

МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА

УЧЕБНА ПРОГРАМА

ЗА ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ПРОФЕСИОНАЛНА ПОДГОТОВКА

ПО ИКОНОМИКА

ЗА ВСИЧКИ НЕИКОНОМИЧЕСКИ СПЕЦИАЛНОСТИ И ПРОФЕСИИ

УТВЪРДЕНА СЪС ЗАПОВЕД №РД 09-868/20.06.2005 г.

СОФИЯ, 2005 година

## I. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА, ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО

Основно място в програмата по Икономика е отделено на въпросите, свързани с пазарната икономика, приватизацията, предприемачеството, правния режим на офшорни фирми, както и на основните принципи на маркетинга и мениджмънта на фирмите. Включени са и теми за управлението на качеството, с проблема за защита на потребителите и теми, свързани с външноикономическите отношения на България със страните от Европейския съюз.

Приложеният нов подход при разработката на настоящата програма ще позволи на учениците от професионалните училища да получат знания в областта на общата икономическа теория и икономиката на предприятието.

Настоящата учебна програма е предназначена за всички неикономически професии и специалности за XII клас. Обучението по Икономика има за цел учениците да получат полезна и достъпна информация за основните икономически проблеми и принципи; да развива икономическо мислене у учениците и ги подготвя за участие в стопанския живот, независимо в кой сектор ще се реализират.

За постигането на тези цели по време на обучението учениците трябва да придобият следните компетенции:

- **Обща приложна компетентност** – съответстваща на специалността изучавана в училище. За успешното реализиране на учениците в живота е необходимо да получат и знания за икономическите явления, в които те непосредствено ще се включат в различни социални роли след завършване на обучението си.
- **Социализация и готовност за работа в екип** – динамиката, с която се променя икономическата среда налага хората да работят колективно, за да реагират адекватно на промените.
- **Комуникационна компетентност** – способността за общуване и комуникация с останалите субекти на стопанския живот е гаранция за успешната реализация на всеки и възможност да защитава своите интереси и удовлетворява потребностите си.
- **Творческа компетентност и самоинициатива** – пазарният механизъм изисква от личността да проявява инициатива и предприемчивост, способна да взема самостоятелни решения, да поема отговорност и риск.
- **Организаторска и управленска компетентност** – важен фактор за успешното развитие на предприятията от различните сфери на стопанския живот е способността да се организира стопанска дейност, умение да се поемат самостоятелни управленски функции от бъдещите предприемачи.

Предложената програма е комплексна, тъй като съдържа теми по макро- и микроикономика. Това налага при преподаването на материала да се съблюдават принципите за връзката на теорията с практиката и взаимодействието между техническите и икономическите знания.

При преподаването да се използват активни методи на обучение и се обърне внимание на практическата страна на обучението.

Програмата дава възможност за използване на допълнителни материали, както и програмни продукти и интернет, чрез които да се предоставят повече знания в областта на предприемачеството и да се насочат учениците към започване на самостоятелен бизнес.

## II. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА УЧЕБНОТО ВРЕМЕ

XII клас

I срок 18 учебни седмици x 3 учебни часа = 54 учебни часа

II срок 13 учебни седмици x 3 учебни часа = 39 учебни часа

Общо 93 учебни часа

## III. ТЕМАТИЧЕН ПЛАН

XII КЛАС

№	ТЕМИ	ОБЩО ЧАСОВЕ	НОВИ ЗНАНИЯ	УПРАЖ - НЕНИЯ И ПРЕГОВОР
I.	Обща теория на пазарното стопанство.	40	32	8
1.	Въведение в икономиката.	4	4	
2.	Основни икономически проблеми – оскъдност, ресурси, избор.	4	4	
3.	Пазар и пазарни механизми.	8	6	2
4.	Измерители в икономиката.	8	6	2
5.	Държавата и публичните блага.	8	6	2
6.	Международна търговия и интеграционни общности.	8	6	2
II.	Икономически субекти в бизнеса.	53	47	6
1.	Предприятието – основен субект на бизнеса.	6	4	2
2.	Пазарната икономика и предприемачеството.	4	4	
3.	Избор на местоположение на предприятието.	6	6	
4.	Организация на производствената дейност в предприятието.	4	4	

5.	Инвестиране и финансиране в предприятието.	6	6	
6.	Пазар на труда. Организация на заплащане на труда.	4	3	1
7.	Политика на предприятието в областта на ценообразуването.	6	5	1
8.	Маркетингова политика на фирмата.	12	10	2
9.	Мениджмънтът и фирмената култура – път към успешния бизнес.	5	5	
	Всичко:	93	79	14

#### IV. УЧЕБНО СЪДЪРЖАНИЕ

##### I. Обща теория на пазарното стопанство.

##### 1. Въведение в икономиката.

##### 1.1. Определяне на понятието икономика.

- Същност на понятието икономика;
- Закон за управление на стопанството, в основата на който стои производството и потреблението на жизнено важни блага;
- Полития – обществено устройство – полагане на икономическите закони не в отделно стопанство, а в национално;
- Съвременни разбирания за икономиката като наука.

##### 1.2. Предмет, функции и методи на икономическата наука.

- Икономически отношения, които възникват между хора в процеса на производството, разпределението и размяната на блага;
- Отношенията на собственост, свързани с притежаването на основни производствени фактори;
- Отношенията свързани с организацията на националното стопанство и неговото управление;
- Националните пазари;
- Ролята на държавата за осигуряване на икономически растеж на нацията;
- Развитие на световното стопанство и външно – търговския обмен;
- Функции на икономиката – формиране на икономическо мислене.

##### 2. Основни икономически проблеми – оскъдност, ресурси, избор.

##### 2.1. Основни икономически концепции.

- Възможни алтернативи за балансиране на потребностите и ресурсите;
- Разпределение чрез определяне на индивидуалните потребности;
- Взаимноизгодна търговия;
- Движението на печалбата;
- Конкуренцията на пазара;
- Разпределение чрез цените на стоките и доходите.

##### 2.2. Оскъдност и потребности.

- Класификация на потребностите;
- Потребности и блага;
- Основни икономически ресурси – земя, труд, предприемачество, капитал, информация.

##### 2.3. Необходимост от избор.

- Целенасоченост и рационализация на избора;
- Етапи при избора на алтернатива;
- Критерии при избора на алтернатива;
- Изборът включва компромис на икономическите потребности.

##### 2.4. Модели на организация на обществено стопанство.

- Икономическа система;
- Модели на организация;
- Традиционна – характеристика;
- Командна – характеристика;
- Частно – пазарна икономика – характеристика;
- Смесена икономика – компромиси и характеристика.

##### 3. Пазар и пазарни механизми.

##### 3.1. Пазар и пазарни фактори.

- Обща характеристика на пазара;
- Основни видове пазари.

##### 3.2. Размяна на стоки и услуги. Пари и техните функции.

- Благо, продукт и стока;
- Размяна, форми на размяната;
- Пари и техните функции.

##### 3.3. Търсене и предлагане.

- Законът за търсенето и изборът на потребителя;
- Законът за предлагането и изборът на производителя.

##### 3.4. Механизъм на пазарното равновесие.

##### 3.5. Пазарни структури.

##### 3.6. Конкуренция.

4. Измерители в икономиката.
  - 4.1. Модели в икономиката.
    - Циркулационен поток при двусекторен модел на икономиката;
    - Циркулационен поток при трисекторен модел на икономиката.
  - 4.2. Брутен национален продукт.
    - Характеристика;
    - Начин на измерване на Брутния национален продукт – приходен и разходен подход.
  - 4.3. Колебания в икономиката.
    - Стопански цикли;
    - Заетост и безработица;
    - Инфлация.
5. Държавата и публичните блага.
  - 5.1. Пазарни дефекти.
    - Максимизиране на печалбите;
    - Ценова дискриминация.
  - 5.2. Регулираща роля на държавата.
    - Правна и законова защита;
    - Преразпределение на доходите;
    - Ползи и загуби за трети страни;
    - Предоставяне на блага за обществено ползване;
    - Защита на конкуренцията.
  - 5.3. Данъчна система и разходна политика на държавата.
    - Данъчна политика – данъчно облагане, видове данъци;
    - Бюджет и държавни разходи.
  - 5.4. Парично – кредитна политика.
    - Парично – кредитна политика на държавата;
    - Банки и тяхната роля в запазването на икономическото равновесие.
  - 5.5. Регулиране на социалните конфликти.
6. Международна търговия и интеграционни общности.
  - 6.1. Предпоставки за възникване на международната търговия.
    - Икономически предпоставки – сравнителни предимства и специализация.
  - 6.2. Особенности и тенденции на международната търговия.
    - Свободната търговия – принципи и последици.
  - 6.3. Търговски бариери.
    - Мотиви за тяхното прилагане;
    - Мита и акцизи;
    - Импортни квоти / протекционизъм /;
    - Икономически последици от въвеждането на търговските бариери.
  - 6.4. Европейският съюз – модел на икономическа интеграция.
    - Възникване и същност на икономическата интеграция;
    - Равнище на интеграция;
    - Европейски съюз – създаване, механизъм на функциониране, основни цели и резултати.

## II. Икономически субекти в бизнеса.

1. Предприятието – основен субект на бизнеса.
  - 1.1. Правен статут на предприятието.
    - Правен статут на предприятието;
    - Търговец – според търговския закон;
    - Търговска фирма;
    - Регистрация на предприятието като фирма;
    - Несъстоятелност на предприятието;
    - Ликвидация.
  - 1.2. Видове предприятия.
    - В зависимост от формата на собственост;
    - В зависимост от големината;
    - В зависимост от правната форма на организация на бизнеса – еднолични, дружествени и корпоративни.
  - 1.3. Институционални форми на организация в бизнеса.
    - Еднолична фирма;
    - Търговски дружества;
    - Акционерно дружество;
    - Офшорна фирма.
2. Пазарната икономика и предприемачеството.
  - 2.1. Предприемачество и предприемачи.
    - Същност на предприемачеството;
    - Предприемачът – важен фактор за развитието на икономиката;
    - Функции на предприемача;

- Лични качества на предприемача;
  - Видове предприемачи;
  - Дребният бизнес – основа на съвременната икономика. Значение на дребния бизнес за решаване проблемите на заетостта, регионалното развитие и иновациите.
3. Избор на местоположение на предприятието.
- 3.1. Видове разположения. Фактори, влияещи върху разположението на предприятието.
- 3.2. Критерии за оптимално местоположение на предприятието.
- Равнище на разходите;
  - Равнище на приходите;
  - Необходим капитал;
  - Рентабилност.
- . Организация на производствената дейност в предприятието.
- 4.1. Организация на производствения процес.
- Избор на организационен тип производство;
  - Форми на организация на производството.
- 4.2. Организация на спомагателните стопанства.
- 4.3. Производствена програма на предприятието.
- Качествени и количествени показатели на производствената програма.
- 4.4. Качество на продукцията.
- Качество и икономическа ефективност;
  - Фактори влияещи върху качеството на продукцията;
  - Съвременни системи за управление на качеството.
5. Инвестиране и финансиране в предприятието.
- 5.1. Инвестиране в предприятието.
- Същност и класификация на инвестициите;
  - Оценяване на инвестициите;
  - Капитално строителство;
  - Инвестиционен риск.
- 5.2. Финансиране на инвестициите в предприятието.
- Финансиране със собствен капитал;
  - Финансиране с привлечен чужд капитал;
  - Гаранции за обезпечаване възвръщаемостта на капитала.
6. Пазар на труда. Организация на заплащане на труда.
- 6.1. Пазар на труда.
- Обща характеристика на пазара на труда;
  - Търсене и предлагане на труд;
  - Пазарно равновесие и цена на труда.
- 6.2. Работна заплата.
- Същност на работната заплата;
  - Фактори, влияещи върху работната заплата;
  - Критерии за оценяване на труда;
  - Системи на заплащане и договаряне на работната заплата.
- 6.3. Организация и нормиране на труда.
- Организация на труда като система, осигуряваща нормалната производствена дейност на предприятието;
  - Организация на работното място.
- 6.4. Нормиране на труда.
- Видове норми;
  - Методи на нормиране на труда.
7. Политика на предприятието в областта на ценообразуването.
- 7.1. Цени и видове цени.
- Цената като важен динамичен елемент;
  - Видове цени.
- 7.2. Себестойност. Класификация на разходите.
- 7.3. Методи на ценообразуване.
- Методи на ценообразуване, свързани с разходите;
  - Методи на ценообразуване, свързани с пазара;
  - Методи на ценообразуване, свързани със стратегията на предприятието.
8. Маркетингова политика на фирмата.
- 8.1. Маркетингът като система.
- Същност на маркетинга;
  - Задачи на маркетинга.
- 8.2. Маркетингови стратегии.
- Стокова стратегия;
  - Пласментна стратегия;
  - Ценова стратегия.

### 8.3. Реклама.

- Значение и задачи на рекламата;
- Видове реклама и въздействие на различните комуникационни средства върху потребителя;
- Икономическа ефективност на рекламата.

### 9. Мениджмънтът и фирмената култура – път към успешния бизнес.

#### 9.1. Мениджмънтът – същност, видове.

- Възникване и същност на мениджмънта;
- Видове мениджмънт.

#### 9.2. Структура на управлението.

- Линейна;
- Функционална;
- Линейно – функционална.

#### 9.3. Еволюция на системите за управление на фирмената организация /динамика/.

- Традиционно управление – достоинства и недостатъци;
- Етап на първи системен подход в управлението – класическо американско управление;
- Етап на втори системен подход в управлението – японско управление;
- Информационната епоха и новите управленски модели на организацията.

#### 9.4. Организационна структура на фирма.

- Същност на организационната структура и цели;
- Предизвикателствата при избора на организационна структура.

#### 9.5. Съвременни подходи на управление.

- Стратегическо управление и управленски качества, отговорности;
- Личностни качества на лидера;
- Избор на управленски екип;
- Стиллове на управление.

#### 9.6. Фирмена култура.

- Същност, необходимост и елементи;
- Функции на фирмената култура.

### V. ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ОБУЧЕНИЕТО

В края на обучението ученикът трябва :

да знае, че :

- икономическата теория формира светоглед и помага индивидите да вземат правни и рационални решения;
- икономическата наука помага на хората да разберат защо понякога интересите и поведението на индивидите влизат в конфликт с интересите на нацията и обществото;
- икономиката е наука за рационалния избор при използването на оскъдните ресурси в производството, разпределението, размяната и потреблението на стоките и услугите;
- икономиката дава отговор на фундаменталните въпроси, на които е длъжна да намери отговор всяка икономическа система, колко да се произведе, какво, как и за кого;
- ограничените ресурси предизвикват недостиг на стоки и услуги;
- ограничените ресурси и неограничените потребности създават проблемите на икономиката – тяхното справедливо разпределение;
- икономическите блага не са безплатни;
- пазарът е един от начините за разпределение на оскъдните блага;
- пазарът регулира търсенето и предлагането;
- конкуренцията е характеристика на всяка икономическа система;
- пазарните механизми осъществяват информационната комуникация, координират действията на продавача и купувача;
- материалният жизнен стандарт се определя от стоките и услугите, които гражданите на страната произвеждат и потребяват;
- в икономиката съществуват измерители, чрез които се изучава поведението на цялата икономика;
- чрез показателите – инфлация, безработица и БНП, държавата кинтролира стабилността на макроикономическата среда;
- развитието на икономиката е колебливо и периодически настъпват кризи, които предизвикват сътресения в националните стопанства с намаляването на производството и потреблението, повишаването на пазарните цени на потребителските стоки, както и броя на безработните;
- пазарният механизъм не може да осигури стабилна икономическа среда в дългосрочен план;
- независимо от либерализацията държавата има важна роля в осигуряването на добър бизнес климат и намаляването на социалните конфликти;
- държавата регулира взаимоотношенията между участниците на пазара;
- държавата използва два инструмента – фискална и монетарна политика за намеса в икономиката и нейното стабилизиране;
- международната търговия е жизнено необходима по няколко причини: влияе върху обема на производството, осигурява дефицитни за страната стоки и материали;
- основата на външната търговия е неравномерното разпределение на ресурсите между страните;

- търговията между държавите може да бъде взаимно изгодна, само ако се специализират и си разменят стоки, които се изработват с най-малко разходи;
- търговските бариери са форма на защита на националните интереси;
- икономическата интеграция се явява като важно средство за либерализация на външната търговия;
- европейският съюз е възможност за осигуряване на свободно движение на работна сила, стоки и капитали от една държава в друга и растеж на националната икономика;
- какви са основните участници в стопанската дейност;
- основните изисквания при регистрацията на фирма съгласно търговския закон;
- основанията за прекратяване на дейността на фирмата;
- разликата между различните правно регламентирани и утвърдени форми на организация на бизнеса;
- възможните пътища за смяна на собствеността върху стопанските обекти чрез национализация и приватизация;
- управлението на дейностите във фирмата се осъществява от предприемачи;
- ролята на предприемача в съвременната икономика;
- предприемачът може да бъде само личност, която притежава делови качества, компетентност, комуникативност, знания и опит в стопанската дейност;
- изборът на местоположение на предприятието заедно с производствените фактори са ключови за всеки бизнес;
- организирането на производствена дейност на предприятието е свързано с определени технически закономерности;
- изборът на типа производство зависи от бизнес стратегията на всяка фирма;
- формите на организация на производството са фактор за ефективност на дейността на предприятието;
- качеството е ключът към успеха на всеки бизнес и то трябва да се управлява по изискванията на международните стандарти;
- за същността и необходимостта от инвестиции;
- всяка инвестиция е свързана с бъдещи очаквания;
- върху решенията за инвестиции влияят много фактори;
- трудът като свойство на човешката природа е най-ценният ресурс за всяко национално стопанство;
- пълната заетост на труда е фактор за цялостното и ефективно използване на всички други ресурси;
- правилното организиране на труда и оптималното му разпределение по сфери на дейности създава възможности за максимална възвращаемост на разходите в бизнеса;
- всеки конкретен труд се характеризира с определена производителност;
- работната заплата като цена на труда зависи от много фактори и има мотивираща роля за човека;
- същността на цените;
- чрез цените и ценовата политика предприятието се адаптира към динамично променящите се пазарни условия;
- цените се формират на базата на производствените разходи за производството на продукцията;
- процесите на ценообразуване на вътрешния и външния пазар си взаимодействат, но съдържат различни елементи;
- маркетингът е цялостна концепция за фирменото управление;
- маркетинговата система за проучване потребностите на пазара е съществен фактор за успеха на всяка бизнес единица;
- мениджмънтът на фирмата е фактор за успешния бизнес;
- мениджмънтът на фирмата е система от знания, опит и изкуство;
- различните стилове на управление влияят върху мотивацията на персонала;
- наличието на фирмена култура е един от най-актуалните въпроси, свързани с управлението на предприятието.

да може :

- да взема икономически целесъобразни решения, които са продиктувани както от индивидуалните, така и от обществените интереси;
- да взема решение за избор на местоположение на предприятието;
- да набира самостоятелно информация за основните фактори, които ще влияят на конкурентната им дейност и да взема правилни решения;
- да прави анализ на рисковете свързани с инвестициите и да взема оптимални решения;
- да изчислява самостоятелно цена на продукт чрез калкулиране на разходите по икономически елементи;
- самостоятелно да проучва пазара и да разработва бизнес стратегии;
- да прави анализ на конкурентната среда;
- да разработва ефективна управленска структура на фирмата;
- да взема правилни управленски решения.

## VI. ЛИТЕРАТУРА

Икономика – Ант. Войкова, М. Георгиева, изд. “Мартилен” С. 2003 г.