

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Кафедра організації підприємництва та біржової діяльності



«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Декан економічного факультету  
Анатолій ДІБРОВА  
«20» травня 2022 р.

«СХВАЛЕНО»  
на засіданні кафедри організації підприємництва  
та біржової діяльності  
Протокол №16 від 12 травня 2022 р.

Завідувач кафедри  
Микола ІЛЬЧУК

»РОЗГЛЯНУТО»  
Гарант ОП «Підприємництво, торгівля  
та біржова діяльність»  
Валентина ЯВОРСЬКА

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«МІЖНАРОДНА КОМЕРЦІЯ»**

Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Освітня програма: Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Факультет: економічний

Розробник: доцент кафедри організації підприємництва та біржової діяльності,  
кандидат економічних наук, доцент Березовська Л.О.

Київ – 2022 р.

## 1. Опис навчальної дисципліни «МІЖНАРОДНА КОМЕРЦІЯ»

<b>Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь</b>		
Галузь знань – 07 – Управління та адміністрування		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	
Освітня програма	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	
<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	екзамен	
<b>Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання</b>		
	денна форма навчання	денна форма навчання
Рік підготовки	4	
Семестр	7	
Лекційні заняття	30	
Практичні, семінарські заняття	15	
Лабораторні заняття		
Самостійна робота	75	
Індивідуальні завдання		
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	3	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** вивчення дисципліни «Міжнародна комерція» є формування у студентів розуміння закономірностей, логіки та механізмів міжнародної комерції, об'єктивних законів і принципів її розвитку; забезпечення отримання знань і практичних навичок про умови, форми, методи, основний інструментарій міжнародної економічної взаємодії та про сучасні форми організації та методи міжнародного обміну товарами й послугами, а також укладання міжнародних комерційних контрактів.

**Основними завданнями вивчення курсу є:**

- розкриття сутності комерції в системі міжнародного бізнесу;
- визначення форм та методів міжнародної комерції;
- ознайомлення із системою організації та регулювання міжнародної комерції;
- вивчення сучасних технологій міжнародної комерції.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

- предметну область дисципліни та її методологію;
- сучасну термінологію, що застосовується під час здійснення міжнародної комерційної діяльності;
- основні закономірності та тенденції розвитку сучасної міжнародної торгівлі;
- знати основні методи регулювання міжнародної торгівлі та правила врегулювання торговельних суперечок;

- досконало знати зміст та структуру міжнародного комерційного контракту;
- знати та вміло використовувати принципи товарного менеджменту і маркетингу при проведенні зовнішньоторговельних операцій;
- особливості електронної комерції у сфері міжнародного бізнесу;
- нормативну і економіко-технічну інформацію в галузі електронної комерції;
- опанування студентами необхідних теоретичних положень щодо нормативно-правового забезпечення системи електронної комерції.

**вміти:**

- оцінювати механізми державної політики щодо захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції за допомогою використання тарифних та нетарифних інструментів торговельної політики;
- ефективно використовувати сучасні інформаційні технології аналізу даних при дослідженні світового ринку товарів і послуг з подальшою метою укладання міжнародного комерційного контракту;
- впевнено орієнтуватись у нормативно-правовій базі щодо змісту міжнародних комерційних контрактів;
- узагальнювати вітчизняну і зарубіжну практику застосування методів міжнародної торгівлі щодо питань зовнішньої торгівлі товарами і послугами;
- використовувати практичні навички щодо створення і функціонування Internet-магазинів, аукціонів, торгових майданчиків тощо.

**Набуття компетентностей:**

**загальні компетентності (ЗК):**

ЗК5 – навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;

ЗК8 – здатність виявляти ініціативу та підприємливість;

**фахові (спеціальні) компетентності (СК):**

СК9 – здатність до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур;

СК11 – здатність до організації підприємницької та торговельної діяльності в аграрній сфері за умов використання інноваційних підходів, кооперації та міжнародної інтеграції агробізнесу;

### **3. Програма та структура навчальної дисципліни для:**

– повного терміну денної форми навчання

#### **Змістовий модуль 1. Система організації та регулювання міжнародної комерції**

**Тема 1. Комерція в системі міжнародного бізнесу.** Сутність міжнародної комерції. Теоретичні основи міжнародної комерції. Етапи розвитку міжнародної комерції. Система показників розвитку міжнародної комерції. Особливості розвитку сучасної міжнародної комерції.

**Тема 2. Форми міжнародної комерції.** Систематизація форм міжнародної комерції. Форми міжнародної комерції за специфікою регулювання. Форми міжнародної комерції за специфікою взаємодії суб'єктів. Форми міжнародної комерції за специфікою предмета торгівлі.

**Тема 3. Методи міжнародної комерції.** Систематизація методів міжнародної комерції. Переваги та недоліки прямої торгівлі. Особливості міжнародної торгівлі через посередників. Особливості міжнародної торгівлі через інституціональних посередників.

**Тема 4. Регулювання міжнародної комерції.** Організація системи регулювання зовнішньої торгівлі. Міжнародна торгова політика. Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі. Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі. Міжнародні організації з регулювання та сприяння розвитку міжнародної торгівлі. Міжнародне регулювання та сучасні особливості міжнародної передачі технологій.

**Тема 5. Система міжнародних комерційних контрактів.** Міжнародна комерційна операція. Етапи проведення міжнародної комерційної операції. Класифікація контрагентів як суб'єктів міжнародних комерційних угод. Загальна характеристика та багатокритеріальна класифікація міжнародних комерційних контрактів. Основні принципи укладання міжнародного комерційного контракту.

**Тема 6. Структура, зміст та порядок укладання міжнародного комерційного контракту.** Структура та зміст міжнародного контракту купівлі-продажу товарів. Сутність та види ризиків, що виникають при здійсненні міжнародної комерційної діяльності.

**Тема 7. Правила і процедури врегулювання торговельних суперечок.** Правила врегулювання торговельних суперечок у СОТ. Міжнародний арбітраж. Практика арбітражного розслідування в різних країнах.

#### **Змістовий модуль 2. Сучасні технології міжнародної комерції**

**Тема 8. Іноземні інвестиції як сучасний інструмент виходу компанії на міжнародні ринки.** Сутність міжнародних злиттів і поглинань і їх місце в стратегіях виходу компаній на зовнішні ринки. Синергетична теорія мотивації виникнення злиттів та поглинань. Методи прогнозування та оцінки вартості бізнесу в процесі злиття та поглинання.

**Тема 9. Франчайзинг як специфічна технологія міжнародної комерції.** Франчайзинг як форма альтернативної діяльності. Особливості економічної природи франчайзингових відносин. Різновиди франчайзингових систем у зовнішній торгівлі.

**Тема 10. Основні поняття та принципи ведення міжнародної електронної комерції.** Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції. Глобальна мережа Інтернет як база електронного бізнесу. Принципи ведення бізнесу в Інтернеті.

**Тема 11. Практичні аспекти застосування міжнародної електронної комерції.** Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B. Системи електронної комерції B2C Business-to-consumer. Послуги в електронній комерції. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції.

**Тема 12. Маркетинг та Internet-маркетинг в міжнародній комерції.** Концепція маркетингу в середовищі інтернет. Формування системи маркетингу підприємства в середовищі інтернет. Позиціонування веб-сервера підприємства в мережі інтернет. Маркетингові підходи до забезпечення ефективності веб-сервера підприємства.

**Тема 13. Міжнародна рекламна кампанія та особливості застосування засобів Internet-реклами в міжнародній комерції.** Методологічні основи проведення рекламної кампанії в Інтернеті. Реєстрація веб-сервера в каталогах і пошукових системах. Банерна реклама як ефективний засіб Інтернет-маркетингу. Електронна пошта як важливий маркетинговий інструмент популяризації підприємства. Маркетинг із використанням конференції UseNet і реклами на дошках оголошень. Класифікація і типові інструменти комунікаційних кампаній в Інтернеті.

**Тема 14. Оцінка ефективності міжнародної електронної комерції.** Методи визначення ефективності електронної комерції. Критерії оцінки ефективності електронної комерції. Напрями оцінки ефективності електронної комерції.

**Тема 15. Інтелектуальна власність у міжнародній комерції.** Поняття та види права інтелектуальної власності. Система державної охорони права інтелектуальної власності. Контракти та міжнародні угоди з інтелектуальної власності в електронній комерції.

### Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	Денна форма							Заочна форма					
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
			л	п	лаб	ін д	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<b>Змістовий модуль 1. Система організації та регулювання міжнародної комерції</b>													
Тема 1. Комерція в системі міжнародного бізнесу	1	9	2	1			6						
Тема 2. Форми міжнародної комерції	1	9	2	1			6						
Тема 3. Методи міжнародної комерції	1	9	2	1			6						
Тема 4. Регулювання міжнародної комерції	1	9	2	1			6						
Тема 5. Система	1	9	2	1			6						

міжнародних комерційних контрактів													
Тема 6. Структура, зміст та порядок укладання міжнародного комерційного контракту	1	9	2	1			6						
Тема 7. Правила і процедури врегулювання торговельних суперечок	1	9	2	1			6						
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>7</b>	<b>63</b>	<b>14</b>	<b>7</b>			<b>42</b>						
<b>Змістовий модуль 2. Сучасні технології міжнародної комерції</b>													
Тема 8. Іноземні інвестиції як сучасний інструмент виходу компанії на міжнародні ринки	1	7	2	1			4						
Тема 9. Франчайзинг як специфічна технологія міжнародної комерції	1	7	2	1			4						
Тема 10. Основні поняття та принципи ведення міжнародної електронної комерції	1	7	2	1			4						
Тема 11. Практичні аспекти застосування міжнародної електронної комерції	1	7	2	1			4						
Тема 12. Маркетинг та Internet-маркетинг в міжнародній комерції	1	7	2	1			4						
Тема 13. Міжнародна рекламна кампанія та особливості застосування засобів Internet-реклами в міжнародній комерції	1	7	2	1			4						
Тема 14. Оцінка ефективності міжнародної електронної			2	1									

комерції	1	7				4						
Тема 15. Інтелектуальна власність у міжнародній комерції												
	1	8	2	1		5						
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>8</b>	<b>57</b>	<b>16</b>	<b>8</b>		<b>33</b>						
Усього годин	15	120	30	15		75						

#### 4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачено навчальним планом	

#### 5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Комерція в системі міжнародного бізнесу	1
2	Тема 2. Форми міжнародної комерції	1
3	Тема 3. Методи міжнародної комерції	1
4	Тема 4. Регулювання міжнародної комерції	1
5	Тема 5. Система міжнародних комерційних контрактів	1
6	Тема 6. Структура, зміст та порядок укладання міжнародного комерційного контракту	1
7	Тема 7. Правила і процедури врегулювання торговельних суперечок	1
8	Тема 8. Іноземні інвестиції як сучасний інструмент виходу компанії на міжнародні ринки	1
9	Тема 9. Франчайзинг як специфічна технологія міжнародної комерції	1
10	Тема 10. Основні поняття та принципи ведення міжнародної електронної комерції	1
11	Тема 11. Практичні аспекти застосування міжнародної електронної комерції	1
12	Тема 12. Маркетинг та Internet-маркетинг в міжнародній комерції	1
13	Тема 13. Міжнародна рекламна кампанія та особливості застосування засобів Internet-реклами в міжнародній комерції	1
14	Тема 14. Оцінка ефективності міжнародної електронної комерції	1
15	Тема 15. Інтелектуальна власність у міжнародній комерції	1

#### 6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачено навчальним планом	

#### 7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентів

##### Контрольні питання

1. Сутність міжнародної комерції.
2. Теоретичні основи міжнародної комерції.
3. Етапи розвитку міжнародної торгівлі.
4. Система показників розвитку міжнародної торгівлі.
5. Особливості розвитку сучасної міжнародної торгівлі.
6. Систематизація форм міжнародної торгівлі.
7. Форми міжнародної комерції за специфікою регулювання.
8. Форми міжнародної комерції за специфікою взаємодії суб'єктів.
9. Форми міжнародної комерції за специфікою предмета торгівлі.

10. Систематизація методів міжнародної торгівлі. Переваги та недоліки прямої торгівлі.
11. Особливості міжнародної торгівлі через посередників.
12. Особливості міжнародної торгівлі через інституціональних посередників.
13. Організація системи регулювання зовнішньої торгівлі.
14. Міжнародна торгова політика.
15. Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі.
16. Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі.
17. Міжнародні організації з регулювання та сприяння розвитку міжнародної торгівлі.
18. Міжнародне регулювання та сучасні особливості міжнародної передачі технологій.
19. Міжнародна комерційна операція. Етапи проведення міжнародної комерційної операції.
20. Класифікація контрагентів як суб'єктів міжнародних комерційних угод.
21. Загальна характеристика та багатокритеріальна класифікація міжнародних комерційних контрактів
22. Основні принципи укладання міжнародного комерційного контракту.
23. Структура та зміст міжнародного контракту купівлі-продажу товарів.
24. Сутність та види ризиків, що виникають при здійсненні міжнародної комерційної діяльності.
25. Уніфікація правил укладання міжнародних торговельних угод з купівлі-продажу товарів.
26. Дайте визначення електронної комерції.
27. З чого складається перехід від звичайних методів управління підприємством до електронних?
28. У якому випадку бізнес вважається електронним?
29. Яким чином визначається різниця між електронним і традиційним бізнесом.
30. Між якими суб'єктами в рамках електронної комерції відбувається постійна взаємодія?
31. Які операції включає електронна комерція ?
32. Які види електронної комерції Ви знаєте?
33. Назвіть переваги та характерні риси електронної комерції.
34. Що називають гіперпосиланням?
35. Що таке Internet–магазин?
36. Назвіть особливі риси Internet–магазинів.
37. Що називають Web–вітриною?
38. Чим відрізняється Internet–магазин від Web–вітрини?
39. Назвіть форми оплати товарів, придбаних в Internet-магазині.
40. Назвіть характерні риси Internet-аукціонів.
41. Назвіть декілька найпоширеніших схем аукціонного торгу.
42. Які специфічні правила діють для електронних аукціонів?
43. Назвіть характерні типи аукціонних товарів.
44. Як організована робота віртуального аукціону?
45. Що називають електронним торговельним майданчиком?
46. Назвіть основні принципи роботи електронних торговельних майданчиків.
47. На які категорії поділяються за ознакою створення та належності електронні торговельні майданчики?
48. Дайте визначення системі ЕК типу В2В?
49. Класифікація систем ЕК типу В2В?
50. Які моделі систем В2В ви знаєте?
51. Опишіть структуру Інтернет-магазину.
52. Опишіть процес створення Інтернет-магазину.
53. Опишіть функції управління Інтернет-магазином.
54. Типи послуг, які надаються системами електронної комерції.
55. Особливості послуг, які надаються за допомогою систем електронної комерції.
56. Поясніть поняття Інтернет-трейдинг?
57. Принципи роботи Інтернет-трейдинга.



58. Які інструменти необхідні для роботи на ринку Forex?
59. Дайте визначення ринку Forex.
55. Дайте визначення електронної платіжної системи.
56. Перерахуйте функції, які повинна виконувати платіжна система.
57. Поясніть поняття емітент, еквайер, стоп-лист.
58. Класифікація платіжних систем.
59. Дайте визначення кредитній платіжній системі.
60. Опишіть недоліки кредитних платіжних систем.
61. Дайте визначення дебетній платіжній системі.
62. Дайте визначення електронним грошам.
63. Яким чином забезпечується достовірність електронних грошей?
64. Опишіть недоліки дебетних платіжних систем.
65. Дайте визначення сайтопромоутингу.
66. Опишіть основні закони Інтернет-маркетингу.
67. Дайте визначення Інтернет-маркетингу.
68. Що таке Інтернет реклама?

### **Комплект тестів**

#### **1. Міжнародна комерція - це:**

- а) форма господарювання, при якій всі вироблені товари виробляються, збуваються і споживаються всередині країни;
- б) внутрішній ринок, частина котрого орієнтується на іноземних покупців;
- в) суспільно-територіальний поділ праці між країнами зі сталою концентрацією виробництва певної продукції;
- г) сфера міжнародних товарно-грошових відносин, що представляє собою сукупність зовнішньої торгівлі усіх країн світу.

#### **2. Вільна торгівля - це:**

- а) регулювання зовнішньоекономічної діяльності через дозволи, видані державними органами на експорт чи імпорт товару у встановлених обсягах на визначений проміжок часу;
- б) державні заходи впливу на міжнародну торгівлю з метою регулювання структури та напряму міжнаціональних потоків товарів і послуг та контролю за світовим рухом факторів виробництва;
- в) суспільно-територіальний поділ праці між країнами зі сталою концентрацією виробництва певної продукції;
- г) політика мінімального державного втручання у зовнішню торгівлю, яка розвивається на основі вільних ринкових сил попиту та пропозиції.

#### **3. Протекціонізм - це:**

- а) форма господарювання, при якій всі вироблені товари виробляються, збуваються і споживаються всередині країни;
- б) державна політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом використання тарифних і нетарифних інструментів торгової політики;
- в) кількісне обмеження на обсяг товару, що може бути імпортованим/експортованим за визначений проміжок часу;
- г) політика мінімального державного втручання у зовнішню торгівлю, яка розвивається на основі вільних ринкових сил попиту та пропозиції.

#### **4. Адвалорне мито нараховується у:**

- а) встановленому розмірі на одиницю виміру товару;
- б) відсотках до митної вартості товару;
- в) вигляді комбінації адвалорного та специфічного способів;
- г) багатосторонньому пільговому режимі.

#### **5. До кількісних методів нетарифного регулювання зовнішньої торгівлі відносять такі інструменти:**

- а) ембарго, квотування, ліцензування;
- б) технічні бар'єри, державні закупівлі;
- в) субсидії;
- г) експортне кредитування.

**6. Квотування – це:**

- а) кількісне обмеження на обсяг товару, що може бути імпортованим/експортованим за визначений проміжок часу;
- б) дозвіл на введення або виведення того чи іншого товару протягом року без обмежень кількості угод;
- в) грошові виплати спрямовані на підтримку національних виробників та опосередковану дискримінацію імпорту;
- г) метод нетарифної торгової політики продажу товарів на зовнішні ринки за цінами нижчі за світові.

**7. Специфічне мито нараховується у:**

- а) встановленому розмірі на одиницю виміру товару (вага, площа, об'єм);
- б) відсотках до митної вартості товару;
- в) вигляді комбінації адвалорного та специфічного способів;
- г) багатосторонньому пільговому режимі.

**8. Експортне кредитування – це:**

- а) дотування використовуваних матеріалів, витрат на зарплату, проведення досліджень, створення і використання інфраструктури;
- б) прямі або непрямі субсидії, які надаються залежно від обсягу виробництва або експорту;
- в) фінансовий метод нетарифного регулювання, який передбачає фінансове стимулювання державного розвитку експорту національними виробниками;
- г) дозвіл на введення або виведення того чи іншого товару протягом року без обмежень кількості угод.

**9. Технічні бар'єри – це:**

- а) всі державні заходи контролю та обмежень, пов'язані з вимогами до технічних параметрів товару, які можуть бути використані як засіб обмеження доступу тих чи інших товарів на внутрішній ринок країни;
- б) письмовий дозвіл строком до 1 року на ввіз або вивіз товару, що видається владою конкретній фірмі на здійснення однієї зовнішньоторговельної угоди;
- в) дозвіл ввезти чи вивезти даний товар до будь-якої країни за певний проміжок часу без обмежень його кількості або вартості;
- г) дозвіл на введення або виведення того чи іншого товару протягом року без обмежень кількості угод.

**10. Письмовий дозвіл строком до 1 року на ввіз або вивіз товару, що видається владою конкретній фірмі на здійснення однієї зовнішньоторговельної угоди - це :**

- а) генеральна ліцензія;
- б) глобальна ліцензія;
- в) разова ліцензія ;
- г) субсидування .

**11.Дотування використовуваних матеріалів, витрат на зарплату, проведення досліджень, створення і використання інфраструктури - це:**

- а) опосередковані субсидії;
- б) субсидування витрат;
- в) субсидування товару;
- г) зворотній демпінг .

**12. Зустрічний демпінг – це:**

- а) дотування використовуваних матеріалів, витрат на зарплату, проведення досліджень, створення і використання інфраструктури;

- б) тимчасовий епізодичний продаж товарів на зовнішньому ринку за низькими цінами у зв'язку з тим, що у експортерів накопичилися великі запаси товарів;
- в) фінансовий метод нетарифного регулювання, який передбачає фінансове стимулювання державного розвитку експорту національними виробниками;
- г) взаємні поставки одного і того ж товару між двома країнами за зниженими, демпінговими цінами.

**13. До фінансових методів нетарифного регулювання зовнішньої торгівлі відносять такі інструменти:**

- а) ембарго, квотування, ліцензування;
- б) технічні бар'єри, державні закупівлі;
- в) субсидії, експортне кредитування, демпінг;
- г) імпортне кредитування.

**14. Квотування – це:**

- а) кількісне обмеження на обсяг товару, що може бути імпортованим/експортованим за визначений проміжок часу;
- б) дозвіл на введення або виведення того чи іншого товару протягом року без обмежень кількості угод;
- в) грошові виплати спрямовані на підтримку національних виробників та опосередковану дискримінацію імпорту;
- г) метод нетарифної торгової політики продажу товарів на зовнішні ринки за цінами нижчі за світові.

**15. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності через дозволи, видані державними органами на експорт чи імпорт товару у встановлених обсягах на визначений проміжок часу - це :**

- а) ембарго;
- б) демпінг;
- в) експортні квоти;
- г) ліцензування.

**16. Тарифні квоти - це:**

- а) максимальний обсяг певної категорії товарів, які дозволено імпортувати з території країни протягом встановленого терміну;
- б) квоти, які встановлюються на товар з визначенням конкретної країни, куди товар може експортуватися, або з якої він може імпортуватися;
- в) квоти, які встановлюються на товар без зазначення конкретних країн, куди товар експортується, або з яких він імпортується;
- г) визначення кількості товару, дозволеного до вивозу за особливою, більш низькою ставкою тарифу протягом певного періоду часу.

**17. Квоти, які встановлюються на чітко визначений період календарного року (як правило на 3 місяці) і застосовуються зазвичай для сільськогосподарської продукції - це:**

- а) ембарго;
- б) демпінг;
- в) сезонні квоти;
- г) глобальні квоти.

**18. Квота, яка встановлюється на товар з визначенням групи країн, куди товар експортується, або з яких він імпортується - це :**

- а) разова ліцензія;
- б) індивідуальна квота;
- в) демпінг;
- г) групова квота.

**19. Індивідуальна квота - це:**

- а) максимальний обсяг певної категорії товарів, які дозволено імпортувати з території країни протягом встановленого терміну, визначається у натуральних чи вартісних одиницях;
- б) квота, яка встановлюється на товар з визначенням конкретної країни, куди товар може експортуватися, або з якої він може імпортуватися;
- в) дозвіл на введення або виведення того чи іншого товару протягом року без обмежень кількості угод;
- г) квота, що вводиться державою для захисту вітчизняних товаровиробників, для регулювання попиту та пропозиції на внутрішньому ринку.

**20. Максимальний обсяг певної категорії товарів, які дозволено експортувати з території країни протягом встановленого терміну, визначається у натуральних чи вартісних одиницях - це:**

- а) ліцензування;
- б) експортні квоти;
- в) демпінг;
- г) квотування.

**21. Інформаційно-комунікаційна технологія (ІКТ) - це:**

- а) сукупність методів, комунікацій, мереж, об'єднаних в технологічний ланцюжок, що забезпечує збір, зберігання, обробку і передачу інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей;
- б) цілеспрямована сукупність методів, процесів, комунікацій, мереж і програмно-технічних засобів, об'єднаних у технологічний ланцюжок, що забезпечує збір, зберігання, обробку та передачу інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей;
- в) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх обробки, зберігання та передачі, інформаційних систем та телекомунікаційних мереж, що функціонують на основі єдиних принципів і загальних правил;
- г) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх обробки, зберігання та передачі, інформаційних систем та телекомунікаційних мереж, функціонуючих з метою підвищення ефективності діяльності людей.

**22. Інформаційно-економічний простір - це:**

- а) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх обробки, зберігання та передачі інформації разом з телекомунікаційними мережами;
- б) інформаційні технології обробки, зберігання та передачі інформації разом з телекомунікаційними мережами;
- в) простір виробництва і надання інформаційних послуг, їх обмін, де основним ресурсом є інформація;
- г) методи, комунікації, мережі, об'єднані в технологічний ланцюг, що забезпечують збір, зберігання, обробку та передачу інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей.

**23. Інформаційні ресурси - це:**

- а) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх обробки, зберігання та передачі, інформаційних систем та телекомунікаційних мереж, що функціонують на основі єдиних принципів і загальних правил;
- б) сукупність методів, комунікацій, мереж, об'єднаних в технологічний ланцюг, що забезпечують збір, зберігання, обробку та передачу інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей;
- в) інформація, що має цінність в певній предметній області і яка може бути використана людиною в економічній діяльності для досягнення певної мети;
- г) економічна інформація, яка може бути використана людиною в будь-якій діяльності для досягнення певної мети.

**24. Інформаційна економіка - це:**

- а) електронний бізнес, який відбувається за допомогою ІКТ з метою отримання прибутків;
- б) виробнича діяльність в сфері інформаційних послуг, їх виробництво і обмін;

в) електронна економічна діяльність, що здійснюється за допомогою ІКТ для поліпшення виробничих процесів;

г) електронна економічна діяльність, де переважає господарська діяльність в сфері інформаційних послуг, їх виробництва і обміну, де основними ресурсами є інформація і знання.

**25. Електронний бізнес - це:**

а) електронна економічна діяльність, яка здійснюється за допомогою ІКТ з метою отримання прибутків;

б) надання фінансовими інститутами фінансових послуг своїм клієнтам щодо ефективного оперування засобами на фінансових ринках за допомогою ІКТ;

в) економічна діяльність на електронному ринку для всіх суб'єктів цього ринку;

г) підприємницька діяльність на електронному ринку.

**26. Електронна комерція - це:**

а) електронна економічна діяльність, яка забезпечує повний замкнутий цикл бізнес-процесів, який включає замовлення товарів або послуг, проведення платежів, доставку товарів або послуг шляхом ІКТ і забезпечує передачу прав користування або власності юридичних або фізичних осіб іншим особам;

б) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх обробки, зберігання, передачу, інформаційних систем та телекомунікаційних мереж, що функціонують на основі єдиних принципів і загальних правил;

в) технології здійснення комерційних операцій в мережі Інтернет;

г) вчинення комерційних угод за допомогою ІКТ.

**27. Інтернет-трейдинг - це:**

а) фінансова посередницька діяльність, що здійснюється на електронному ринку;

б) надання фінансовими інститутами послуг для ефективного використання фінансових інструментів на фінансових ринках за допомогою ІКТ;

в) надання інформаційних послуг на електронному ринку;

г) посередницька діяльність, що здійснюється на фондових і грошових ринках.

**28. Web-сайт, що забезпечує рекламу інформації, вибір товарів або послуг, прийом замовлень, проведення взаєморозрахунків, контроль виконання замовлень і їх доставку, - це:**

а) електронний торгівельний майданчик;

б) сайт підприємства;

в) електронний магазин;

г) сайт.

**29. CRM-система - це:**

а) система управління закупівлями;

б) система управління ланцюгом постачальників;

в) система управління продажами;

г) система супроводу споживачів.

**30. Типовими рішеннями систем управління закупівлями є:**

а) система закупівель, інтегрована з ERP-системою або спеціалізована система управління закупівлями;

б) сайт;

в) Інтернет-вітрина.

**31. Система управління продажами - це:**

а) електронний торгівельний майданчик;

б) електронний магазин;

в) фронт-офіс і бек-офіс компанії з відповідними підсистемами;

г) галузевий електронний каталог.

**32. Основними завданнями електронної реклами є:**

а) маркетингові та економічні;

- б) збутові;
- в) збільшення прибутку;
- г) інформаційне забезпечення.

**33. Основними недоліками використання електронної реклами є:**

- а) проблеми безпеки;
- б) низький рівень популярності серед споживачів;
- в) вкрай негативне ставлення користувачів Інтернет;
- г) досить високий рівень складності;
- д) обмежена швидкість каналу зв'язку.

**34. Основними видами електронної реклами є:**

- а) реєстрація в пошукових системах;
- б) створення Web-сервера;
- в) реклама з використанням e-mail і банерів.

**35. Дайте визначення для терміну:**

- 35.1. Міжнародна комерційна операція – це ...
- 35.2. Міжнародний комерційний контракт (МКК) – це ...
- 35.3. Суб'єкти міжнародних комерційних операцій – це ...
- 35.4. Об'єкти міжнародної комерційної операції – це ...
- 35.5. Оферта (у комерційній практиці) – це ...
- 35.6. Акцепт – це ...
- 35.7. Типовий контракт – це ...
- 35.8. Торговий звичай – це ...
- 35.9. Протокол про наміри – це ...
- 35.10. Тендер – це ...
- 35.11. Комерційний лист – це ...
- 35.12. Конкурентний лист – це ...
- 35.13. Умови контракту – це ...
- 35.14. Виконання міжнародних комерційних контрактів – це ...

**36. Визначте, які показники групи 1 відповідають показникам групи 2.**

Група 1	Група 2
<b>А</b> Міжнародний ліцензійний контракт;	1. договір між банком та його клієнтом про оплату неоплачених вимог клієнта за рахунок банку за визначену винагороду з виплатою клієнту цієї вартості негайно з відрахуванням суми банківської винагороди та передачі клієнтом вимог банку з гарантією їх вартості;
<b>Б</b> Міжнародний орендний контракт;	2. договір про встановлення науково-технічних зв'язків, де власник законного права на патент бере на себе зобов'язання передати іншій стороні право на використання даного патенту, а та, в свою чергу, зобов'язується сплачувати власнику визначену винагороду (роялті);
<b>В</b> МКК з оплатою у грошовій формі;	3. договір про надання комплексу або окремих видів інженерно-технічних послуг, зв'язаних з проектуванням; з будівництвом та введенням об'єкта в експлуатацію; з розробкою нових технологічних процесів на підприємстві замовника; з удосконаленням існуючих виробничих процесів однією стороною МКК та оплатою їх іншою;
<b>Г</b> МКК з оплатою у змішаній формі;	4. договір про надання орендодавцем орендатору товарів, які перетинають кордон країни орендодавця, у виключне користування на встановлений строк за певну винагороду на визначених умовах;
<b>Д</b> МКК з оплатою у товарній формі;	5. договір, в якому одна сторона виступає перевізником і зобов'язується перевезти товар з однієї країни в іншу за відповідну винагороду;
<b>Е</b> МКК купівлі-продажу інжинірингових послуг;	6. договір, згідно з яким ліцензіар франшизи надає ліцензіату пакет послуг (свої секрети, метод виробництва своє реноме, свої методи збуту, знання і досвід, товарні знаки та знаки
<b>Є</b> МКК купівлі-продажу посередницьких	обслуговування тощо) за певну винагороду у відсотках від вартості

<p>послуг;  <b>Ж</b> МКК купівлі-продажу товарів;  <b>З</b> МКК перевезень;  <b>І</b> МКК про передачу ноу-хау;  <b>И</b> МКК про міжнародну експедицію;  <b>К</b> МКК про консигнаційний склад;  <b>Л</b> МКК страхування;  <b>М</b> МКК факторингу;  <b>Н</b> МКК франчайзингу</p>	<p>торгового обігу;  7. договір, згідно з яким одна сторона (консигнатор) зобов'язується зберігати у себе складований товар, отриманий з-за кордону, за визначену винагороду і передати його покупцям після виконання митних формальностей;  8. договір, згідно з яким одна сторона – власник ноу-хау – зобов'язується передати певні знання та досвід іншій стороні – користувачу ноу-хау – за відповідну винагороду (роялті);  9. договір, згідно з яким одна сторона (експедитор) зобов'язується від свого імені, але за рахунок іншої сторони (комітента) організувати відправки або прийняття товарів, здійснити всі необхідні операції та формальності, пов'язані з перевезенням товару, а комітент зобов'язується оплатити йому експедиторську винагороду та інші необхідні витрати;  10. договір, згідно з яким продавець зобов'язується передати товар у власність покупця, а останній зобов'язується прийняти товар і сплатити за нього певну грошову суму;  11. договір, згідно з яким страховик за умови отримання страхової премії зобов'язується виплатити страхувачу визначену суму за товар, якщо виникне страховий випадок, передбачений контрактом;  12. договір, згідно з якою одна сторона МКК надає іншій визначені послуги посередництва, а остання їх оплачує;  13. договір, який передбачає будівництво підприємств «під ключ» на умовах цільової позички та оплати витрат частково в грошовій, а частково в товарній формі;  14. договір, який передбачає розрахунки у визначеній узгодженій сторонами валюті з застосуванням обумовлених у контракті способів оплати і форми розрахунків;  15. договір, який передбачає узгодження продажу одного або декількох товарів з купівлею іншого товару (товарів). Розрахунки в іноземній валюті не проводяться. Такі контракти включають товарообмінні і компенсаційні угоди.</p>
--	---

## 8. Методи навчання

В процесі вивчення дисципліни використовуються наступні методи навчання:

МН 1. Студентоцентроване навчання – розширення автономії здобувача, здатності до критичного мислення на основі результативного підходу, що передбачає нові підходи до навчання з метою розвитку особистості здобувача з урахуванням його ціннісних орієнтацій.

МН 2. Репродуктивний метод – навчання здобувачів організовується за допомогою практичних вправ та робіт, різних форм самоконтролю, що сприяє формуванню знань, навичок і вмінь у здобувачів, основних розумових операцій (аналіз, синтез, узагальнення тощо).

МН 3. Комбінація лекційних та практичних занять та консультацій (зокрема особистих консультацій з викладачем та використанням системи Elearn) із розв'язанням ситуаційних завдань, які розвивають аналітичні здібності та навички роботи в колективі.

МН 4. Пояснювально-ілюстративний метод – здобувачі одержують знання на лекціях, з навчальної або методичної літератури шляхом конспектування, тезування, анотування, рецензування, під час консультацій з підготовки рефератів та/або доповідей.

МН 5. Евристичний метод – під керівництвом викладача або на основі евристичних вказівок здобувачі активно намагаються знайти рішення висунутих у навчанні, або сформульованих самостійно, пізнавальних завдань, що дозволяє активізувати мислення, викликати зацікавленість до пізнання на практичних заняттях та контрольних точках.

МН 6. Методи стимулювання й мотивації навчальної роботи – здобувачі приймають участь у пізнавальних іграх, моделюванні рольових ситуацій, створенні ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явленні вимог і методів заохочення.

МН 8. Метод проблемного викладу та проблемно-орієнтованого навчання, зокрема з проведенням презентацій – розуміння здобувачами поставленої проблеми та формулювання пізнавальних завдань на основі різних джерел та засобів, уміння проаналізувати поставлене завдання, порівняти різні точки зору та підходи, розуміння логіки та думок викладача, усвідомлення та запам'ятовування.

МН 9. Метод самостійної роботи здобувачів та самостійного навчання – розв'язання практичних завдань та опрацювання теоретичного матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення. Самостійна робота з вивченням оприлюднених навчальних матеріалів, зокрема в системі Elearn.

МН 10. Методи організації й здійснення навчальної та наукової діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи:

– словесні методи – у вигляді бесіди, інструктажу, лекційного матеріалу, методичних вказівок, співбесід.

– наочні методи, відео методи тощо – проведення лекційних та практичних занять за допомогою презентацій, ілюстрацій, демонстраційного матеріалу, тобто отримання знань завдяки наочному спостереженню.

– практичні методи – за допомогою вправ, практичних прикладів, аналізу статистичних даних, тренувань, тренінгів здобувачі одержують знання та уміння, виконуючі ці практичні дії.

– наукова робота здобувача – наукові дослідження та опрацювання наукової інформації.

МН 11. Активні методи навчання (дискусійні методи) – в будь-яких формах навчання, включаючи лекційні заняття, використовуються елементи дискусії, а саме: обговорення, суперечки, зіткнення позицій, бізнес-симуляції ділові ігри, кейси, тренінги, пояснення, бесіди, дискусії, діалог.

## 9. Форми контролю

Формами контролю знань студентів є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестація.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля. Вона має визначити рівень знань студента з програмного матеріалу змістового модуля (рейтингова оцінка із змістового модуля), отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи.

Підсумкова атестація включає проведення підсумкового письмового екзамену.

## 10. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України».

Рейтинг студента, балів	Оцінка національна за результати складання екзамену
90 – 100	Відмінно
74 – 89	Добре
60 – 73	Задовільно
0 – 59	Незадовільно



Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни РДИС (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи РНР (до 70 балів):  $R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$ .

### 11. Методичне забезпечення

1. Курс лекцій з дисципліни «Міжнародна комерція» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Київ : НУБІП. 2018. 110 с.

2. Методичні вказівки до проведення практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Міжнародна комерція» для підготовки фахівців ОС “Бакалавр” за спеціальністю 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Київ : НУБІП. 2018. 31 с.

3. ЕНК «Міжнародна комерція» на навчальній платформі. URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=4586>

### 12. Рекомендована література

#### Основна

1. Величко К. Ю., Печенка О. І. Міжнародна торгівля : конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» економічних спеціальностей, денної та заочної форм навчання. Харків : ХДУХТ, 2018. URL: [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1790\\_92301513.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1790_92301513.pdf)

2. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та інтернет-торгівля : навч.-метод. посіб. Київ : Аграр Медіа Груп. 2021. 454 с.

3. Моїсеєко Т. Є. Міжнародна торгівля : конспект лекцій : навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка», спеціалізації «Міжнародна економіка». Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 287 с. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25311/3/Mizhnarodna\\_torhivlia.pdf.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25311/3/Mizhnarodna_torhivlia.pdf.pdf)

4. Міжнародна торговельна діяльність / Рокоча В.В., Алькема В.Г., Терехов В.І., Одягайло Б.М. : підручник. Київ: Університет економіки та права "КРОК", 2018. 698 с. URL: [https://library.krok.edu.ua/media/library/category/pidruchniki/rokocha\\_0004.pdf](https://library.krok.edu.ua/media/library/category/pidruchniki/rokocha_0004.pdf)

5. Швиденко М. З., Касаткіна О. М., Швиденко О. М. Електронна комерція : підруч. Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Київ : Ямчинський О. В. 2020. 477 с.

#### Допоміжна

1. Григорова-Беренда Л. І. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : навч. посіб. Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2016. 136 с.

2. Дубіщев В. П., Вертелецька Ю. Б. Нормативно-правове регулювання міжнародної електронної торгівлі на сучасному етапі розвитку світового господарства. Економіка і регіон: науковий вісник ПолтНТУ. 2016. №2 (57). С.13–19.

3. Кириченко А. В., Березовська, Л. О. Логістична діяльність у сфері міжнародної електронної комерції. Економіка та суспільство. 2021. №28. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-16>

4. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Притула Н. В. Міжнародна торгівля : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 272 с.

5. Крегул Ю., Батрименко В. Правове регулювання міжнародної електронної комерції. 2018. № 2. С. 136–147. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt\\_2018\\_2\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2018_2_16)

6. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція : опорний конспект лекцій. Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.

### 13. Інформаційні ресурси

1. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>

2. Сайт Міністерства закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/>

3. Сайт Верховної Ради України. URL: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).

4. Сайт Світового банку. URL: [www.world-bank.org](http://www.world-bank.org).

5. Сайт Банку міжнародних розрахунків. URL: [www.bis.org](http://www.bis.org).
6. Сайт Міжнародної організації праці. URL: [www.ilo.org](http://www.ilo.org).
7. Сайт Світової організації торгівлі. URL: [www.wto.org](http://www.wto.org).
8. Сайт конференція ООН з торгівлі та розвитку. URL: [www.unicc.org/unctad](http://www.unicc.org/unctad).
9. Сайт Міжнародної торгової палати. URL: [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org).
10. Сайт Європейського Союзу. URL: [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int), <http://www.eurunion.org>.
11. Сайт Організації економічного співробітництва та розвитку. URL: [www.oecd.org](http://www.oecd.org).
12. Сайт Міжнародного валютного фонду. URL: [www.imf.org](http://www.imf.org).
13. Сайт Європейського банку реконструкції та розвитку. URL: [www.ebrd.com](http://www.ebrd.com).
14. Сайт Асоціації держав Південно-Східної Азії (ASEAN). URL: [www.aseansec.org](http://www.aseansec.org).
15. Сайт Statistical Office of The European Communities (EUROSTAT). URL: [www.europa.eu.int/en/comm/eurostat/serve/par6/6som.html](http://www.europa.eu.int/en/comm/eurostat/serve/par6/6som.html).
16. Сайт Ради Європи. URL: [www.coe.int](http://www.coe.int).
17. Сайт Європейського банку реконструкції та розвитку. URL: [www.ebrd.org](http://www.ebrd.org).
18. Сайт Організації американських держав. URL: [www.oas.org](http://www.oas.org).