



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Міжнародна комерція»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Рік навчання 4, семестр 6
Форма навчання денна/заочна
Кількість кредитів ЄКТС 4
Мова викладання українська

Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

Березовська Людмила Олексіївна, к.е.н., доцент

lberez@ukr.net

<https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=4586>

ОПИС 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, усвідомлення особливостей інтеграції у міжнародне середовище, особливо у сфері агробізнесу.

СТРУКТУРА КУРСУ

| Тема | Години (лекції/ практичні) | Результати навчання | Завдання | Оціню- вання |
|--|-------------------------------|--|---|-----------------|
| 6 семестр | | | | |
| Модуль 1. Система організації та регулювання міжнародної комерції | | | | |
| Тема 1. Комерція в системі міжнародного бізнесу | 2/2 | 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 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 | Розв'язок задач. Здача практичної роботи. Написання та захист реферату, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Модульна контрольна робота 1 (тест) | 100 |
| Тема 2. Форми міжнародної комерції | 2/2 | | | |
| Тема 3. Методи міжнародної комерції | 2/2 | | | |
| Тема 4. Регулювання міжнародної комерції | 2/2 | | | |
| Тема 5. Система міжнародних комерційних контрактів | 2/2 | | | |
| Тема 6. Структура, зміст та порядок укладання міжнародного комерційного контракту | 2/2 | | | |
| Тема 7. Правила і процедури врегулювання торговельних суперечок | 2/2 | | | |

| | | | | |
|--|-----|--|---|------------|
| | | нормативно-правовій базі щодо змісту міжнародних комерційних контрактів; - узагальнювати вітчизняну і зарубіжну практику застосування методів міжнародної торгівлі щодо питань зовнішньої торгівлі товарами послугами | | |
| Модуль 2. Сучасні технології міжнародної комерції | | | | |
| Тема 8. Іноземні інвестиції як сучасний інструмент виходу компанії на міжнародні ринки | 2/2 | Знати: – 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: - використовувати практичні навички щодо створення і функціонування Internet-магазинів, аукціонів, торгових майданчиків тощо. | Розв'язок задач. Здача практичної роботи. Написання та захист реферату, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Модульна контрольна робота 2 (тест) | 100 |
| Тема 9. Франчайзинг як специфічна технологія міжнародної комерції | 2/2 | | | |
| Тема 10. Основні поняття та принципи ведення міжнародної електронної комерції | 2/2 | | | |
| Тема 11. Практичні аспекти застосування міжнародної електронної комерції | 2/2 | | | |
| Тема 12. Маркетинг та Internet-маркетинг в міжнародній комерції | 2/2 | | | |
| Тема 13. Міжнародна рекламна кампанія та особливості застосування засобів Internet-реклами в міжнародній комерції | 2/2 | | | |
| Тема 14. Оцінка ефективності міжнародної електронної комерції | 2/2 | | | |
| Тема 15. Інтелектуальна власність у міжнародній комерції | 2/2 | | | |
| Всього навчальна робота ((модуль 1 + модуль 2)x0,7)/2 | | | | 70 |
| Екзамен | | | | 30 |
| Всього за курс | | | | 100 |

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

| | |
|---|---|
| Політика щодо дедлайнів та перекладання: | Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). |
| Політика щодо академічної доброчесності: | Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Есе, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу |
| Політика щодо відвідування: | Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету) |

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

| Оцінка національна за результати складання екзамену | Рейтинг здобувача вищої освіти, бали |
|---|--------------------------------------|
| Відмінно | 90 – 100 |
| Добре | 74 – 89 |
| Задовільно | 60 – 73 |
| Незадовільно | 0 – 59 |