



Київський національний торговельно- економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

ЄВРОПЕЙСЬКА КРЕДИТНО-ТРАНСФЕРНА СИСТЕМА (ЄКТС)

Ступінь вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Спеціалізація

«бакалавр»
29 «Міжнародні відносини»
292 «Міжнародні економічні відносини»
«Міжнародний маркетинг»



КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН



МАЗАРАКІ АНАТОЛІЙ АНТОНОВИЧ

Ректор, доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, лауреат Премії Кабінету Міністрів України за розроблення і впровадження інноваційних технологій, голова наукової секції "Економіка" МОН України, голова редколегій журналів: "Вісник КНТЕУ", "Товари та ринки", «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право», член редколегії журналу "Економіка України"



ОСИКА СЕРГІЙ ГРИГОРОВИЧ

Народний депутат України IV, V, VI скликань, Віце-прем'єр-міністр України з питань зовнішньоекономічної діяльності (1995), Міністр зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України (1994–1999), Перший Представник України у Світовій організації торгівлі (1994–2000), перший заступник голови Комітету з питань економічної політики Верховної ради України (2007–2012), дипломатичний ранг - Надзвичайний і Повноважний посол України (з 1998), кандидат юридичних наук, професор кафедри міжнародних економічних відносин

ЗАВІДУВАЧ КАФЕДРИ

МЕЛЬНИК ТЕТЯНА МИКОЛАЇВНА

Доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Академії економічних наук України

Кафедра міжнародних економічних відносин є випусковою для трьох галузей знань за трьома спеціальностями (п'ятьма спеціалізаціями) освітнього ступеня «бакалавр» та трьома спеціалізаціями освітнього ступеня «магістр».

На кафедрі працюють висококваліфіковані викладачі з практичним досвідом роботи: 20% – доктори наук та професори, 70% – кандидати наук та доценти. Основна увага приділяється забезпеченню сучасного рівня викладання дисциплін, що відповідає вимогам провідних навчальних закладів Європи, з відповідним реагуванням на зміни, які притаманні ринковій економіці. Більшість викладачів стажувалися за кордоном, зокрема у США, Великій Британії, Польщі, Франції, на Кіпрі.

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ	
Економіка	Міжнародна економіка	● ● ●
Міжнародні економічні відносини	Міжнародний бізнес	● ●
	Міжнародна торгівля	●
	Міжнародний маркетинг	●
Менеджмент	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності	● ● ●

● ОС «бакалавр»

● ОС «магістр»

● англомовна програма

В усіх країнах міжнародні економічні відносини вважаються елітним напрямом діяльності. Метою підготовки фахівців з міжнародних економічних відносин є навчання студентів теоретичному та практичному розумінню політики, економіки у сучасному світі з використанням інноваційних технологій, етичного мислення у мультикультурному середовищі з метою вирішення міжнародних економічних проблем.

Навчання за спеціальністю «Міжнародні економічні відносини» орієнтоване на підготовку фахівців з глибокими міждисциплінарними знаннями та практичними навичками, що володіють сформованими експертно-аналітичними здібностями, здатних вирішувати нетипові економічні завдання в умовах мінливої міжнародної обстановки і динамічних змін, що відбуваються в сучасному світі, та впевнено орієнтуються і приймають рішення в різних сферах міжнародних економічних відносин.

Для успішного навчання Вам необхідно не тільки знання базових дисциплін, а й володіння іноземними мовами. Відкриті перспективи після закінчення навчання стануть компенсацією за усі витрачені зусилля. Наші випускники отримають відмінну базову економічну освіту, яка дозволить їм працювати у торговельній, фінансовій, страховій, інформаційній та інших галузях.

Відмінністю підготовки студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини» в КНТЕУ є ґрунтовне вивчення новітніх тенденцій розвитку міжнародної економічних відносин: інвестиційної та фінансової діяльності, науково-технічних та кредитно-грошових зв'язків, економіко-правового регулювання міжнародної торгівлі, сучасної практики організації дипломатичної роботи. Інструментом успішного здійснення міжнародного бізнесу є маркетинг, тому особлива увага приділяється формуванню практичних навичок щодо застосування різноманітних маркетингових технологій: trade-маркетинг, Internet-маркетинг, мережевий маркетинг, product placement, прямий маркетинг, краудсорсинг, паблік рілейшнз, бенчмаркінг, SMM маркетинг, технологіям міжнародної виставкової діяльності тощо. Майбутні фахівці матимуть змогу детально ознайомитися з різними видами міжнародного маркетингу, зокрема транснаціональним, мультирегіональним, глобальним, стратегічним, оперативним, мікромаркетингом, макромаркетингом, крос-культурним маркетингом.

ОСОБЛИВОСТІ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

- Поєднання теоретичних знань і практичних навичок. Наші студенти мають фундаментальну підготовку у сфері міжнародних економічних відносин і при цьому володіють навичками застосування цих знань у практичній діяльності компаній, органів державної влади або міжнародних організацій.
- Вивчення двох іноземних мов. За результатами навчання студенти вільно володіють двома іноземними мовами.
- Синергія економіки і міжнародних відносин. Студенти отримують глибокі знання в галузі міжнародних відносин. Це дозволяє їм більш вільно орієнтуватися в міжнародних економічних процесах, в яких політичний фактор є завжди значущим.
- Розвиток освітньої програми відповідно до сучасних потреб. Навчальні плани постійно вдосконалюються згідно з вимогами часу. Студенти вивчають актуальні дисципліни, що відображають реальні проблеми ведення бізнесу у сучасному світі.

У межах спеціальності кожен студент може обрати одну з трьох спеціалізацій:

- «Міжнародна торгівля»
- «Міжнародний бізнес»
- «Міжнародний маркетинг»

І яку б сферу діяльності не обрав наш випускник, його завжди чекає відмінний початок кар'єри, оскільки отримана спеціальність – це свого роду «знак якості» КНТЕУ.

«Міжнародний маркетинг» ступінь вищої освіти «бакалавр»

*«Маркетинг існує не для отримання нагород,
а для побудови виграшного бізнесу»
Девід Мірман Скотт*

Професійного маркетолога як ласий шматочок бажають відхопити усі роботодавці. Фахівець з міжнародного маркетингу взагалі ж не потребує ніяких доказів у своїй професійній необхідності, особливо в наш час. Акули реклами, археологи ринків, королі продажів – легко і можливо, варто лише бажати навчатися. Пропонуємо Вам стати фахівцем з питань комплексного аналізу стану середовища міжнародного маркетингу; організації виходу вітчизняних суб'єктів господарювання на зарубіжні ринки; управління стратегічною та операційною маркетинговою діяльністю підприємств; проведення маркетингових заходів на національному та міжнародному ринках.

Навчання за запропонованою програмою допоможе сформувати у майбутніх фахівців систему знань у сфері міжнародного маркетингу, отримати необхідні навички для вирішення практичних маркетингових завдань.

Практична спрямованість тематики програми дає змогу освоїти основні принципи сучасного маркетингу, закласти фундамент для розвитку головної якості професійного маркетолога – маркетингового мислення.

Для забезпечення якості навчального процесу та підготовки затребуваних ринком конкурентоспроможних фахівців у царині міжнародного маркетингу колективом кафедри розроблено сучасні креативні курси дисциплін.





«Вища та прикладна математика»

«Математика — це мова плюс роздуми...»
Р. Фейнман

Володіння основами математичного апарату, необхідними для ефективного вивчення інших дисциплін, що передбачені освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів. Знання та розуміння ролі математичних методів у професійній діяльності. Вміння розв'язувати практичні задачі та приймати відповідні рішення у процесі здійснення міжнародної торгівлі. Знання вищої та прикладної математики допоможе у розрахунку рентабельності та оцінці ефективності міжнародних торговельних операцій.

- Матриці й операції над ними
 - Визначники, їх властивості
 - Системи лінійних рівнянь
 - Застосування методів лінійної алгебри у задачах міжнародного маркетингу
 - Границі числових послідовностей та функцій. Функції однієї та багатьох змінних
 - Деякі функціональні залежності, що використовуються в міжнародному маркетингу.
- Поняття про виробничі функції
- Прості і складні відсотки у фінансових розрахунках у міжнародній торгівлі
 - Диференціальне та інтегральне числення
 - Застосування похідних в економічних розрахунках
 - Приклади застосування функцій багатьох змінних у задачах міжнародного маркетингу
 - Диференціальні рівняння та їх використання у задачах динаміки міжнародного маркетингу
 - Основні теореми теорії ймовірностей в міжнародній торгівлі. Випадкові події, величини та вектори. Функція та щільність розподілу ймовірностей



«Іноземна мова за професійним спрямуванням»

Сучасні вимоги до фахівця у сфері міжнародного маркетингу полягають у необхідності бути активним учасником міжкультурної комунікації та мати потрібні комунікативні здатності в сферах професійного спілкування в усній і письмовій формах, навички практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності фахової тематики, яка обумовлена професійними потребами; бути здатними оволодіти новітньою фаховою інформацією через іноземні джерела.

- Формування практичних навичок, необхідних для успішної професійно-орієнтованої комунікації іноземною мовою
- Оволодіння фаховою термінологією у сфері міжнародного маркетингу
- Вільне спілкування за професійною тематикою, використовуючи лінійний послідовний стиль представлення інформації
- Формулювання чітких, детальних повідомлень з різних тем
- Інтерпретація аутентичних фахових текстів з питань міжнародного маркетингу

- Написання резюме з прочитаної статті та доповнення його власними думками
- Набуття навичок ділового листування і ведення ділових переговорів
- Переклад текстів із заданої проблематики
- Формування та вдосконалення оволодіння різними видами мовленнєвої діяльності: рецепції (сприймання), продукції, інтеракції та медіації (усної або писемної)

«Просторова економіка»

«На широких просторах і думкам вільно...»
О. Кобиляцька



Сучасні регіони як елементи глобальної економічної системи є цілісністю природного, демографічного, виробничого, науково-технічного, інноваційного, інвестиційного та бюджетно-фінансового потенціалів, а їх економіка базується на врахуванні найбільш ефективної дії місцевих ресурсів та зовнішніх потенційних резервів. Вивчення економічного простору країн та регіонів дасть можливість дослідити ступінь міжнародної відкритості та участі регіонів у процесах інтернаціоналізації (транснаціоналізації) виробництва, а також обрати модель економічного зростання та підвищення добробуту населення.

- Поняття економічного простору та основні підходи до його визначення
- Сучасні моделі просторового розвитку (регіонального економічного зростання та регіональної конвергенції; сталого розвитку; нової економічної географії «центр-периферія»; міжнародної регіональної торгівлі та регіонального розвитку на основі глобальних виробничих мереж та ланцюгів доданої вартості; моделі розвитку мегарегіонів та розвитку регіональних торговельних угод СОТ тощо)
- Кількісні методи дослідження з використанням емпіричних даних служб статистики країн світу та міжнародних баз статистичних даних з регіонального розвитку (Excel-масиви типу Big Data, Scatterplots, кластерний аналіз, картографічний метод ArcGIS, MapInfo та ін.)
- Світові агломерації як драйвери економічного розвитку. Smart-технології та креативні міста
- Стратегії розвитку та глобальна конкурентоспроможність сучасних регіонів
- Регіональна політика наднаціонального і національного рівня
- Децентралізація та її вплив на розвиток регіонів
- Міжрегіональне та транскордонне співробітництво

«Філософія»

Термін «філософія» у перекладі з грецької означає «любов до мудрості». За висловом Демокріта, мудрість приносить три плоди: дар добре мислити, добре говорити, добре діяти. Філософія сприяє формуванню у економіста-міжнародника пошукового мислення,



інноваційного й адаптаційного потенціалу. Змістові модулі дисципліни допоможуть майбутнім фахівцям не тільки набути теоретичних знань про економічні процеси, але й креативно мислити, що дасть змогу ці знання використовувати, активізувати і сформулювати продуктивний економічний світогляд. Знання філософії допоможе в ефективному освоєнні різних теорій і практик міжнародної торгівлі.

- Формування власного оригінального світогляду, стилю мислення
- Розв'язування проблем інноваційного характеру й прийняття продуктивного рішення у професійній сфері
- Вміння формулювати, впорядковувати, послідовно аналізувати думки
- Розвиток творчого потенціалу, що спрямований на досягнення успіху у професійній діяльності
- Застосовування комплексного підходу до аналізу типових і нестандартних ситуацій



«Ділове листування»

Ділове листування – важлива частина підготовки міжнародних торговельних операцій, укладання кредитних і інвестиційних угод. Оволодіння ним – нелегка праця. Ведення ділової переписки за правилами – одна з важливих складових успіху в міжнародному маркетингу. Незнання цих правил або їх неправильне застосування на практиці може призвести до втрати партнерів і клієнтів та іміджу підприємства. Вивчення дисципліни «Ділове листування» дозволить майбутнім фахівцям здобути знання та практичні навички ділового спілкування у письмовій формі з дотриманням вимог стандартів.

- Формування високого рівня комунікативної культури у сфері професійного спілкування
- Навички складання і оформлення ділових листів різних типів, у тому числі електронних
- Правила етикету офіційно-ділового листування
- Стандарти міжнародного ділового листування
- Специфіка оформлення міжнародних ділових та дипломатичних листів
- Особливості складання основних видів комерційних листів у міжнародному маркетингу: запитів, пропозицій, замовлень та претензій



«Історія міжнародної торгівлі та торговельно-економічної думки»

Основні проблеми, які охоплюються цією дисципліною, концентруються навколо теорій міжнародної торгівлі та її сучасного стану, закономірностей і тенденцій міжнародної торговельної політики. Тематика орієнтована на набуття умінь та формування компетенцій, які необхідні для розроблення стратегії і тактики міжнародних торговельних операцій; забезпечення розуміння стратегічних пріоритетів розвитку міжнародної торгівлі.

- *Найрівніший етап виникнення і розвитку міжнародної торгівлі країн Шумеро-Аккацької цивілізації, Стародавнього Єгипту, Держав Харалпії, Шабо Фінікії, Стародавнього Риму і Греції*
- *Зародження та розвиток торгівлі у країнах Стародавнього світу та у період Середньовіччя*
- *Епоха Великих географічних відкриттів*
- *Вплив формування багатополярного світового порядку на сучасний розвиток міжнародної торгівлі*
- *Теорії міжнародної торгівлі (теорія абсолютних переваг А. Сміта та відносних переваг Д. Ріккардо, факторна теорія міжнародної торгівлі Елі Хекшера-Бертіліона Оліна, теорія життєвого циклу товару Раймона Вернона, парадокс Леонт'єва, Нова теорія торгівлі П. Кругмана, ОЛІ-парадигма Даннінга, теорія ланцюгів доданої вартості Гаррі Джереффі та ін.).*
- *Роль основних макрорегіонів світу у розвитку міжнародних торговельних зв'язків*
- *Становлення ЄС як одного з провідних центрів світової торгівлі*
- *Вплив міжнародної торгівлі на розвиток нових індустріальних країн Південно-Східної Азії, Латинської Америки та Африки*
- *Історія розвитку міжнародної торгівлі України в умовах глобалізації*

«Міжнародна торговельно-економічна інформатика»



Міжнародна торговельно-економічна інформатика охоплює весь спектр інформаційних технологій, що використовуються для прийняття рішень в міжнародному бізнесі. Впровадження інформаційних систем у діяльність підприємств створює нові IT-сервіси, які змінюють параметри бізнес-процесів компанії, їх продуктивність, якість і стійкість. У результаті зростає прибутковість та конкурентоспроможність компанії на міжнародному ринку.

- *Побудова інформаційних систем і використання інформаційних технологій для накопичування, оброблення й аналізу інформації в міжнародному бізнесі*
- *Автоматизація вирішення економічних завдань у міжнародних компаніях*
- *Аналіз існуючих бізнес-процесів та їх обмежень; оцінка можливостей інформаційних систем щодо подолання цих обмежень*
- *Аналіз сучасних офісних пакетів, що полегшують управлінську діяльність в міжнародних компаніях*
- *Кількісний прогноз впливу інформаційних систем на продуктивність, якість і стійкість бізнес-процесу та організації загалом*
- *Програмні засоби роботи з міжнародними базами даних*
- *Організація комп'ютерної безпеки і захисту інформації в міжнародній компанії*
- *Складання алгоритму розв'язання задач*
- *Технології штучного інтелекту в міжнародному маркетингу*
- *Впровадження корпоративних інформаційних систем у діяльність підприємства*
- *Оцінка фактичного впливу інформаційної системи на діяльність організації*



«Основи держави і права»

Фахівці в сфері міжнародного маркетингу мають вільно володіти правовою термінологією та розуміти основні проблеми і тенденції розвитку міжнародного та національного нормативно-правового регулювання соціально-економічних та правових аспектів розвитку сучасного глобалізованого світу. Особлива увага при вивченні дисципліни приділяється аналізу економічної функції держави та її реалізації, зв'язку економічної функції держави з соціальною (охорона здоров'я, освіта, пенсійне забезпечення, захист неповносправних громадян), трудовою, гуманітарною, оборонною, охороною суспільного порядку, регуляторно-управлінською функціями. Санкціонування державою нормативно-правових та міжнародних актів. Вивчення дисципліни «Основи держави і права» дозволить слухачам розуміти загальні закономірності виникнення і розвитку сучасних державно-правових явищ, визначати проблеми і тенденції розвитку держав та правових систем, здійснювати професійну кваліфікацію юридичних фактів і явищ.

- *Теорії походження держави*
- *Поняття форми держави. Співвідношення форми держави з її сутністю*
- *Політична система суспільства, її основні функції та елементи*
- *Економічна функція держави і її реалізацію в сучасних умовах*
- *Право як нормативний регулятор суспільних відносин. Основні теорії, що пояснюють походження права*
- *Основні правові сім'ї світу*
- *Правові відносини*
- *Система права та система законодавства*
- *Правотворчість та правозастосування*
- *Правова поведінка та юридична відповідальність*
- *Глобальні економічні процеси і їх вплив на розвиток держави та права*
- *Шляхи реформування держави і права*



«Міжнародна макро- і мікроекономіка»

Вивчає закономірності взаємодії господарських суб'єктів різних держав у сфері міжнародного обміну товарами, послугами, працею, капіталом та іншими факторами виробництва. Міжнародна макроекономіка вивчає закономірності функціонування відкритих національних економік і світового господарства, процеси співвідношення платіжного балансу з бюджетно-податковою і кредитно-грошовою політикою. Міжнародна мікроекономіка вивчає закономірності функціонування міжнародних ринків факторів виробництва: капіталу, праці, землі та природних ресурсів.

- Попит і пропозиція в міжнародній торгівлі
- Конкурентні переваги підприємств на міжнародних ринках
- Теорія вибору споживача в альтернативних теоріях міжнародної торгівлі
- Конкурентні структури міжнародних ринків: досконала конкуренція, монополія, монополістична конкуренція та олігополія
- Міжнародний ринок факторів виробництва: капітал, праця, земля та природні ресурси
- Національна економіка в системі світового господарства
- Базова модель «сукупний попит-сукупна пропозиція»
- Аналітичні моделі для закритої економіки
- Аналітичні моделі для відкритої економіки
- Макроекономічна політика для відкритої економіки

«Дипломатична та консульська служба»

*«Дипломатія навчає говорити, мовчати, слухати...»
Шарль де Талейран*



Дипломатичні представництва та консульські служби всіх країн світу проводять торговельно-економічну політику своїх держав, виконують функцію захисту національного бізнесу у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Знання роботи торговельно-економічних відділів дипломатичних представництв та консульських служб допоможе в роботі суб'єктам міжнародного бізнесу. Програма дисципліни орієнтована на формування практичних навичок з ведення переговорів; започаткування та налагодження контактів з іноземними контрагентами; роботи з різноманітними документами, що пов'язані з дипломатичною діяльністю; вміння застосовувати власні права та привілеї як громадянина України у вітчизняних державних інституціях на території іноземної держави у разі виникнення непередбачуваних обставин.

- Поняття дипломатії та дипломатичної служби
- Державні органи у сфері міжнародних відносин та дипломатична служба
- Встановлення дипломатичних відносин та відкриття дипломатичних представництв
- Дипломатичне представництво: структура, персонал, функції
- Дипломатичні привілеї та імунітети
- Консульські відносини: поняття та основні структурні елементи
- Функції консульських установ
- Консульські привілеї та імунітети
- Спеціальні місії як форма дипломатії
- Практика багатосторонньої дипломатії

«Дипломатичний та діловий протокол та етикет»



В умовах глобалізації зростає роль міжнародних бізнес-комунікацій в процесі реалізації стратегічних і тактичних цілей у сфері міжнародного бізнесу. Володіння правилами ділового етикету – обов'язкова вимога налагодження ділових контактів у сучасному бізнес-середовищі. Від уміння взаємодіяти у будь-якій, навіть у найнестандартнішій ситуації, залежать якість і кількість ділових контактів, а отже, і результат бізнес-діяльності. Програма дисципліни орієнтована на формування знань з основних понять дипломатичного та ділового протоколу, етикету і церемоніалу, принципів побудови успішного міжособистісного спілкування у діловому середовищі; набуття навичок застосування ділового протоколу та етикету в міжнародній підприємницькій діяльності, що полегшить ділові комунікації з іноземними контрагентами.

- *Політичний зміст протоколу та церемоніалу у встановленні двосторонніх дипломатичних та ділових відносин*
- *Протокольні основи міжнародної комунікації*
- *Дипломатичні та ділові прийоми: етикет та церемоніал*
- *Світський етикет та правила чемності і ввічливості у громадських місцях*
- *Дипломатичний та діловий протокол і національні особливості етикету країн світу*
- *Ключові елементи дипломатії майбутнього*
- *Поняття ділового іміджу та правила його формування*
- *Діловий етикет як засіб організації професійної поведінки*
- *Особливості службового етикету*
- *Вимоги до одягу і зовнішнього вигляду ділової людини*
- *Правила хорошого тону для ділових зустрічей з бізнес-партнерами та клієнтами компанії*



«Міжнародне публічне і приватне право»

*«Громадська думка – є верховний законодавець народів і царів...»
Піфагор*

На сьогодні Україна є активним членом міжнародного співтовариства. Забезпечення виконання більшості її зобов'язань стосується безпосередньо не лише державних органів, а й кожного громадянина, зокрема. Міжнародне право дозволяє захищати свої права фізичним, юридичним особам, державам у міжнародних відносинах, організаціях, Європейському суді з прав людини. Знання міжнародних конвенцій і договорів, вміння їх тлумачити та застосовувати разом з українським законодавством - важлива умова ефективної роботи органів державної влади, міжнародного бізнесу тощо.

- *Система міжнародного публічного та приватного права, характерні їх особливості*
- *Основні принципи та джерела міжнародного публічного та приватного права*
- *Характерні особливості статусу суб'єктів міжнародного публічного та приватного права*
- *Поняття міжнародної відповідальності та міжнародних санкцій*
- *Міжнародно-правовий механізм захисту прав людини та інститут громадянства*
- *Особливості правового регулювання економічних відносин нормами міжнародного публічного права*
- *Основні колізійні прив'язки*
- *Особливості регулювання права власності, правочину, договірних і недоговірних зобов'язань у міжнародному приватному праві*

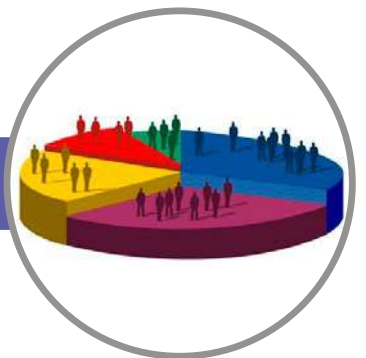
«Міжнародні економічні відносини»



У сучасних умовах жодна сфера діяльності будь-якої країни не може існувати ізольовано, незалежно від міжнародних зв'язків. Проте держави, відрізняються соціальною структурою, політичним устроєм, рівнем розвитку економіки, ступенем інтегрованості в міжнародні економічні відносини. Змістові модулі дисципліни складено таким чином, щоб надати студентам ґрунтовні знання щодо аналізу міжнародного середовища; визначення перспектив економічного розвитку окремих держав, регіонів і зв'язків між ними; обґрунтування стратегій міжнародної економічної діяльності на рівні окремих підприємств, які залучаються в міжнародні торговельні та виробничо-інвестиційні взаємини із зарубіжними контрагентами.

- *Еволюційні періоди формування МЄВ. Середовище МЄВ*
- *Міжнародний поділ праці (МПП) та кооперація виробництва*
- *Міжнародна економічна інтеграція*
- *Міжнародна торгівля як форма МЄВ*
- *Регулювання міжнародного бізнесу як провідної форми МЄВ*
- *МЄВ у сфері послуг*
- *Міжнародний рух капіталу*
- *Міжнародне інвестиційне співробітництво*
- *Міжнародний фондовий ринок*
- *Світова валютно-фінансова система*
- *Платіжний баланс та міжнародні розрахунки*
- *Міжнародні кредитні відносини*
- *Міжнародна міграція робочої сили*
- *Міжнародний науково-технічний обмін*
- *Проблеми інтеграції України до системи світогосподарських зв'язків*

«Міжнародна статистика»



*«Цифри не керують світом,
але вони показують, як управляється світ...»
I. Гете*

Ефективність управління державою багато в чому залежить від якості і кількості статистичної інформації, що характеризує міжнародну торгівлю країни, внутрішнє споживання, міжнародну систему національних рахунків, міжнародну статистику фінансів, промисловості, статистику цін і інфляції та ін. Наявність такої інформації дає змогу оцінити ситуацію на міжнародних ринках, визначити місце країни у світовій економіці, співвідношення її з економікою інших країн, з якими вона співпрацює або конкурує, оцінити вплив міжнародної торгівлі на економіку країни.

- *Методи формування інформаційної бази статистики в різних країнах світу*
- *Методики розрахунку й аналізу узагальнюючих економічних показників, що характеризують національне багатство країн, життєвий рівень населення, ефективність зовнішньоекономічних зв'язків та ін.*
- *Оцінка макроекономічних показників щодо статистичної методології – системи національних рахунків*
- *Методика розрахунку паритету купівельної спроможності валют для міжнародних зіставлень макроекономічних показників*
- *Проведення порівняльного статистичного аналізу економічних процесів і явищ різних країн світу*
- *Дослідження динаміки і взаємозв'язку економічних явищ на міжнародному рівні*



«Країнознавство»

«У давнину найбагатшими країнами були ті, природа яких була найбільш рясна; нині найбагатші країни – ті, в яких людина найбільш діяльна»

Бокль Генри Томас

Вивчення політичного, економічного та геокультурного розвитку провідних країн світу та гео економічних регіонів, їх впливу на світову політику, міждержавні та міжнародні відносини сформує у майбутнього фахівця-міжнародника навички компаративного аналізу країн світу, дає можливість використовувати країнознавчу інформацію у професійній діяльності.

- *Історія країнознавчих досліджень*
- *Політична карта та типологія країн світу*
- *Природно-ресурсний, демографічний, культурний потенціал країн світу*
- *Фактори економічного розвитку країн та специфіка національних моделей господарювання*
- *Спеціалізація країн світу (індустріальні, аграрні, постіндустріальні), її роль у міжнародній торгівлі*
- *Національні інноваційні системи*
- *Регіональні особливості економічного розвитку країн Європи, Північної та Латинської Америки, Азії, Африки, Австралії та Океанії*
- *Зовнішньоекономічні зв'язки країн світу*



«Національні інтереси у світовій геополітиці та гео економіці»

Викладання дисципліни має на меті підготувати студентів до практичної міжнародної економічної діяльності: надати цілісне уявлення про основні життєво важливі інтереси особистості, суспільства і держави в контексті ризиків, викликів і загроз національній та міжнародній безпеці;

сформувати розуміння про короткострокові, середньострокові і довгострокові внутрішньо- та зовнішньополітичні національні інтереси України в умовах глобалізації, роль і місце України в новій постіндустріальній архітектоніці сучасного світу, а також вплив транснаціональних корпорацій на світовий економічний розвиток.

- *Властивості і значення геополітичного та гео економічного положення країни*
- *Життєво важливі інтереси особистості, суспільства і держави*
- *Держава як суб'єкт забезпечення національних інтересів*
- *Основні внутрішньополітичні національні інтереси України в контексті національної безпеки*
- *Основні зовнішньополітичні інтереси України в контексті викликів та загроз міжнародній безпеці*
- *Геополітичні та гео економічні інтереси у відносинах держав Європейського Союзу, в зовнішній політиці Російської Федерації, України, у відносинах держав Південного Кавказу, держав Центральної Азії, в зовнішній політиці держав Східної, Південно-Східної та Південної Азії, близькосхідних держав, держав Латинської Америки, США і Канади, Африки, Австралії та Нової Зеландії*
- *Роль і місце України в сучасному світі*
- *Транснаціональні корпорації як ключовий фактор формування глобальної економіки*

«Психологія бізнесу»

«Найголовніша формула успіху – знання, як поводитися з людьми...»

Теодор Рузвельт



Тематика дисципліни орієнтована на засвоєння основних методів та підходів до проведення соціально-психологічних досліджень у сфері бізнесу, а також застосування психологічних знань для успішного ведення бізнесу: складання соціально-психологічної характеристики особистості бізнесмена, формування команди однодумців в організації, використання системи мотивування персоналу в бізнесі. Вивчення дисципліни «Психологія бізнесу» сприятиме формуванню знань про психологічні особливості бізнесмена, механізми функціонування бізнесу та фактори його розвитку.

- *Психологічні передумови формування підприємницької мотивації*
- *Професійно-важливі психологічні і психофізіологічні якості бізнесмена; соціально-психологічні чинники успішності ведення бізнесу*
- *Основні напрями та підходи в оцінці професійних і ділових якостей бізнесмена*
- *Основи підбору та заохочення персоналу*
- *Основні морально-етичні проблеми представників сучасного бізнесу*
- *Роль та значення комунікативних процесів в діяльності підприємця; психологічне значення ділового спілкування в досягненні успіху*
- *Психологія прийняття рішення в критичній ситуації*



«Світовий ринок товарів та послуг»

Довгострокові стратегічні та оперативні тактичні рішення у міжнародній торгівлі ґрунтуються на знанні ринкової ситуації, кон'юнктурних оцінках попиту та пропозиції, динаміці товарних цін (тарифів) на споживчих ринках. Дисципліна вивчає практику функціонування світових ринків, різні сегменти світового ринку за товарними та регіональними ознаками і дозволяє сформулювати уявлення про вплив екзогенних і ендогенних факторів на кон'юнктуру конкретного ринку.

- *Методологічні підходи до дослідження кон'юнктури світового ринку товарів та послуг*
- *Особливості ціноутворення товарів і послуг на світовому ринку*
- *Конкуренція та монополізація на світовому ринку*
- *Формування конкурентного середовища країн світу*
- *Організація аналітичної та дослідницької роботи при аналізі світового ринку товарів і послуг*
- *Аналіз структури світового ринку за допомогою сучасних товарних класифікацій і номенклатур, що використовуються у міжнародній торговельній практиці*
- *Оцінка потенційних можливостей виходу країн на світовий ринок*
- *Визначення сучасних проблем інноваційного розвитку економіки країни в умовах мінливої кон'юнктури світових товарних ринків*
- *Методи прогнозування кон'юнктури світових ринків товарів і послуг*
- *Оброблення аналітичної та статистичної інформації для вирішення практичних завдань у сфері кон'юнктурного аналізу*
- *Методи оцінки ємності й потенціалу ринку*
- *Розроблення обґрунтованої стратегії і тактики роботи на конкретному ринку*



«Економіка і фінанси підприємства»

Підприємство є основною ланкою ринкової економіки. Саме підприємство є основним виробником товарів і послуг, основним суб'єктом ринку, який налагоджує господарські відносини з іншими суб'єктами. Головним показником ефективної діяльності підприємства є його фінансовий стан. Дисципліна «Економіка і фінанси підприємства» охоплює широке коло проблемних питань щодо результатів діяльності підприємства і його фінансового стану з метою вибору й обґрунтування оптимальних управлінських рішень.

- *Методологічні та методичні засади планування міжнародної діяльності підприємства*
- *Формування програми виробництва продукції та її реалізації на міжнародних ринках, визначення виробничої потужності підприємства*
- *Аналіз ресурсного потенціалу підприємства та шляхи його ефективного використання*
- *Калькуляція собівартості продукції*
- *Аналіз та планування економічних результатів господарсько-фінансової діяльності підприємства*
- *Оцінка ефективності господарської діяльності та фінансового стану підприємства, пошук шляхів її підвищення*

- Розроблення фінансової політики і фінансової стратегії підприємства
- Моделювання розвитку підприємства, запобігання кризовим явищам та банкрутства
- Економічна безпека підприємства та шляхи її забезпечення

«Міжнародне торговельно-економічне право»



Сучасний період розвитку світових глобалізаційних та інтеграційних процесів, ускладнення міжнародних економічних (торговельних) зв'язків потребують постійного удосконалення правового регулювання міжнародної економіки. Правове регулювання міжнародних економічних відносин, зокрема торговельних, здійснюється на основі багаточисельних міжнародних угод, конвенцій, рекомендаційних документів відомих авторитетних міжнародних організацій, звичаїв ділового обігу, торговельних звичаїв. В процесі вивчення дисципліни у слухачів мають сформуватися теоретичні знання та практичні навички застосування всього багатоманіття конвенційних та нормативних приписів в практичній діяльності.

- *Предмет та система міжнародного торговельно-економічного права, його роль в міжнародній економічній системі*
- *Джерела міжнародного торговельно-економічного права, принципи їх взаємодії з міжнародним та національним правом*
- *Принципи міжнародного торговельно-економічного права*
- *Суб'єкти міжнародного торговельно-економічного права (економічні права та обов'язки держав, особливості міжнародно-правового статусу міжнародних економічних організацій); поняття наднаціональних організацій та наднаціонального законодавства*
- *Система та право СОТ, основні Угоди і зобов'язання України в межах СОТ, шляхи уніфікації і систематизації законодавства з урахуванням цих зобов'язань*
- *Предмет та система міжнародного валютно-фінансового, інвестиційного, податкового, права інтелектуальної власності, транспортного права та ін.*
- *Правові основи вирішення суперечок в міжнародному торговельно-економічному праві*
- *Правові засади захисту прав і законних інтересів суб'єктів міжнародного торговельно-економічного права*

«Міжнародні торговельно-економічні організації»



Для розвитку світової торгівлі особливе значення мають міжнародні торговельно-економічні організації та угоди, в яких беруть участь майже всі країни світу. Це актуалізує необхідність формування у студентів практичних навичок аналізу діяльності різних міжнародних торговельно-економічних організацій, їх впливу на розвиток певних галузей міжнародних відносин, політику окремих держав, функціонування міжнародного бізнесу. Особлива увага приділяється вивченню та впливу на розвиток міжнародних економічних відносин таких універсальних і спеціалізованих міжнародних міжурядових та неурядових організацій, як Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), Група Світового банку, Світова організація торгівлі (СОТ), Всесвітня митна організація

(ВМО), регіональні міжурядові та неурядові організації (ЄС, МЕРКОСУР, НАФТА, ОПЕК та ін.). Зазначене сприятиме формуванню у студентів уміння шляхом аналізу визначити вигоди й можливі втрати від участі країни в тих або інших міжнародних торговельно-економічних організаціях, оцінювати перспективи співробітництва України з ними.

- *Міжнародні торговельно-економічні організації в системі багатостороннього регулювання міжнародних економічних відносин*
- *Міжнародні економічні організації з регулювання економічного співробітництва та галузей світового господарства в системі ООН (програми, фонди та спеціалізовані установи ООН)*
- *Міжнародні валютно-фінансові організації та їх роль в розвитку економічного співробітництва (МВФ, МБРР, МАР, МФК та ін.)*
- *Міжнародні економічні організації з реструктуризації боргів (Паризький, Лондонський клуб)*
- *Міжурядові і неурядові організації в системі регулювання світової торгівлі: визначення світового торговельного порядку*
- *Міжнародні організації з регулювання світових товарних ринків*
- *Міжнародні економічні організації загальної компетенції та міжнародні неурядові організації в системі міжнародних економічних відносин (ОЕСР, G7, Міжнародна торгова палата, Європейський діловий конгрес та ін.)*
- *Діяльність міжнародних і регіональних організацій у сфері стандартизації і сертифікації продукції для світового ринку*
- *Регіональні економічні організації системи ООН (Європейська економічна комісія ООН, Економічні комісії ООН для Латинської Америки та Карибського басейну, Азії та Тихого океану, Африки)*
- *Регіональні економічні організації країн Західної і Східної Європи, Америки, Азії, Африки (ЄС, НАФТА, МЕРКОСУР, АСЕАН, АТЕС, Африканський Союз)*
- *Діяльність України в міжнародних торговельно-економічних організаціях*



«Міжнародна торгівля»

«У житті за все доводиться платити, але треба уміти торгуватися...»

Ніколь Партюрьє

В основі дисципліни – дослідження закономірностей, тенденцій і принципів розвитку системи міжнародної торгівлі; особливості конкуренції у міжнародній торгівлі, її характер, фактори прояву; особливості укладання міжнародних торговельних угод (експортних, імпортних, товарообмінних, торговельно-посередницьких, клірингових, лізингових, кредитних та ін.). Метою навчання є формування у студентів теоретичних знань про основні міжнародні товарні ринки та набуття навичок проведення аналізу особливостей міжнародної торгівлі різних країн світу; вивчення зовнішньоторговельних позицій, місця і ролі України на основних міжнародних товарних ринках.

- *Аналіз стану та чинники розвитку міжнародної торгівлі*
- *Моделі розвитку міжнародної торгівлі на основі порівняльних переваг країн у виробництві*
- *Моделі міжгалузевого розвитку міжнародної торгівлі на основі порівняльної забезпеченості країн факторами виробництва*
- *Сучасні моделі розвитку внутрішньогалузевої міжнародної торгівлі*

- Механізм митно-тарифного регулювання міжнародної торгівлі
- Механізм нетарифного регулювання міжнародної торгівлі
- Особливість застосування інструментів регулювання міжнародної торгівлі за умов досконалої конкуренції на ринку
- Особливість застосування інструментів регулювання міжнародної торгівлі за умов недосконалої конкуренції на ринках

«Іноземна мова спеціальності»

«Межі знання мови є межами знання світу»



Володіння основами бізнес-лексики стає все більш необхідним, якщо Ви хочете отримати гарну посаду і плануєте працювати з іноземними клієнтами. Програма дисципліни «Іноземна мова спеціальності» спрямована на формування і розвиток у студентів навичок спілкування у професійно значущій комунікативній сфері – міжнародних економічних відносинах.

- Опанування фахової термінології: міжнародно-правової, економічної, дипломатичної, суспільно-політичної лексики
- Читання наукової літератури і публіцистичних матеріалів фахової спрямованості
- Розуміння основної ідеї та розпізнавання відповідної інформації в ході обговорень, дебатів, офіційних доповідей, виступів, лекцій, бесід за фаховою тематикою
- Висловлювання на фахові теми з аргументуванням власної думки
- Вивчення спеціальної лексики з міжнародного маркетингу

«Міжнародний бізнес»

*«Весь секрет бізнесу в тому, щоб знати щось таке,
чого не знає більше ніхто...»*

Аристотель Онассіс



Серед причин, які зумовили можливість і неминучість появи феномена міжнародного бізнесу як нової форми міжнародних економічних відносин – лібералізація зовнішньоекономічної політики і формування великих компаній, банків, які мають суттєві фінансові, виробничі та інші ресурси – з одного боку; та посилення конкуренції на внутрішніх ринках; обмеженість виробничих ресурсів та національних ринків за масштабами і обсягами – з іншого. Вивчення стимулюючих і стримуючих чинників та форм розвитку сучасного міжнародного бізнесу надасть глибоке розуміння правил взаємодії суб'єктів міжнародних відносин та напрямів і інструментарію отримання прибутків та вигод від міжнародного співробітництва компаній.

- *Альтернативи входження на закордонні ринки*
- *Міжнародне ліцензування та міжнародний франчайзинг*
- *Спеціалізовані способи проникнення на закордонні ринки: контрактне виробництво, контракти на управління, проекти «під ключ»*
- *Сучасні організаційні форми та моделі міжнародного бізнесу*
- *Оцінювання привабливості потенційних споживчих ринків збуту ТНК*
- *Форми співпраці малих та середніх підприємств з ТНК*
- *Віртуальні підприємства як суб'єкти міжнародного бізнесу*
- *Стартапи в міжнародному бізнесі*
- *Можливі втрати та переваги від міжнародного співробітництва компаній*
- *Методи та техніка аналізу ризиків приймаючої країни*
- *Міжнародний бізнес у вільних економічних та офшорних зонах*
- *Механізми захисту від рейдерських захоплень*



«Друга іноземна мова»

«Знати багато мов – значить мати багато ключів до одного замка»

Вольтер

Володіння іноземними мовами розширює не тільки світогляд людини, але і його можливості у професійній діяльності. Якщо компанія орієнтована на роботу у сфері міжнародного бізнесу, знання декількох іноземних мов буде ключовим пунктом в резюме для здобувача будь-якої серйозної посади.

- *Практичне володіння другою іноземною мовою в обсязі, необхідному для ситуативного та професійного спілкування*
- *Вивчення спеціальної лексики з міжнародного маркетингу*



«Міжнародна економічна діяльність України»

Україна здійснює відкриту зовнішню політику і прагне рівноправного взаємовигідного співробітництва з усіма партнерами. Відтак міжнародна економічна діяльність є засобом досягнення певних цілей на мікро- та макрорівнях у процесі взаємодії із закордонними партнерами. Дисципліна ознайомлює майбутніх фахівців з практичним проведенням міжнародних операцій в Україні з урахуванням нормативного матеріалу та національної специфіки.

- Новітні підходи щодо збору й аналізу інформації з метою вибору та дослідження закордонних ринків
- Оцінювання кон'юнктури зарубіжного ринку
- Планування стратегії виходу на зовнішні ринки, обґрунтовуючи її вибір
- Методи визначення митної вартості
- Практичні навички нарахування митних платежів та їх відображення у митній декларації
- Підходи до вибору міжнародних ринків, способи виходу на них
- Порядок розроблення та укладання міжнародних контрактів
- Особливості формування ціни, умов та форм розрахунків у зовнішньоторговельному контракті
- Методи та інструменти регулювання міжнародної економічної діяльності в умовах світової фінансово-економічної кризи
- Визначення ключових проблем залучення суб'єктів господарювання в міжнародні торговельні та виробничо-інвестиційні відносини

«Товарна номенклатура зовнішньоекономічної діяльності»



Сучасні принципи регулювання зовнішньоекономічної діяльності відповідно до світової практики вимагають знання товарної номенклатури ЗЕД та кодування товарів, що є важливим елементом встановлення їхньої вартості за об'єктивними критеріями і, відповідно, обґрунтованого нарахування і стягнення митних платежів. Результат навчання – це формування у студентів системи теоретичних знань і практичних умінь визначення коду товару згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД).

- Історія розвитку міжнародних товарних класифікацій
- Гармонізована система опису і кодування товарів як основа митно-тарифного регулювання
- Структура Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності
- Основні класифікаційні ознаки, рівні та критерії деталізації товарів в УКТЗЕД
- Правила інтерпретації УКТЗЕД
- Повноваження митних органів щодо класифікації та кодування товарів
- Порядок прийняття попередніх класифікаційних рішень

«Теорія і практика перекладу»

Фахово виконаний переклад – це невід'ємна частина успіху у міжнародному бізнесу. За якістю перекладу оцінюється професіоналізм і надійність партнера. Некваліфікований переклад може звести нанівець усі попередні бізнес-переговори. Вивчення цієї дисципліни дасть змогу студентам оволодіти знаннями та набути умінь перекладати якісно, використовуючи термінологію, що



ідентична галузевій належності початкового тексту, дотримуючись усіх вимог, що ставляться до якісного перекладу.

- Основні засади правильного письмового перекладу
- Практичне застосування лексичних та граматичних засобів, перекладацьких трансформацій при перекладі офіційних документів міжнародно-дипломатичного та юридичного змісту, газетно-інформаційних та науково-популярних текстів
- Анотування та реферування текстів іноземною мовою загальної та спеціальної тематики
- Засвоєння професійної термінології і лексики під час перекладання типових, а також специфічних контрактів (форвардних, ф'ючерсних, опціонних, своп)



«Міжнародний маркетинг»

«Маркетинг – це гра, де проста ідея перемагає складну...»
Джек Траут

Як міжнародний маркетинг розуміється система планування і реалізації заходів, за допомогою яких компанія розраховує вийти на міжнародний ринок з національною продукцією або реалізувати імпорту продукцію на національному ринку. Для ефективного збуту продукції необхідна достовірна інформація щодо особливостей організації бізнесу на відповідних ринках. Програма дисципліни орієнтована на застосування методичного інструментарію щодо оцінювання стану міжнародного маркетингового середовища; набуття навичок визначати ступінь привабливості зарубіжних ринків; володіння цілісним уявленням про забезпечення маркетингового супроводу міжнародної економічної діяльності підприємств.

- Сутність, функції і роль міжнародного маркетингу
- Характеристика видів міжнародного маркетингу: транснаціональний, мультирегіональний, глобальний, стратегічний, оперативний, мікрмаркетинг, макромаркетинг
- Застосування маркетингових технологій у міжнародній торгівлі з урахуванням типології споживчої поведінки: trade-маркетинг, Internet-маркетинг, мережевий маркетинг, product placement, прямий маркетинг, технологія міжнародної виставкової діяльності тощо.
- Міжнародне середовище: економічний аспект
- Соціокультурне середовище міжнародного маркетингу
- Міжнародне політико-правове середовище
- Міжнародні маркетингові дослідження
- Сегментація світового ринку
- Вибір зарубіжних ринків
- Моделі виходу підприємства на зовнішній ринок
- Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика
- Міжнародні канали збуту
- Міжнародні маркетингові комунікації
- Міжнародна цінова політика

«Міжнародна логістика»



Компанії, що займаються міжнародним бізнесом, питанням підвищення ефективності логістичних систем надають особливого, стратегічного значення, розуміючи, що правильне рішення саме цих питань дозволить їм отримати конкурентну перевагу в жорсткій конкурентній боротьбі в сучасних умовах. Для успішного ведення бізнесу в умовах ринкових відносин необхідно гнучко реагувати на швидко мінливі обставини і оптимізувати логістичні схеми.

- Розроблення міжнародних логістичних стратегій та способи їх реалізації
- Розрахунок вартості перевезення в короткі терміни і при оптимальних витратах
- Складання транспортно-супровідних та транспортно-експедиційних документів
- Розрахунок основних показників виробничої діяльності складу
- ABC аналіз для прийняття рішень з оптимізації складських запасів і розміщення матеріальних засобів у різних зонах зберігання
- Прогнозування міжнародних матеріалопотоків
- Процес управління міжнародною логістикою
- Методи міжнародного логістичного планування
- Формування міжнародних логістичних ланцюгів постачання
- Аналіз ринку експедиторських послуг
- Інформаційні технології в міжнародній логістиці
- Управління ризиками у міжнародних ланцюгах постачання
- Оцінка ефективності функціонування міжнародних ланцюгів постачання з урахуванням регіональних особливостей бізнес-середовища
- Фрахтові біржі у міжнародній логістиці
- Джерела інформації про рівень фрахтових ставок: «Lloyd-s List», «Lloyd's Shipping Economist», «International Transport Journal»

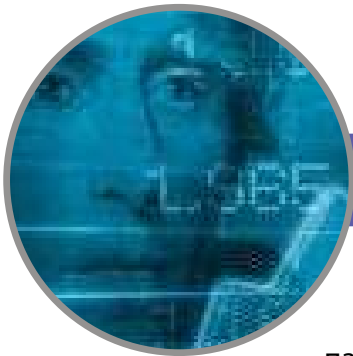
«Ціноутворення на світових товарних ринках»



Тематика дисципліни орієнтована на формування у студентів умінь і навичок для аналізу сучасної теорії і практики ціноутворення на світових товарних ринках; оволодіння методикою ціноутворення та розрахунку індексів цін з використанням економіко-аналітичних та математичних підходів; уміння орієнтуватися в особливостях державного регулювання цін з урахуванням зарубіжного досвіду; аналізувати детермінанти впливу на динаміку цін на світових товарних ринках, а також визначати тренди ціноутворення на світових товарних ринках з урахуванням можливостей застосування маркетингових технологій.

- Теоретико-методологічні засади ціноутворення на світових товарних ринках
- Ціноутворюючі фактори в глобальному економічному просторі
- Конкуренція та монополізація в сфері ціноутворення на світовому товарному ринку
- Держава в регулятивній системі ціноутворення на світовому товарному ринку

- Методи та моделі ціноутворення на світових товарних ринках
- Особливості ціноутворення в сегментах світового товарного ринку
- Політика та стратегія ціноутворення на світовому товарному ринку
- Трансфертне ціноутворення на світовому товарному ринку
- Інформаційне забезпечення процесу ціноутворення на світовому товарному ринку



«Біржова торгівля»

Біржа є невід'ємною ланкою ринкових механізмів, що забезпечує роботу ринку різних фінансових інструментів (товарів, валют, цінних паперів та ін.). Успішний трейдинг неможливий без розуміння ринку, уміння здійснювати технічний і фундаментальний аналіз, адже саме від цих знань залежить здатність трейдера побудувати прибуткову стратегію. Необхідно вміти управляти капіталом і створювати власну торговельну систему, а також, за необхідності, оптимізувати її.

- Характеристика універсальних товарних бірж: (Чиказька, Нью-Йоркська, Лондонська, Гамбурзька, Вінніпезька, Роттердамська)
- Діяльність спеціалізованих товарних бірж в Канзас-Сіті, Мінеаполісі, Парижі, Марселі, Гаврі, Сідней, Мельбурні, Амстердамі, Ліверпулі
- Найбільші фондові біржі світу: NYSE Euronext, Токійська, Лондонська, Шанхайська, Гонконгська біржі
- Аналіз основних показників динаміки діяльності та структури провідних світових бірж
- Техніка організації та проведення біржових торгів
- Дослідження та прогнозування тенденцій на товарній біржі
- Розроблення ефективної стратегії торгівлі
- Аналіз фінансових інструментів для аналітики і біржових торгів
- Методики формування реальних ринкових цін на товар, що ґрунтуються на основі попиту і пропозиції в ході біржових торгів залежно від ринкової кон'юнктури
- Практичні аспекти укладання угод та здійснення операції на біржовому ринку
- Технології формування та застосування біржових індексів
- Оцінювання ефективності біржових операцій, розроблення заходів щодо їх поліпшення
- Вирішення нестандартних завдань, заснованих на прогнозуванні економічних процесів по товарних, фондових і валютних біржах
- Аналіз сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у біржовій торгівлі



«Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства»

Результатами навчання є набуття комплексу теоретичних знань та практичних навичок щодо здійснення аналізу та моделювання ефективності комерційних угод, розроблення маркетингової товарної та

комунікаційної політики підприємства; проведення інформаційно-аналітичної і діагностичної роботи щодо аналізу та планування результатів діяльності підприємства, оцінки ефективності його функціонування на ринку; організації, аналізу та проектування грошових потоків підприємства, залучення позикового капіталу підприємства; моделювання організації зовнішньоторговельних операцій та аналізу їх ефективності; організації обліку господарських операцій підприємства, зведеного обліку та складання звітності на базі програмного продукту «1С: Підприємство».

- *Моделювання здійснення зовнішньоторговельних операцій та аналіз їх ефективності*
- *Проведення реєстрації та перереєстрації підприємства*
- *Управління персоналом у системі менеджменту підприємств торгівлі, розроблення кадрової політики і стратегії підприємства*
- *Мотивація та розвиток персоналу, оцінювання ефективності управління персоналом*
- *Формування бази даних для здійснення комерційних угод*
- *Моделювання процесу закупівлі товарів на підприємстві*
- *Розроблення маркетингової товарної політики підприємства*
- *Формування маркетингової комунікаційної політики підприємства*
- *Аналіз та планування результатів діяльності підприємства*
- *Оцінка ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства*
- *Організація та моделювання обліку господарських операцій підприємства в «1С: Підприємство»*

«Фінансова біржова діяльність»



Наявність розвиненого фондового ринку надає корпораціям майже необмежені можливості щодо залучення акціонерного капіталу і створює умови для їх подальшого розвитку. У сучасних умовах найбільш крупним та ліквідним сегментом світового фінансового ринку є валютний ринок, який привертає безліч учасників: як фінансових організацій, так і індивідуальних інвесторів.

- *Визначення сегментів фінансового ринку*
- *Аналіз специфіки роботи різних світових бірж*
- *Сучасні прийоми та засоби технічного аналізу фінансових ринків*
- *Специфіка укладання угод та здійснення біржових операцій на фінансовому ринку*
- *Технології прийняття рішень та управління ризиком на фінансовому ринку*
- *Оцінювання перспективності цінних паперів для інвестування фінансових коштів*
- *Графічний та комп'ютерний аналіз фінансової біржової діяльності*
- *Особливості торгівлі ф'ючерсними контрактами та опціонами на біржі*
- *Прогнозування біржового ринку за різними методами*
- *Розроблення стратегії поведінки на біржі*



«Інформаційні війни»

Інформаційна війна – це використання і управління інформацією з метою набуття конкурентної переваги над супротивником. В епоху інформаційного суспільства, коли економічні зв'язки і відносини все більше приймають форму обміну знаннями, а не обміну товарами, конкуренція за капітал, і ринки збуту відходять на другий план, а головним постає доступ до інформаційних ресурсів. Війни ведуться вже більше в інформаційному просторі та за допомогою інформаційних видів озброєнь з метою отримання контролю над джерелами стратегічних ресурсів. Дисципліна «Інформаційні війни» необхідно опанувати, щоб бути здатним протистояти маніпуляціям суспільною та індивідуальною свідомістю з боку ворожих, шкідливих ідей та поглядів. Дисципліна орієнтована на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо сутності та інструментарію інформаційних війн.

- Інформаційний суверенітет та інформаційна безпека України
- Інформаційне суспільство як суб'єкти інформаційних війн
- Побутовий тероризм та крав терор
- Інформаційні війни у торговельно-економічному просторі
- Інформаційні війни в політичних кампаніях
- Інформаційна асиметрія та формування інформаційного простору
- Гібридні, симетричні та асиметричні війни
- Види та технології ведення інформаційних війн (психологічна війна, кібервійна, мережева війна, ідеологічна диверсія, радіоелектронна боротьба)
- Методи боротьби в інформаційному просторі
- Інструменти протидії в інформаційному просторі
- Методи реструктуризації інформаційного простору. Спіндоктор
- Засоби інформаційного впливу на людину
- Образ ворога в інформаційній війні



«Крос-культурний маркетинг»

В умовах розвитку комунікацій маркетинг, що перетинає кордони культур, стає все більш актуальним. При виході на міжнародний рівень підприємцям слід враховувати крос-культурні відмінності. Крос-культурні особливості впливають на поведінку споживачів, тому надзвичайно важливим стає вивчення традицій і звичаїв, життєвого укладу, ділового спілкування, стереотипи поведінки, етикет.

- Методи маркетингових досліджень, що застосовуються компаніями при виході на зарубіжні ринки
- Основні елементи культури та їх вплив на маркетингові рішення
- Методи роботи в ситуаціях міжкультурного спілкування в міжнародному маркетингу
- Порівняння культурного середовища різних країн з використанням теорій крос-культурного спілкування
- Аналіз поведінки споживачів з урахуванням основних елементів культури країни

«Маркетингові дослідження на міжнародних ринках»



Маркетингові дослідження на міжнародних ринках охоплюють широке коло ринкових об'єктів, центральне місце серед яких відведено дослідженню товарів, ринків, покупців, конкурентів, правових аспектів торгівлі, цінової політики на ринку. Практична зорієнтованість дисципліни полягає у формуванні умінь і навичок оцінювання ефективності використання маркетингових стратегій зовнішньої експансії; аналізу поведінки споживачів на цільовому міжнародному ринку; прогнозування збуту та визначення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку; пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства за результатами проведених досліджень; оформлення та презентації результатів проведених міжнародних маркетингових досліджень.

- *Сутність та специфіка маркетингових досліджень міжнародних ринків*
- *Інформаційно-аналітичне забезпечення міжнародних маркетингових досліджень*
- *Методи збирання інформації при здійсненні міжнародних маркетингових досліджень*
- *Маркетинговий аналіз даних при здійсненні міжнародних досліджень*
- *Дослідження факторів міжнародного маркетингового середовища*
- *Дослідження кон'юнктури міжнародних ринків*
- *Дослідження поведінки споживачів на міжнародних ринках*
- *Сегментування міжнародних ринків*
- *Маркетингові дослідження конкурентного середовища та конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку*
- *Дослідження привабливості міжнародного ринку*
- *Прогнозування кон'юнктури та збуту на міжнародному ринку*
- *Організація маркетингових досліджень міжнародних ринків*

«Маркетингові інформаційні системи»



Тематика дисципліни орієнтована на формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо питань створення, застосування та впровадження маркетингових інформаційних систем та розв'язання маркетингових задач при використанні інформаційних технологій та сучасної обчислювальної техніки. Освоєння студентами цієї дисципліни сприятиме формуванню інтеграційного механізму відтворення їх професійних знань і умінь під час організації та веденні бізнесу.

- *Теоретичні основи створення, застосування та впровадження маркетингових інформаційних систем*
- *Алгоритм розв'язання маркетингових задач*
- *Використання нових інформаційних технологій в умовах розвитку споживчого ринку України*
- *Комп'ютеризація діяльності служб маркетингу*
- *Розроблення та створення маркетингових інформаційних систем*
- *Інформаційні технології прийняття маркетингових рішень*
- *Інформаційні технології розв'язання маркетингових задач*



«Міжнародна виставкова діяльність»

Компанії, що займаються міжнародною торгівлею, неминуче стикаються з проблемою просування своїх товарів та послуг на міжнародних ринках збуту. З посиленням міжнародної конкуренції це питання набуває все більшої актуальності. Одним з найефективніших способів просування продукції, що традиційно використовується практично всіма суб'єктами ринку незалежно від сфери діяльності, є міжнародна виставкова діяльність.

- Технології формування та просування іміджу компанії на міжнародних виставках
- Національні особливості здійснення міжнародної виставкової діяльності
- Основні методи роботи з різними категоріями відвідувачів міжнародної виставки
- Рекламний супровід міжнародної виставки
- Побудова ефективної системи виставкових комунікацій
- Управління міжнародною виставковою діяльністю підприємства як бізнес-процесом
- Організаційно-інформаційне забезпечення міжнародної виставкової діяльності
- Методичні підходи до оцінювання ефективності міжнародної виставкової діяльності
- Інноваційні форми міжнародної виставкової діяльності

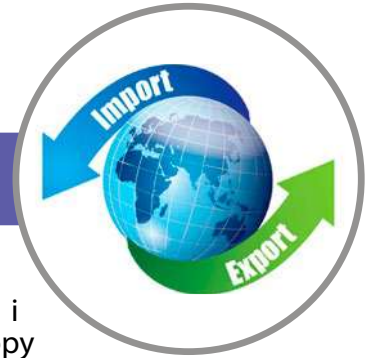


«Реклама в системі міжнародного маркетингу»

Посилення міжнародної конкуренції вимагає від підприємців активної боротьби за ринки збуту (утримання ринкової ніші, просування послуг підприємства, залучення нових клієнтів, підвищення конкурентоспроможності). Домогтися необхідних результатів в бізнесі можливо тільки при вмілому використанні маркетингових комунікацій, і особливо реклами.

- Види і засоби реклами в системі міжнародного маркетингу
- Організація рекламної практики в зарубіжних країнах
- Психологічні аспекти впливу реклами на споживачів у зарубіжних країнах
- Методи планування та проведення комплексної рекламної кампанії в різних країнах
- Процес формування медійного міксу в системі міжнародного маркетингу
- Засоби поширення реклами в системі міжнародного маркетингу
- Креатив у рекламі: як створювати яскраві ідеї
- Формулювання споживчого інсайту
- Планування рекламних заходів і розрахунок їх ефективності
- Особливості рекламної політики американських, європейських, азійських компаній

«Організація зовнішньоторговельних операцій»



Зміст дисципліни орієнтований на формування у студентів умінь і навичок щодо аналізу стану світового економічного середовища для вибору стратегії здійснення зовнішньоторговельних операцій; оволодіння методиками проведення порівняльного аналізу щодо загроз та переваг для вітчизняних підприємств при виході на різні сегменти світових товарних ринків; засвоєння механізму здійснення зовнішньоторговельних операцій; визначення показників обсягів, динаміки, результативності та ефективності міжнародних торговельних операцій.

- Зовнішньоторговельні операції купівлі-продажу товарів
- Встановлення цін у зовнішньоторговельних контрактах як фактор підвищення економічної ефективності зовнішньоторговельних операцій
- Валютно-фінансові умови зовнішньоторговельних операцій
- Організація і проведення зовнішньоторговельних переговорів
- Посередницька ланка у зовнішньоторговельних операціях
- Класифікація супровідних документів по зовнішньоторговельних операціях
- Зустрічна торгівля як особливий вид зовнішньоторговельних операцій
- Зміст та особливості підготовки і реалізації договору консигнації
- Організація і техніка операцій на міжнародних товарних біржах. Міжнародні торги як особливий вид зовнішньоторговельних операцій
- Організація міжнародних товарних аукціонів
- Укладання експортно-імпортних контрактів на поставку машин і устаткування
- Особливості організації зовнішньоторговельних операцій з сировиною
- Операції з торгівлі ліцензіями й інші комерційні форми передачі технологій
- Інжинірингові послуги як об'єкт зовнішньоторговельних операцій
- Організація операцій з міжнародного співробітництва щодо будівництва промислових об'єктів
- Лізинг у зовнішньоторговельних операціях
- Операції з міжнародного туризму
- Транспортне забезпечення зовнішньоторговельних операцій
- Специфіка укладання різних видів контрактів (ф'ючерсні, форвардні, факторингові, франчайзингові, спотові та ін.)

«Міжнародний менеджмент»



Як міжнародний менеджмент розуміється система формування конкурентних переваг компанії за рахунок можливостей ведення бізнесу в різних країнах і відповідного використання економічних, соціальних, демографічних, культурних та інших особливостей цих країн. Опанування засад стратегічного, кроскультурного, операційного, кадрового, інноваційного, фінансового, інвестиційного, ризик-менеджменту та застосування в управлінні бізнесом здобутих знань щодо національних особливостей зовнішнього середовища та інструментарію

міждержавної взаємодії дозволить суттєво підвищити ефективність управління персоналом, виробництвом, маркетингом та компанії загалом.

- *Теоретичні засади міжнародного менеджменту*
- *Середовище міжнародного менеджменту*
- *Досвід організації менеджменту в різних країнах*
- *Види менеджменту (адміністративний, галузевий, організаційний, функціональний, підприємницький, міжнародний, маркетинговий, фінансовий, кадровий, операційний, транспортний, ситуаційний і стратегічний)*
- *Особливості кроскультурного та ризик-менеджменту в різних країнах світу*
- *Прийняття рішень у міжнародних корпораціях*
- *Функції міжнародного менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль, координація, регулювання)*
- *Ключові сфери міжнародного менеджменту*
- *Соціально-етичні проблеми та перспективи міжнародного менеджменту*



«Корпоративні комунікації в системі міжнародного маркетингу»

Успішність бізнесу чимало залежить від лояльності цільових аудиторій до компанії. Належне формування корпоративних комунікацій із зовнішніми аудиторіями допомагає компанії побудувати довгострокові відносини з бізнес-партнерами, забезпечити стабільні позиції на міжнародному ринку, позитивний імідж і репутацію, завоювати лояльність клієнтів, а отже, отримати додаткову вартість бізнесу і прибуток.

- *Розроблення комунікаційних стратегій і креативних концепцій*
- *Процес формування єдиного каналу комунікації в компанії*
- *Корпоративний брендинг*
- *Формування позитивного іміджу компанії, її продуктів і послуг на міжнародному ринку*
- *Побудова ефективної комунікаційної моделі з урахуванням специфіки бізнесу і ринку*
- *Розроблення концепцій і програм розвитку корпоративних комунікацій*
- *Нестандартні комунікаційні підходи в реалізації програм підтримки лояльності клієнтів*
- *Матриця комунікаційних рішень для різних бізнес ситуацій*



«Міжнародна маркетингова товарна політика»

Одним з першочергових завдань фахівців з маркетингу міжнародної торговельної компанії – розроблення ефективної товарної політики, яка є фактором забезпечення сталого комерційного успіху компанії в умовах конкурентного світового ринкового середовища.

- Вивчення споживчих переваг щодо вибору/придбання товару або послуг на міжнародних ринках
- Види міжнародних товарних стратегій
- Міжнародний брендинг
- Формування асортименту продукції залежно від потреб ринку та фінансового стану підприємства
- Концепт-дизайн: основні підходи до розроблення концепції упаковки товару
- Товарний дизайн у міжнародному маркетингу. Міжнародні вимоги до товарного знака
- Міжнародна та національні системи маркування товарів
- Порівняльний аналіз товарної політики американських, європейських, азійських компаній

«PR в системі міжнародного маркетингу»

«Якби у мене залишився всього долар маркетингового бюджету, я б витратив його на PR ...»

Білл Гейтс



Саме механізми PR – це швидкий процес просування продукту або послуги на ринок, забезпечуючи успіх компанії і високу репутацію в умовах жорсткої конкуренції на міжнародному ринку.

- Специфіка PR роботи: B2B та B2C, велика корпорація і маленький стартап
- Практика використання засобів комунікації в зв'язках з громадськістю
- Вибір найбільш оптимальної програми паблік рілейшнз
- Оперативні робочі інформаційні документи: прес-реліз, бекграунд, прес-кит, інтерв'ю, newsletter, PR-brief, прес-досьє, прес-кліппінг, «Red folder»
- Особливості побудови успішних PR-кампаній у структурі міжнародної маркетингової політики підприємства
- Формування різноманітних міжнародних PR-стратегій
- Ключові питання організації event-заходів
- Розрахунок бюджету на PR-заходи

«Стратегічний маркетинг»

Суть стратегічного маркетингу полягає у використанні маркетингових принципів організації виробничо-господарської діяльності на якісно вищому рівні з метою розроблення і реалізації стратегічно важливих перспективних цілей розвитку підприємства. У зв'язку з цим коло маркетингових завдань істотно розширюється за рахунок орієнтації на виконання всіх завдань щодо виробничо-господарської діяльності підприємства. Вивчення дисципліни сприятиме формуванню у студентів системи знань і практичних навичок щодо проведення стратегічного аналізу підприємств, обґрунтування, розроблення і вибору маркетингових стратегій; створення програм стратегічного маркетингу, визначення ефективності маркетингових стратегій.



- Стратегічний маркетинг у сучасній концепції маркетингової діяльності
- Стратегічний аналіз зовнішнього маркетингового середовища
- Аналіз привабливості ринку
- Стратегічний аналіз внутрішнього маркетингового середовища
- Аналіз маркетингової конкурентоспроможності товарів та послуг
- Маркетингові стратегії сегментування, вибору цільового ринку, диференціації та позиціонування
- Формування маркетингових стратегій конкуренції
- Маркетингові стратегії зростання та портфельні стратегії
- Маркетингові конкурентні стратегії залежно від ринкової позиції підприємства
- Маркетингові стратегії зростання
- Маркетингове управління стратегічним бізнес-портфелем підприємства
- Стратегічне маркетингове планування
- Впровадження стратегій маркетингу: умови, механізм, ефективність

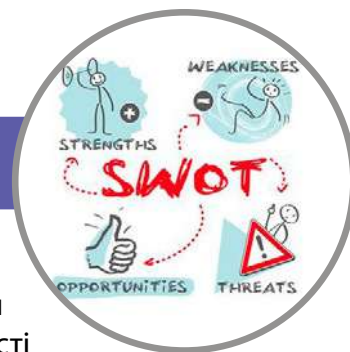


«Маркетинг інновацій»

Спрямованість дисципліни опанувати знання та набуття студентами практичних навичок здійснення стратегічного маркетингового аналізу; дослідження споживачів інноваційних продуктів; виокремлення цільових сегментів; формування та впровадження стратегій маркетингу інновацій з метою зростання конкурентоспроможності підприємства; формування комплексу маркетингових заходів для просування інноваційних продуктів на ринок; розроблення стратегії успішного впровадження маркетингу інновацій; застосування маркетингових комунікаційних інструментів у стратегічних маркетингових програмах виведення та позиціонування нового продукту на ринок.

- Сучасні концепції маркетингу інновацій
- Специфічні особливості маркетингових досліджень, таргетування, стратегічного й операційного маркетингу інновацій
- Вивчення поведінки та сегментування споживачів за адаптивністю до нового товару
- Хайтек-маркетинг як спосіб підвищення конкурентоспроможності підприємств
- Маркетинг стартапів
- Маркетинг у венчурній індустрії
- Обґрунтування комплексу маркетингових заходів для позиціонування нового товару
- Ефективні інтегровані маркетингові комунікації на ринку інновацій
- Економічні та репутаційні ризики підприємств, умови успішного впровадження стратегій маркетингу інновацій

«Ризики в маркетингу»



Практична спрямованість дисципліни: формування у студентів сучасної цілісної системи знань у сфері управління ризиками, набуття практичних навичок застосування у майбутній професійній діяльності інструментарію ідентифікації, оцінки та зниження маркетингових ризиків, а також прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації.

- *Сутність ризиків в маркетингу*
- *Управління маркетинговими ризиками*
- *Методи кількісного оцінювання ризиків*
- *Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації*
- *Аналіз та способи зниження основних маркетингових ризиків*
- *Ефективність маркетингових заходів з урахуванням ставлення до ризику*



Дізнайтеся
більше

 knote.edu.ua

 facebook.com/knteuofficial

ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

I ❤️ KNUTE

