

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



**СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
«РИНОК ІНОЗЕМНИХ ТОВАРІВ»**

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»*

« _____ » *2024 р. протокол № _____*

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

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 **3** курсі у **6** 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) «РИНОК ІНОЗЕМНИХ ТОВАРІВ»

Ринок іноземних товарів висвітлює питання щодо сутності, характерних рис, товарної структури та сучасної інфраструктури світового ринку, дозволяє набути практичні навички оцінювання ситуації на окремих товарних ринках.

Мета Ринку іноземних товарів полягає у формуванні у студентів системи сучасних теоретичних і практичних знань щодо особливостей розвитку сучасного світового ринку відповідно процесів інтернаціоналізації та глобалізації господарського життя.

Основним завданням вивчення дисципліни є надання студентам знань про зміст і структуру ринку іноземних товарів та послуг, а також дослідження особливостей сучасних форм реалізації торговельних операцій на світовому ринку.

3. Мета освітнього компоненту

Метою освітнього компоненту є вивчення особливостей та пріоритетних напрямів розвитку міжнародного ринку ресурсів, товарів та послуг в умовах глобалізації; проведення загального аналізу розвитку ринку товарів та послуг, визначення його основних складових та пріоритетів їх функціонування; формування у студентів розуміння тенденцій розвитку ринку іноземних товарів і системи знань щодо оцінки існуючих і потенційних можливостей українських виробників стати активними експортерами національної продукції.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні

знати :

- визначення основних понять і складових світового ринку;
- основні цілі, задачі та організаційно-економічні умови функціонування країн на світових ринках;
- обґрунтування особливостей і факторів, що впливають на розвиток світового ринку з точки зору теорій міжнародної торгівлі;
- закономірності взаємодії країн різної державної належності в сфері міжнародного бізнесу;

вміти :

- аналізувати тенденції і процеси, що відбуваються в сфері міжнародних економічних відносин;
- аналізувати дії базових економічних закономірностей на міжнародному рівні і їх специфічного проявлення в інтернаціональній сфері;

- обґрунтувати та реалізувати економічний потенціал господарюючими суб'єктами різної державної належності в області міжнародного обміну товарами, руху факторів виробництва і формуванні міжнародної економічної політики держав;
- вибрати оптимальну стратегію боротьби з економічними спадами, фінансовими і валютними кризами, які виникають в окремих країнах або регіонах, в сучасних умовах набувають глобального характеру.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «РИНОК ІНОЗЕМНИХ ТОВАРІВ» 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
- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
- ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
- ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні
- ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
- 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. Ринок іноземних товарів як механізм реалізації світогосподарських зв'язків			
1	Світові товарні ринки: сутність та головні риси. Особливості формування світового ринку. Світовий ринок як економічна категорія. Структуру світового товарного ринку	4	1
2	Міжнародні товарні номенклатури. Основні тенденції розвитку сучасної системи регулювання торговельно-економічних відносин. Класифікація інструментів регулювання міжнародної торгівлі товарами і послугами. Митно-тарифні інструменти регулювання. Застосування нетарифних інструментів регулювання	4	1
3	Світовий ринок послуг. Загальна сутність міжнародної торгівлі послугами. Особливості послуг як специфічного товару. Класифікація послуг як предмета торгівлі	2	1
4	Загальнодержавні податки у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Види та функції податків у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Сутність та порядок нарахування акцизного збору в сфері зовнішньоекономічної діяльності. Порядок нарахування податку на додану вартість при імпорті та відшкодування податку на додану вартість при експорті	4	1
5	Україна на світових ринках ресурсів, товарів та послуг. Сучасні зовнішньоекономічні відносини України. Інтереси України в різних країнах світу	2	1
Разом за ОК:		16	8

5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва практичної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Виникнення світового ринку і стадії його розвитку	2	1
2	Світові товарні ринки: сутність та головні риси	2	1
3	Стратегія успіху на світовому ринку	2	1
4	Світовий ринок послуг	2	1
5	Світовий ринок продовольчих товарів	2	1
6	Світовий ринок непродовольчих товарів та сировини	2	1
7	Україна на світових ринках ресурсів, товарів та послуг	2	2
Всього за ОК:		14	8

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Написання реферату та виступ з презентацією на наступні теми: 1. Стадії розвитку світового капіталістичного ринку 2. Місце країн, що розвиваються, в системі розвитку світового ринку 3. Місце та роль розвинених країн в міжнародному товарообміні 4. Види стратегій виходу на ринок іноземних товарів		

5. Шляхи реалізації стратегій прямого та непрямого експорту 6. Переваги та недоліки стратегічних альянсів 7. Значення міжнародної товарної номенклатури та необхідність її дії на ринку іноземних товарів 8. Особливості штрихового кодування інформації 9. Розвиток національної економіки за рахунок науково - технічного прогресу 10. Тенденції розвитку світового ринку продовольства		
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. Ринок іноземних товарів як механізм реалізації світогосподарських зв'язків		
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 обґрунтуванні висновків-резюме за підсумками розгляду теми лекції чи окремих питань	відмінно
16-19	14-16	Здобувач відвідував 80-90 % лекційних занять, надавав	дуже добре

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

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

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

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи денна форма навчання)

20,0 – 17,0 балів	Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді	відмінно
16,9 - 13,0 балів	Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності	дуже добре

12,9 – 10,0 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
9,9 – 7,0 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
6,9 – 0 балів	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи заочна форма навчання)

30,0 – 24,9 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
24,8 – 20,9 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
19,8 – 16,9 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
16,8 – 12,9 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
11,8 – 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., Кізіма 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. Перезова, 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 проектах: 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. Маркетингові системи розподілу [Текст] : навч. посіб. / Л. С. Безугла, І. В. Перезова, 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>

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 _____

Протокол від « ____ » _____ 2024 р. № ____

Завідувач кафедри /ПІДПИСАНО/ Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг та Digital-комунікації*
доцент, кафедра МПіТ /ПІДПИСАНО/ Вікторія МІЛЬЧЕВА