принципи.

10. РЕГИОНАЛНАТА ИКОНОМИЧЕСКА ИНТЕГРАЦИЯ В СВЕТОВНАТА ИКОНОМИКА.

Същност, предпоставки и цели на регионалните търговско-икономически споразумения. Статични ефекти на създаване и отклоняване на търговия. Динамични ефекти от интеграцията. Характеристики на новия регионализъм. Регионализацията и многостранната търговска либерализация.

11. МЕЖДУНАРОДНО ДВИЖЕНИЕ НА КАПИТАЛ

Същност и форми на международното движение на капитал. Икономически ефекти от международното движение на капитал. Емпирична проверка на неокласическия модел за международното движение на капитал. Същност, компоненти, форми, мотиви за осъществяване на преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ). Изгоди и рискове от ПЧИ за приемащата страна. Тенденции в глобалните потоци на ПЧИ и националните политики за привличане на ПЧИ.

12. МЕЖДУНАРОДНА МИГРАЦИЯ НА ТРУДОВИ РЕСУРСИ

Същност, причини и видове международна трудова миграция. Направления на миграцията и съвременни притегателни центрове за трудовите ресурси. Икономически ефекти от международната трудова миграция. Миграционна политика на държавата. Международно регулиране на трудовата миграция.

13. МЕЖДУНАРОДНИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СИСТЕМАТА НА МИО

Класификация на международните икономически организации. Обща характеристика на тяхната дейност и място в съвременната система на международните икономически отношения. Основни функции и задачи на международните икономически организации в системата на ООН. Световната търговска организация – възникване и роля в регулирането на международната търговия със стоки и услуги. Характеристики, функции, роля на МВФ и групата на Световната банка. Регионални финансови институции.

14. СЪВРЕМЕННИ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ВОДЕЩИ ФАКТОРИ В РАЗВИТИЕТО НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС

Теоретични основи на международния бизнес. Субекти на международния бизнес. Интернационализация и глобализация на бизнеса - измерения и двигатели. Регионализация – същност и характеристики. Последици за компаниите, участващи в международния бизнес. Европеизация на бизнеса. Фактори от международното бизнес обкръжение: класификация, модели и методи за анализ. Рискът в международния бизнес.

15. СДЕЛКАТА ЗА МЕЖДУНАРОДНА ПРОДАЖБА – СЪЩНОСТ, ЕТАПИ, УСЛОВИЯ, РИСКОВЕ

Икономически, технологични и управленски аспекти. Международна сделка за покупко-продажба: същност, характеристики, етапи, предимства и рискове за страните. Договор за

Катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“, ПУ „Паисий Хилендарски“
международна продажба: същност и форма, предмет, условия, изпълнение. Основни документи:
стокови, транспортни, платежни и митнически.

16. КЛАСИЧЕСКИ И ПОСРЕДНИЧЕСКИ ВЪНШНОТЪРГОВСКИ ОПЕРАЦИИ

Класификация на международните бизнес операции. Класически външнотърговски операции. Същност, видове и бизнес характеристика. Специфични условия на отделните видове посреднически операции и договори. Операция по препродажба, комисионна операция, консигнационна операция, операция за търговско представителство. Международни бизнес операции за реекспорт.

17. СДЕЛКИ НА ОРГАНИЗИРАНИТЕ ПАЗАРИ

Технология на сделките за незабавна доставка (spot). Сделки форуърд. Същност и специфични особености на фючърните сделки. Предпоставки за възникване и развитие на фючърната търговия. Изграждане на борсови стратегии с фючърси - спекулиране и хеджиране. Същност и специфични особености на опционните сделки. Изграждане на борсови стратегии с опции.

18. ТЪРГОВСКИ КОМПЕНСАЦИИ И КОНЦЕСИОННО СЪГЛАШЕНИЕ В МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС

Същност, технологична и бизнес характеристика. Видове компенсации в международния бизнес – бартер, бартерно споразумение, компенсации на принципа на насрещната покупка. Развитие на компенсацията в международния бизнес. Същност и обекти на концесионирането. Технологичен цикъл. Концесионен договор. Рискове за участниците в концесията.

19. МЕЖДУНАРОДЕН ЛИЗИНГ, ЛИЦЕНЗИОННИ СЪГЛАШЕНИЯ, ФРАНЧАЙЗИНГ, КОНСУЛТАЦИОННИ И УПРАВЛЕНСКИ КОНТРАКТИ

Международен лизинг – същност, видове, технологична и бизнес характеристика. Финансов и оперативен лизинг. Трансфер на знания и опит. Същност и обхват на трансфера на технологии. Лицензионно съглашение. Видове лицензии. Същност и видове договори за франчайзинг. Инженеринговият процес като обект на управление. Видове управленски контракти.

20. МЕЖДУНАРОДНИ СТРАТЕГИЧЕСКИ СЪЮЗИ И ПАРТНЬОРСТВА, МЕЖДУНАРОДНО ПРОИЗВОДСТВЕНО КООПЕРИРАНЕ И ПУБЛИЧНО-ЧАСТНО ПАРТНЬОРСТВО В МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС

Сходства и различия на стратегическите съюзи и стратегическите партньорства. Механизми на стратегическите съюзи и партньорства. Икономически, управленски и правни аспекти на сделките за промишлено коопериране. Икономическа целесъобразност на прехвърлянето на дейности (outsourcing). Глобални вериги на доставка – същност, характеристики, участници, механизми за изграждане на трайни взаимоотношения между партньорите. Форми на публично-частно партньорство. Видове сделки и рискове при проектите на публично-частното партньорство.

21. СЪЩНОСТ И ОСОБЕНОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ МЕНИДЖМЪНТ

Теоретични основи на международния мениджмънт - същност, особености, субекти. Международно обкръжение и методи за анализ на международното обкръжение. Рискове и предизвикателства пред международния мениджмънт.

22. КУЛТУРНИЯТ ФАКТОР В МЕЖДУНАРОДНИЯ МЕНИДЖМЪНТ

Елементи и ценностни измерения на културите. Междукултурна комуникация. Вземане на решения и контрол при различните култури. Културни различия при мотивацията на човешките ресурси в международния мениджмънт. Културният фактор и различните лидерски стилове.

23. СТРАТЕГИЧЕСКИ РЕШЕНИЯ В МЕЖДУНАРОДНИЯ МЕНИДЖМЪНТ

Етапи на стратегическо планиране. Фактори за избор на стратегия. Видове стратегии. Форми за реализация на стратегията. Корпоративната и социална отговорност - неизменна част от стратегията на международната компания. Същност и области на корпоративната и социална отговорност.

24. ОРГАНИЗАЦИОННИ СТРУКТУРИ В МЕЖДУНАРОДНИЯ МЕНИДЖМЪНТ И УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

Същност на организационно управленската структура и принципи за структуриране. Видове организационни структури: дивизионни и матрични структури; съвременни организационни форми - мрежести и виртуални организационни структури. Преимущества и недостатъци на различните организационни решения. Особености на управлението на човешките ресурси в международния мениджмънт. Общи принципи, стратегии и модели за кадрово осигуряване в международния мениджмънт.

25. МАРКЕТИНГ – СЪЩНОСТ, РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ

Ключови понятия в маркетинга: нужди, потребности, желания, търсене, продукт, стойност за клиента, полезност, пазар, размяна, сделка, маркетингов микс. Маркетингов процес. Концепции за управление на маркетинга. Видове маркетинг. Съвременни тенденции в развитието на маркетинга.

26. МАРКЕТИНГОВА СРЕДА. МАРКЕТИНГОВА ИНФОРМАЦИОННА СИСТЕМА (МИС)

Маркетингова микро- и макросреда. Мониторинг на маркетинговата среда. МИС – същност и предназначение, структура. Маркетингови изследвания – същност, функции, видове, етапи на изследователския процес.

27. ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ МАРКЕТИНГ.

МЕЖДУНАРОДНО МАРКЕТИНГОВО ОБКРЪЖЕНИЕ. ОСОБЕНОСТИ НА СЕГМЕНТИРАНЕТО НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ПАЗАР И ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

Теоретични основи на международния маркетинг. Връзки и взаимодействия с международния бизнес. Видове международен маркетинг. Съвременни тенденции в развитието на международния маркетинг. Класификационни схеми и модели на елементите от международното маркетингово обкръжение. Същност, подходи и етапи при сегментирането на международния пазар. Поведение на потребителите на международните пазари. Регионални модели на поведението на потребителите. Културен фактор и модели на поведение на потребителите.

28. МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ В МЕЖДУНАРОДНИЯ МАРКЕТИНГ И ИЗБОР НА ПАЗАРИ. МЕЖДУНАРОДНО МАРКЕТИНГОВО ПЛАНИРАНЕ

Същност, характеристики и значение на международните маркетингови проучвания. Видове международни маркетингови проучвания. Техники за провеждане на международни маркетингови проучвания. Същност и етапи на международното маркетингово планиране. Международни маркетингови стратегии – същност и класификационна схема. Подходи за излизане на международен пазар и стратегии за завладяване на чужди пазари. Управленски аспекти на международния маркетинг.

29. ПРОДУКТОВА И ЦЕНОВА ПОЛИТИКА В МЕЖДУНАРОДНИЯ МАРКЕТИНГ

Модели в международната продуктова политика. Продуктова политика на адаптиране. Глобален модел на продуктова политика. Иновационен мениджмънт. Продуктов микс в международния маркетинг. Цени и ценообразуване на международните пазари. Основни ценообразуващи фактори. Стратегии на ценообразуване. Трансферно ценообразуване в практиката на МНК и ТНК.

30. КАНАЛИ ЗА РЕАЛИЗАЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНИЯ МАРКЕТИНГ И МЕЖДУНАРОДНИ МАРКЕТИНГОВИ КОМУНИКАЦИИ. МАРКЕТИНГ НА УСЛУГИ В МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС

Видове канали за реализация в международния маркетинг. Предимства и недостатъци на собствените и посредническите канали за реализация. Международна логистика и международен транспорт. Маркетинговите комуникации в международния бизнес. Форми и методи на международните маркетингови комуникации. Управление на взаимоотношенията с клиенти. Роля на услугите в съвременния международен бизнес. Маркетинг на услуги – същност и елементи.

31. ПЛАТЕЖЕН БАЛАНС

Същност, принципи на съставяне, структура на платежния баланс. Макроикономическо значение на текущия баланс. Нетна инвестиционна позиция. Регулиране (държавно и многостранно) и финансиране на платежния баланс.

32. ВАЛУТЕН КУРС И ВАЛУТЕН ПАЗАР

Валута и валутен курс – понятие, видове, функции, образуващи фактори. Валутен пазар – функции, институционална структура, видове валутни операции. Валутно-курсова система и валутно-курсова политика на страната. Прогнозиране на валутния курс.

33. МАКРОИКОНОМИЧЕСКА ПОЛИТИКА В УСЛОВИЯТА НА ОТВОРЕНАТА ИКОНОМИКА

Цели и инструменти на макроикономическата политика в условията на отворена икономика. Използване на модела IS-LM-VP за анализ на икономическата политика в отворената икономика. Монетарна и фискална политики при фиксиран валутен курс. Монетарна и фискална политики при плаващ валутен курс. Правило за разпределение на ролите. Международна координация на макроикономическите политики. Мултипликатор в отворената икономика.

34. СВЕТОВНАТА ВАЛУТНА СИСТЕМА

Същност и елементи на световната валутна система. Световни пари. Историческо развитие на световната валутна система – биметализъм, златен стандарт, Бретънудска система, многовалутен стандарт. Валутна конвертируемост. Международна ликвидност. Причини за възникване на международни финансови кризи. Ефект на заразата. Механизми за разрешаване и предотвратяване на международните финансови кризи.

35. БАНКОВО ОБСЛУЖВАНЕ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ

Банки и банкови услуги в международната търговия. Банкови операции. Етапи на предкореспондентския период. Банкови кореспондентски отношения – същност, видове. Основни банкови услуги и продукти, свързани с кореспондентските отношения и финансирането на международната търговия.

36. КРЕДИТНИ И ПЛАТЕЖНИ СРЕДСТВА В МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ

Видове средства за международни плащания. Менителница – основни характеристики, форма, видове. Запис на заповед (соло менителница) – същност, приложение. Чек и паричен превод – предимства и недостатъци.

37. ТЪРГОВСКИ ДОКУМЕНТИ ПРИ МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПЛАЩАНИЯ

Видове документи – транспортни, застрахователни, фактури и др. Морски коносамент – същност, функция, основни реквизити, стойност на ценна книга. Товарителница (трата) – видове, реквизити. Застрахователни документи – полица и сертификат. Други търговски документи.

38. ФОРМИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПЛАЩАНИЯ

Фактори за избор на форма. Документарен акредитив – същност, участници, видове. Документарно валутно инкасо – функция, видове, рискове за износителя. Плащане по открита сметка – основни характеристики. Международен превод. Институционална характеристика на централната банка. Функции, роля и независимост на централната банка. Отражение на паричната политика в баланса на централната банка. Структура и функции на Българска народна банка.

39. СЪЗДАВАНЕ НА ПАРИ В БАНКОВАТА СИСТЕМА

Модел на депозитна мултипликация. Случаят с отделната банка и банковата система. „Изтичане“ на ресурс в процеса на депозитната мултипликация. Парична мултипликация.

40. ИНСТИТУЦИОНАЛНА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ЦЕНТРАЛНАТА БАНКА

Функции, роля и независимост на централната банка. Отражение на паричната политика в баланса на централната банка. Структура и функции на Българска народна банка.

41. МЕЖДУНАРОДНАТА РЕГУЛАТОРНА РАМКА БАЗЕЛ III

Минимални капиталови изисквания. Коефициент на ливъридж. Изисквания за ликвидност. Капиталови буфери по БАЗЕЛ III. Критики към споразумението БАЗЕЛ III.

42. НАЦИОНАЛНИ ПЛАТЕЖНИ СИСТЕМИ И ЕВРОПЕЙСКИЯ АНАЛОГ TARGET2

Лицензирани оператори на платежни системи в България. Европейска платежна система TARGET2. Системи за големи плащания в Евронзоната и страните от Г-10.

43. МИТНИЧЕСКИ СЪЮЗ И ОБЩА ТЪРГОВСКА ПОЛИТИКА НА ЕС

Възникване на общ митнически съюз. От икономическа интеграция – към единен пазар: вътрешен и външен пазар на ЕС. ЕС и Световната търговска организация /СТО/. Значението на Уругвайския кръг от преговори и на търговския кръг от преговори в Доха за ЕС. Билатерални, междурегионални и мултилатерални търговски споразумения на ЕС. Мотиви за изграждане на Обща (външна) търговска политика /ОТП/ на ЕС. Популярни търговски инструменти за прилагане на ОТП на ЕС.

44. СВОБОДНО ДВИЖЕНИЕ НА СТОКИ, УСЛУГИ, РАБОТНА СИЛА И КАПИТАЛ В ЕС

Основни пазарни свободи в ЕС – генезис и еволюция. Основни фази на икономическата интеграция. Потенциални ползи от разширяването на ЕС и функционирането на единен пазар. Правомощия и компетенции на националните власти и европейските институции в процеса на икономическа интеграция. Основни регулативни моменти в Договора за Европейския съюз /ДЕС/ и Договора за функционирането на Европейския съюз /ДФЕС/.

45. ЕВРОЗОНА И ЕДИННА ПАРИЧНА ПОЛИТИКА

Опити и фактическо учредяване на единния паричен пазар. Екю – валутата от първо поколение. Критерии от Маастрихт. Еврото и еврозоната; критерии за членство, регулативни рамки; разширяване и интеграция. ЕЦБ като икономически участник.

46. БЮДЖЕТ НА ЕС

Формиране на бюджета на ЕС - бюджетен цикъл, бюджетни правила и бюджетна практика. Бюджетът на ЕС преди и след Лисабонския договор. Структура на бюджета на ЕС. Многогодишна финансова рамка /МФР/ и годишен бюджет. Контрибутори и бенефициенти. Британската корекция (Британския рабат).

ЛИТЕРАТУРА:

1. Боева, Б. и кол., Международен маркетинг, С., ИК-УНСС, 2016.
2. Боева, Б., Мениджмънт в условията на интернационализация и глобализация. ИК – УНСС, С., 2014.
3. Бонева, С., Европейска икономическа интеграция: бюджет и бюджетна политика на ЕС”, С., 2010.
4. Василева, А., Международен бизнес, УИ „Стопанство”, София, 2011.
5. Георгиева, Е., Симеонов, К., Европейска икономическа интеграция, С. 2008.
6. Димитрова, Т. Учебно помагало: Маркетинг (понятия, задачи, казуси, тестове), УИ „П. Хилендарски”, Пловдив, 2014.
7. Желев, С. Маркетингови изследвания, УИ „Стопанство“, София, 2 издание, 2008.
8. Желев и кол. Маркетинг, ИС – УНСС, София, 2013.
9. Желев, П., Теория на международните икономически отношения, София, 2015.
10. Зафирова, Ц., Шиваров, А., колектив, Международен мениджмънт. Наука и икономика, В., 2016.
11. Йосифов, Т., Банково дело и форми на финансиране, Макрос, Пловдив, 2019.
12. Каракашева, Л., Международен бизнес: Част I, Издателска къща „Призма“, София, 2009.
13. Каракашева, Л., Международен бизнес: Част II, Издателска къща „Призма“, София, 2011.
14. Каракашева, Л., Б. Боева, Маркетинг в международния бизнес, С., ИК-УНСС, 2016.
15. Маринов, В., Международно разделение на труда: въпроси на методологията, теорията и практиката, София, 2004.
16. Маринов, В., Отворената икономика, София, 2004.
17. Маринов, В., Международни икономически отношения: теория, система, политика, София, 2006.
18. Маринов, В., Савов, М., Петров, М., Славова, М., Хаджиниколов, Д., Кръстев, С., Европейска икономическа интеграция, (3-то преработено издание), С., 2004.
19. Масларов, Св., Тошева-Георгиева, Д., Финансиране на външнотърговските сделки, изд. „Нов български университет”, София, 2007.
20. Петков Кр., Владиков А., Мишева М., Желязкова М., Минев Ал., Митрева Хр., Европейска икономическа и социална интеграция, П-в, 2013, ЕКИУ.
21. Стоименов, М., Тодорова, В., Финансиране на международната търговия, изд. „Тракия М“, София, 2009.
22. Стоименов, М., Международни финанси, изд. „Тракия М“, София, 2011.
23. Хаджиниколов, Д., Общата търговска политика на Европейския съюз след Лисабонския договор, С., 2011.
24. Хаджиниколов, Д., Европейският съюз като глобална търговска сила, С., 2008.
25. Baldwin, R., Charles Wyplosz, The Economics of European Integration 3/e, McGraw Hill, 2009.
26. Шикова, И., Европейски фондове, програми, проекти – 2014-2020, С., 2015, РИК „Минерва”.
27. Шикова, И., Политики на Европейския съюз, С., 2011, УИ „Св. Климент Охридски”.
28. Blake, D. TARGET2, The Silent Bailout System that Keeps the Euro Afloat. City University of London, 2018.
29. Carbaugh, R., International Economics, Cengage Learning, 15th edition, 2015.
30. Cavusgil S., Knight G., Riesenberger J., International Business: The New Realities, 4th edition, Pearson Education, 2017.
31. Cateora, Ph., Money R., Gilly M., Graham J., International Marketing, 18th ed., McGraw Hill Education, 2020.
32. Glowka, M., Müller, A., Friz, L., Testi, S., Valentini, M., Vespucci, S. TARGET2 Analytical Tools for Regulatory Compliance. European Central Bank, 2022.
33. Krugman, P., Obstfeld, M., M. Melitz, International Economics: Theory and Policy, Pearson 10th edition, 2014.

- Катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“, ПУ „Паисий Хилендарски“
34. Luthans, F., Jonathan P. Doh, International management : culture, strategy, and behaviour, 8th Edition, McGraw-Hill, 2012.
 35. Kotabe M., Helsen K., Global Marketing Management, 5th ed., John Wiley & Sons, USA, 2010.
 36. Michael, Sh., Stevens, Fr., Financing Foreign Trade, HOLO Books, 2003.
 37. McCann, D., The Political Economy of the European Union, Cambridge, UK, 2010.
 38. Morschett, D., Schramm-Klein, H., Zentes, J., Strategic International Management, Text and Cases, 3rd Edition, Springer Gabler, 2015.
 39. Ramirez, J. Handbook of Basel III Capital, Enhancing Bank Capital in Practice. Wiley, 2017.
 40. Thakor, A. The Purpose of Banking, Transforming Banking for Stability and Economic Growth. Oxford University Press, 2019.
 41. Velez, S. Banking and Effective Capital Regulation in Practice. Taylor & Francis, 2020.

юли, 2024 г., гр. Пловдив

Конспектът влиза в сила от държавна изпитна сесия м. юли, 2025 г. (випуск 2024/2025 г.)

ПРАВИЛА

за провеждане на държавен изпит за ОКС „бакалавър“ по
„Международни икономически отношения“

1. Правилата влизат в сила от септември 2018 година:

- ✓ продължителност на изпита – 2 часа;
- ✓ форма за провеждане на изпита - писмен, тест – 40 тестови въпроси (затворени и отворени въпроси);
- ✓ затворените въпроси носят от 0 до 1 точка;
- ✓ отворените въпроси носят от 0 до 3 точки;
- ✓ скала за оценяване
 - от 51 до 60 точки – отличен;
 - от 41 до 50 точки – много добър;
 - от 31 до 40 точки – добър;
 - от 21 до 30 точки – среден;
 - до 20 точки – слаб.

2. Структура на тестовия въпросник

Общ брой въпроси: 40

Общ брой точки: 60