

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
«МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ»**

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління і адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг та Digital-комунікації*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності *075 «Маркетинг»*

«22 » серпня 2023 р. протокол №5.

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

К 23-31

1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)
Викладач: **Значек Рафаела Рафаелівна**, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук



[Профайл](#)

Контакти:
rafaehlab88@gmail.com,
048-712-41-03

Освітній компонент викладається на 4 курсі у 2 семестрі

Кількість: кредитів - 4, годин – 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	30	16	14
заочна	16	8	8
Самостійна робота, годин	Денна – 90		Заочна – 104

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ»

Міжнародна торгівля – це теоретична та практична підготовка майбутніх фахівців з таких питань як організація міжнародних торгових потоків, інструменти міжнародної торгівлі, інформаційний бізнес, як ключова форма сучасної міжнародної торгівлі, інформаційний продукт як товар, міжнародний інформаційний ринок та механізм його функціонування, інструменти аналізу цифрового ринку, платіжні системи для міжнародних торгових операцій, засоби просування та стимулювання міжнародного інформаційного бізнесу, засоби організації міжнародної торгівлі інформаційними товарами.

Мета Міжнародної торгівлі полягає у реалізації угод, укладених за межами національних кордонів, з метою задоволення потреб власних підприємств та бізнесу зарубіжжя.

Основним завданням вивчення дисципліни є надання студентам знань про об'єктивні закони і принципи розвитку концептуальних засад міжнародної торговельної діяльності, структури, головних методів аналізу та оцінки застосування цих методів при дослідженні стану та перспектив розвитку зовнішньої торгівлі України, її зовнішньоторгівельної політики.

Освітній компонент «Міжнародна торгівля» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення освітніх компонент «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова політика розподілу», «Економіка підприємства».

3. Мета освітнього компоненту

Метою освітнього компоненту є формування цілісного уявлення про міжнародну торгівлю та інструменти торгівельної політики, що дозволяють поглибити розуміння світових економічних процесів в епоху глобалізації та обґрунтовувати економічні рішення стосовно експорту та імпорту продукції, торгівельної політики країни, а також прогнозування коливань валютних курсів.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні

знати :

- теоретичні і методологічні основи міжнародної торгівлі;
- теорії міжнародної торгівлі, загальні економічні закономірності формування напрямків та форм міжнародної торгівлі;
- основні наукові категорії, поняття і термінологію дисципліни;
- основні форми і методи міжнародної торгівлі;
- суть та структуру міжнародних комерційних контрактів;

- інтереси та потреби господарських суб'єктів України у стосунках з іншими суб'єктами країн світу;

вміти :

- використовувати отримані знання для аналізу закономірностей розвитку міжнародної торгівлі;
- оцінити стан зовнішньої торгівлі в Україні;
- прогнозувати і визначати перспективи розвитку міжнародної торгівлі та зовнішньої торгівлі в Україні;
- охарактеризувати головні напрями зовнішньоторговельної політики України;
- аналізувати та оцінювати ефективність дії механізму регулювання зовнішньої торгівлі в Україні;
- застосовувати методи регулювання міжнародної торгівлі при вирішенні проблем економічного розвитку.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»](#) та освітньо-професійній програмі [«Маркетинг та digital-комунікації»](#) підготовки бакалаврів.

Інтегральна компетентність

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

- ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
- ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
- ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні
- ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища і процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного та методичного інструментарію.

ПРН7. Використовувати цифрові та інформаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік лекційних завдань

Тема	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
Змістовий модуль 1. Маркетинг соціальних мереж (SMM)			
1	Предмет курсу міжнародна торгівля. Визначення сутності міжнародної торгівлі. Еволюція концепцій розвитку міжнародної торгівлі	2	1
2	Класичні моделі міжнародної торгівлі. Теорія меркантилізму. Теорія абсолютних переваг. Теорія порівняльних переваг	2	1
3	Неокласичні моделі міжнародної торгівлі. Теорія співвідношення чинників виробництва. Тестування неокласичної теорії В. Леонтьєвим	2	1
4	Альтернативні моделі міжнародної торгівлі. Модель загальної рівноваги. Теорія технологічного розриву. Теорія життєвого циклу продукції. Теорія представницького попиту	2	1
5	Зовнішньоторговельна політика: сутність, види, інструменти регулювання. Сутність зовнішньоторговельної політики. Поняття зовнішньоторговельної політики та її цілі. Види зовнішньоторговельної політики. Вільна торгівля. Протекціонізм	2	1
6	Моделі зовнішньоторговельної політики. Регулювання зовнішньоторговельної політики. Митні тарифи. Ставка мита. Напрямок дії мит. Економічний характер. Нетарифні бар'єри	2	1
7	Зовнішньоторговельна політика України. Механізм міжнародного регулювання міжнародної торгівлі. Регулювання міжнародної торгівлі в системі СОТ. Регулювання міжнародної торгівлі товарами (ГАТТ 1994)	2	1
8	Міжнародна торгівля послугами. Світовий ринок технологій. Послуги, що забезпечують комерційну передачу науково-технічних знань	2	1
Разом за ОК:		16	8

5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва практичної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Сутність, етапи та показники розвитку міжнародної торгівлі	2	1
2	Зародження теоретичних основ міжнародної торгівлі. Меркантилізм. Концепції переваг	2	1
3	Забезпеченість країн факторами виробництва. Альтернативні концепції міжнародної торгівлі	2	1
4	Зовнішньоторговельна політика	2	1
5	Методи міжнародної торгівлі	2	1
6	Регулювання міжнародної торгівлі	2	1
7	Міжнародна торгівля послугами. Світовий ринок технологій	2	2
Всього за ОК:		14	8

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Проаналізувати участь будь-якої країни за Вашим вибором в міжнародних торговельних відносинах. Вибір країни-об'єкта дослідження узгоджується із викладачем.	50	74
2.	Проаналізуйте зміни в групі провідних країн-експортерів та країн-імпортерів щодо їхньої частки у світовій торгівлі, які відбулися за останні 10 років. Відповідь оформіть у вигляді короткого есе (до 3 сторінок).	40	30
Всього за ОК:		90	104

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- *тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;*
- *виконання і захист практичних робіт і завдань до самостійної роботи;*
- *усне опитування за окремими темами;*
- *модульна контрольна робота;*

Підсумковий контроль – **диференційований залік.**

Нарахування балів:

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	Денна	Заочна
Змістовний модуль 1. Міжнародна торгівля		
Лекційний курс*	22	19
Практичні роботи*	28	21
Самостійна робота (у вигляді індивідуальних завдань)*	20	30
Тестування в межах модульного контролю*	30	30
Всього	100,0	100,0

*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті.](#)

Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів

Контрольні заходи під час лекційного курсу

денна	заочна	Критерії оцінювання	Оцінка
20-22	17-19	Здобувач відвідував 90-100 % лекційних занять, надавав повні та обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін або попередніх тем під час експрес-опитування, брав активну за власною ініціативою участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив проблемні запитання, брав участь в обґрунтовуванні висновків-резюме за підсумками розгляду теми лекції чи	відмінно

		окремих питань	
16-19	14-16	Здобувач відвідував 80-90 % лекційних занять, надавав вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	дуже добре
10-15	9-13	Здобувач відвідував 60-80 % лекційних занять, надавав достатньо вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	добре
5-9	5-8	Здобувач відвідував не менше 50 % лекційних занять, надавав достатні, але не обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції	достатньо
0-4	0-4	Здобувач відвідував не більше 50% лекційних занять, не брав участі в експрес-опитуваннях щодо базових аспектів теми лекції та не брав участі у дискусіях з проблемних аспектів лекції	незадовільно

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – денна форма навчання – 7 практичних робіт)

4,0 – 3,7 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
3,6 - 3,3 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
3,2 – 2,9 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
2,8 – 1,6 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
1,5 – 0 балів	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – заочна форма навчання – 7 практичних робіт)

3,0 – 2,5 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
2,4 - 2,1 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
2,0 – 1,7 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
1,6 – 1,0 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
0,9 – 0 балів	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи денна форма навчання – 2 роботи)

10,0 – 8,5 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
-------------------------	---	----------

8,4 - 6,9 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
6,8 – 5,3 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
5,2 – 3,7 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
3,6 – 0 балів	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи заочна форма навчання – 2 роботи)

15,0 – 13,5 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
13,4 – 11,9 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
11,8 – 9,3 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
9,2 – 5,7 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
5,6 – 0 балів	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Тестування (в процесі модульного контролю)

30,0 – 25,0	<i>100 - 81 % правильних відповідей</i>	відмінно
24,0 – 20,0	<i>80 – 64 % правильних відповідей</i>	дуже добре
19,0 – 17,0	<i>63 – 55 % правильних відповідей</i>	добре
16,0 – 13,0	<i>54 – 43 % правильних відповідей</i>	достатньо
12 – 0	<i>42 – 0 % правильних відповідей</i>	незадовільно

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

Лекційні заняття: *Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія; Наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація; пояснювально-демонстративний метод, проблемний виклад.*

Практичні заняття: *аналіз конкретних ситуацій (проблемних, звичайних, нетипових); групове обговорення питання; дискусії, виконання ситуаційно-розрахункових задач, інтерактивні методи навчання (проблемне навчання, робота в малих групах, кейс-метод, мозговий штурм, проєктний метод), тренінг, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань*

Самостійна робота: *робота з навчально-методичними матеріалами, робота зі статистично-аналітичними звітами, складання планової та звітної документації, науково-дослідна робота студентів (методи пізнання, аналогій, оцінка, ілюстрація тощо), складання скетчів за темами лекцій, реферування, конспектування)*

8. Інформаційні ресурси

Базові (основні):

1. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст]: кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар; відп. секретар О. В. Євтушок; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. – Одеса: Лерадрук, 2020. – 757 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1626597>

2. Маркетинг у цифровому середовищі [Електронний ресурс] : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов, та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко ; Сум. держ. ун-т. – Суми : СумДУ, 2021. – 259 с.
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2089305>
3. Значек Р.Р., Мардар М.Р. Конспект лекцій з дисципліни "Міжнародна торгівля" [Електронний ресурс] : галузь знань 07 "Управління та адміністрування", спец. 075 "Маркетинг", ступінь бакалавр; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. – Одеса : ОНТУ, 2023. – 30 с.
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2119147>
4. Мальська М. П., Кізима В. Л., Жук І.З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика [Текст]: підручник; Львів. нац. ун-т ім. Франка. – Київ: ЦУЛ, 2021. – 336 с.
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1736473>
5. Маркетингові системи розподілу [Текст] : навч. посіб. / Л. С. Безугла, І. В. Перезовова, В. В. Лагодієнко та ін. ; Нац. техн. ун-т "Дніпров. політехніка", Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу, Одес. нац. технол. ун-т, Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. – Дніпро : Грані, 2022. – 244 с.
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2069311>
6. Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Забуранна Л.В. та ін. Маркетинг міжнародного туризму [Текст] : навч. посіб.; за ред. Я. С. Ларіної. – Херсон: Видавничий дім "Гельветика", 2019. – 412 с.
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1663492>
7. Савченко Т. В., Ніколюк О.В. Конспект лекцій з дисципліни "Бізнес-комунікації та мотивація персоналу у підприємницькій діяльності" [Електронний ресурс] : галузь знань 07 "Управління та адміністрування" спец. 076 "Підприємництво та торгівля" ступінь магістр; Каф. маркетингу підприємництва і торгівлі. – Одеса : ОНТУ, 2023. – 98 с.
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2095149>
8. Лозовська Г. М., Значек Р.Р. Конспект лекцій з курсу "Маркетинг послуг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" ден. та заоч. форми навчання; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, п.і. торгівлі. – Одеса: ОНАХТ, 2022. – Електрон. текст. дані: 68 с.
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1731263>
9. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навч. посіб. / Ун-т економіки та права "КРОК". – Київ, 2021. – 224 с.
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2062669>
10. Сенишин О. С., Кривешко О.В. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб.; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 2020. – 347 с.
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1805993>

Додаткова:

1. Іванечко Н. Р., Процишин Ю.Т., Никитишин Т.В. Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та Український досвід [Текст] // Економіка харчової промисловості: наук. журн. – 2020. – Т. 12, № 1. – С. 77-85
2. Іванченкова Л. В., В. Ю. Скляр. Конспект лекцій з дисципліни "Бізнес планування в сфері гостинності" [Електронний ресурс] : для магістрів за спец. 241 "Готельно-ресторанна справа"; відп. за вип. А. К. Д'яконова; Каф. готельно-ресторанного бізнесу. – Одеса: ОНАХТ, 2020. – Електрон. текст. дані: 29 с.
3. Нікішина О. В., Щербак А.В. Роздрібна торгівля в Україні: стан, тенденції та інституційні заходи селективного регулювання [Текст] // Економіка харчової промисловості : наук. журн. – 2023. – Т. 15, №1. – С. 3-12.
4. Нікішина О. В., Тараканов М. Л. Маркетинговий вимір механізмів логістичної взаємодії у ланцюгах товарних ринків // Економіка харчової промисловості: наук. журн. – 2021. – Т. 13, № 2. – С. 39-49.

9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#) , [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015](#) та [роботодавців](#).

Викладач

/ПІДПИСАНО/

Рафаела ЗНАЧЕК

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «17» серпня 2023 р. № 1

Завідувач кафедри

/ПІДПИСАНО/

Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг та Digital-комунікації*
доцент, кафедра МПіТ

/ПІДПИСАНО/

Рафаела ЗНАЧЕК