

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ, ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ ТА
ЕКОНОМІКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

_____ А.В. Череп
« _____ » _____ 2018

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ КАНАЛАМИ РОЗПОДІЛУ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки магістрів

спеціальності 051 Економіка

освітньо-професійна програма Міжнародна економіка

Укладачі Бабміндра Д. І. д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів і міжнародного туризму, Корінний С.О., к.е.н., викладач кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів і економіки міжнародного туризму

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри міжнародної економіки,
природних ресурсів і економічної теорії

Протокол № 1 від “20”серпня 2018 р.
Завідувач кафедри

_____ Д. І. Бабміндра

Ухвалено науково-методичною радою
економічного факультету

Протокол №1 від “20”серпня 2018 р.
Голова науково-методичної ради
економічного факультету

_____ І. І. Колобердянко

2018 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 05 – Соціальні та поведінкові науки	вибіркова	
		Цикл професійної та практичної підготовки	
Загальна кількість годин - 150	Спеціальність: 051 Економіка Освітньо-професійна програма: Міжнародна економіка	Рік підготовки:	
		1-й	-
		Лекції	
Тижневих аудиторних годин для денної форми навчання – 4 Тижневих годин самостійної роботи для денної форми навчання – 9,6	Рівень вищої освіти: магістерський	22 год.	-
		Практичні	
		22 год.	-
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		106 год.	-
Вид контролю: залік			

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Управління міжнародними каналами розподілу» є формування у майбутніх фахівців розуміння економіко-управлінського аспекту процесів розподілу на рівні держави, регіону та підприємства в ході інтеграції в міжнародний економічний простір.

Актуальність проблеми ефективного розподілу ґрунтується на тому, що економіку будь-якої країни, функціонування будь-якого ринку, співпрацю постачальників і споживачів, сукупність товарів і послуг поєднано базовим процесом – розподілом. В свою чергу, розподіл є консолідацією різноманіття економічних та неекономічних процесів. При цьому, активізація економіко-управлінських функцій вимагає імплементацію цілої низки заходів щодо розбудови системи розподілу, передбачаючи, перш за все, інтернаціоналізацію каналів розподілу.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Управління міжнародними каналами розподілу» є структуроване викладення систематизованих напрацювань та інформації щодо:

– основних понять, загальних положень та вектору розвитку засад управління міжнародними каналами розподілу;

- об'єктів та суб'єктів управління міжнародними каналами розподілу, їхні взаємозв'язки;
- особливостей економіко-правового забезпечення процесу управління міжнародними каналами розподілу;
- методичних та практичних особливостей обчислення вартості процесів управління міжнародними каналами розподілу;
- напрямків диверсифікації міжнародних каналів розподілу;
- сутності та вектору трансформації наявних систем управління міжнародними каналами розподілу;
- перспектив та складнощів аутсорсингу процесів управління міжнародними каналами розподілу;
- економічної оцінки ефективності систем управління міжнародними каналами розподілу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: предмет і завдання дисципліни; місце і роль системи управління міжнародними каналами розподілу в комерційній діяльності держави, регіону та підприємства; поняття, склад, структуру системи управління міжнародними каналами розподілу; сутність, методи та напрямки реалізації процесу управління міжнародними каналами розподілу; систему економіко-виробничих взаємовідносин, пов'язаних із управлінням міжнародними каналами розподілу; напрямки проведення економічної оцінки ефективності системи управління міжнародними каналами розподілу; перспективні напрямки розвитку систем управління міжнародними каналами розподілу.

вміти: використовувати в практичній роботі законодавчий та інструктивний матеріал; самостійно імплементувати систему управління міжнародними каналами розподілу; самостійно збирати необхідну інформацію для функціонування системи управління міжнародними каналами розподілу; самостійно аналізувати та планувати діяльність з управління міжнародними каналами розподілу; контролювати, діагностувати та планувати розвиток системи управління міжнародними каналами розподілу; визначати та аналізувати наявні проблеми управління міжнародними каналами розподілу; приймати рішення щодо розв'язання актуальних проблем управління міжнародними каналами розподілу.

Згідно з вимогами освітньої (освітньо-професійної, освітньо-наукової) програми студенти повинні досягти таких результатів навчання (компетентностей):
загальні (універсальні):

- володіння знаннями щодо основних форм економічних відносин у сфері управління міжнародними каналами розподілу;
- здатність враховувати потреби інвестиціях та інформаційних ресурсах при запровадженні системи управління міжнародними каналами розподілу;
- володіння законодавчою і нормативною базою зовнішньоекономічної діяльності;

- вміння розраховувати ефективність управління міжнародними каналами розподілу;
- здатність застосовувати основні напрямки оптимізації системи управління міжнародними каналами розподілу.

спеціальні (фахові):

- здатність аналізувати та оцінювати економічне, конкурентне, правове середовище й інфраструктуру міжнародних каналів розподілу;
- вміння визначати економічну, екологічну та соціальну значущість і ефективність управління міжнародними каналами розподілу;
- здатність вимірювати та оцінювати вартість діяльності з управління міжнародними каналами розподілу, а також планувати і реалізовувати заходи з її мінімізації;
- здатність обґрунтовувати і обчислювати економіко-управлінську оцінку ефективності управління міжнародними каналами розподілу з метою визначення напрямків модернізації та диверсифікації таких процесів;
- вміння прогнозувати подальші напрямки розвитку світової і вітчизняної зовнішньоекономічної діяльності, а також майбутні стани міжнародних каналів розподілу.

Міждисциплінарні зв'язки. Курс «Управління міжнародними каналами розподілу» має міждисциплінарний характер та інтегрує в собі знання з багатьох дисциплін. Основні розділи курсу є логічним продовженням таких дисциплін як «Регіональна економіка», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Державне регулювання економіки», «Економіка підприємства», «Модернізація та диверсифікація економіки», «Міжнародне право», «Міжнародна торгівля», «Екологічне підприємництво». Фундаментальні знання отримані під час викладення курсу «Управління міжнародними каналами розподілу» дають можливість студентам успішно засвоїти такі курси як «Міжнародна товарна політика», «Міжнародні контракти», «Основи екобізнесу» та інші.

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. «Концептуальні основи управління міжнародними каналами розподілу»

Тема 1. Модернізація міжнародного маркетингу

Умови та чинники виникнення концепції міжнародного маркетингу. Хронологічний розвиток концепцій міжнародного маркетингу. Етапи інтернаціоналізації маркетингової діяльності підприємства. «Місцева» та «глобальна» економіки. Типи маркетингу: внутрішній, міжнародний. Форми міжнародного маркетингу: експортний, зовнішньоекономічний, транснаціональний, мультирегіональний, глобальний. Суб'єкти міжнародного маркетингу: транснаціональні корпорації, глобальні компанії, експортери,

імпортери. Інтернаціоналізація світового господарства та нові пріоритети міжнародного маркетингу.

Тема 2. Чинники міжнародного маркетингового середовища

Сутність і цілі дослідження міжнародного маркетингового середовища. Види міжнародного середовища – за межами дослідження та впливом чинників (національне, множинно-національне, регіональне, глобальне); за складністю (статичне, динамічне, турбулентне); за рівнем контрольованості з боку фірми (макросередовище, мікросередовище). Склад та послідовність PEST- і SLEPT-аналізу.

Сутність і структура міжнародного економічного середовища. Міжнародна торгівля. Показники та процеси, що характеризують етап і розвиток світової торгівлі. Особливості сучасного етапу розвитку міжнародної торгівлі.

Протекціонізм і торговельні обмеження. Неопротекціонізм. Методи й інструменти регулювання міжнародної торгівлі на національному рівні.

Міжнародні організації зі стимулювання світової економічної та валютної стабільності: склад, форми діяльності.

Міжнародна економічна інтеграція: сутність, форми, вплив на розвиток країн-учасниць інтеграційних угруповань.

Тема 3. Соціально-культурний аспект міжнародного маркетингового середовища

Визначення й основні елементи культури. Склад елементів соціально-культурного середовища міжнародного маркетингу.

Вплив соціально-культурного середовища на маркетинг: соціально-культурні чинники, імпульси культур, процес прийняття рішення споживачем, поведінка споживача.

Маркетингова характеристика основних елементів культури — мова, релігія, освіта, сім'я, робота й дозвілля, референтні групи. Адаптація до різноманітних культур.

Тема 4. Міжнародне політико-правове середовище

Логіко-структурна схема дослідження політико-правового середовища.

Політичні сили країни, що досліджуються: політичний клімат, уряди, національний суверенітет, національна безпека, національний добробут, престиж, групи тиску (лобі).

Можливі дії урядів країн, що досліджуються: неформальне втручання в бізнес, обмеження на кшталт «купуй у своїх», нетарифні бар'єри, субсидії, умови діяльності, бойкоти, конфіскації. Взаємозв'язок цілей уряду досліджуваної країни та можливих політичних дій.

Методи визначення рівня політичного ризику. Стратегії зменшення політичного ризику: до інвестування (укладення контракту), після інвестування (укладення контракту), внутрішні (самостійні) дії, зовнішня підтримка. Ринкова влада, як сучасна стратегія зменшення політичних ризиків транснаціональних корпорацій (ТНК).

Матричний підхід до аналізу політико-правового середовища. Класифікація можливих партнерів за ступенем політичної нестабільності та обмежень у бізнесі.

Тема 5. Міжнародні маркетингові дослідження

Сутність та особливості міжнародних маркетингових досліджень.

Стадії процесу міжнародного маркетингового дослідження: визначення вимог до інформації, збирання даних, аналіз, упровадження.

Типи міжнародних досліджень ринку: попереднє, поглиблене, спеціальне, тестування. Алгоритм попереднього міжнародного дослідження. Структура поглибленого міжнародного маркетингового дослідження.

Основні правила Міжнародного кодексу з практики маркетингових та соціальних досліджень (International Code of Marketing and Social Research Practice, ICC/ESOMAR).

Тема 6. Сегментація світового ринку

Поняття сегмента міжнародного ринку. Міжнародна сегментація ринку. Цілі сегментації. Умови ефективної міжнародної сегментації.

Критерії сегментації світового ринку. Підходи до міжнародної сегментації: ідентифікація груп країн з попитом на схожі товари; ідентифікація сегментів, що існують в усіх або в багатьох країнах; вихід з одним і тим самим товаром на різні сегменти в різних країнах.

Стратегії маркетингу та сегментація ринків залежно від цілей на зовнішньому ринку.

Позиціонування товару на закордонному ринку: типи та технологія.

Тема 7. Вибір закордонних ринків

Підходи до вибору закордонного ринку: суб'єктивний, дискретний, комплексний.

Сутність суб'єктивного підходу, найпоширеніші причини та умови його використання.

Сутність дискретного підходу. Показники та критерії, що найчастіше використовуються для обґрунтування рішення щодо вибору зарубіжного ринку при дискретному підході.

Сутність комплексного підходу. Модель «чотирьох фільтрів» відбору зарубіжних ринків. Побудова таблиці для визначення найпривабливішого для фірми ринку.

Специфіка вибору іноземних ринків на різних стадіях інтернаціоналізації діяльності фірми: домінанта регіональної стратегії, варіативність мети вибору ринку, різноманітність елементів контролю при виборі ринку.

Розділ 2. «Актуальні проблеми управління міжнародними каналами розподілу»

Тема 8. Моделі виходу фірми на зовнішні ринки

Типи моделей виходу фірм на зовнішній ринок: експортування, спільне підприємництво, пряме інвестування (володіння).

Експорт: прямий і непрямий. Переваги та недоліки, умови застосування стратегії експортування.

Спільне підприємництво: ліцензування, підрядне виробництво, управління за контрактом, спільне володіння. Переваги та недоліки, умови застосування.

Пряме інвестування: торгові підприємства, виробничі підприємства. Переваги та недоліки, умови інвестування.

Порівняльна характеристика моделей виходу на зовнішній ринок за критеріями: контроль ринку, ресурсні вимоги, ризик, гнучкість, причетність до міжнародного маркетингу. Типові переваги та недоліки моделей виходу фірми на зовнішній ринок.

Внутрішні та зовнішні чинники вибору моделі виходу фірми на зовнішній ринок.

Тема 9. Міжнародна товарна політика

Сутність та типи міжнародного маркетингового комплексу. Стадії стандартизації міжнародного комплексу маркетингу.

Товар на світовому ринку. Експортний, піонерний товар, товар ринкової новизни.

Елементи товару в міжнародному маркетингу: власне продукт; товар, що сприймається; повний товар. Зв'язок елементів товару з його конкурентоспроможністю на світових ринках.

Міжнародна товарна політика. Види товарної політики: концентрична, горизонтальна, конгломератна.

Міжнародна товарна стратегія. Типи товарних стратегій: незмінність товару, адаптація, новий товар. Види міжнародних товарних стратегій. Теорія життєвого циклу товару в міжнародному маркетингу. Типи адаптації товару до закордонного ринку. Етапи розробки нового товару.

Тема 10. Міжнародні канали розподілу

Сутність, цілі та завдання міжнародної системи розподілу товарів/послуг. Характеристика учасників міжнародних каналів розподілу: національний виробник або продавець, національний оптовик, експортер, імпортер, закордонний агент або оптовик, зарубіжний роздрібний торговець, закордонний споживач.

Альтернативи міжнародних каналів розподілу. Типові конфігурації міжнародних каналів розподілу для товарів народного споживання, виробничо-технічної продукції та послуг.

Міжнародна стратегія розподілу. Фактори вибору учасників каналу розподілення.

Тема 11. Структуризація міжнародних каналів розподілу

Інтенсифікація управлінських функцій міжнародного маркетингу. Інтернаціоналізація системи розподілу. Розвиток й удосконалення структури каналів дистрибуції. Інтеграція каналів дистрибуції до глобальної мережі розподілу.

Управління стратегічними засадами функціонування дистрибуційних ланок. Розвиток оперативно-тактичних механізмів міжнародної логістики та системи контролю процесів розміщення продукту.

Реалізація прямих і зворотних зв'язків між виробниками й споживачами в міжнародному бізнес-середовищі через формування й інтернаціоналізацію каналів розподілу.

Аналі зовнішніх чинників, які впливають на якість та функціональність каналів (довжину, розгалуженість, мультимодальність тощо).⁴

Удосконалення структури міжнародних каналів розподілу, вибір посередників.

Удосконалення механізму управління логістичними операціями (процесами) всіх рівнів та напрямів.

Тема 12. Міжнародні маркетингові комунікації

Міжнародний комунікаційний процес: поняття, учасники, схема процесу. Типи перешкод у комунікації. Поле спільного цивілізаційного досвіду. Зворотний зв'язок у маркетингових комунікаціях.

Класифікації методів міжнародної маркетингової комунікації: безпосередні та опосередковані, BTL — ATL, ФОССТИС (російський підхід) — формування попиту та стимулювання збуту; комплекс просування (американський підхід).

Методи міжнародної маркетингової комунікації: безпосередні, опосередковані.

Безпосередні методи міжнародної маркетингової комунікації: участь у міжнародних виставках, ярмарках; закордонні відрядження; презентації; переговори.

Опосередковані методи міжнародних маркетингових комунікацій: реклама, персональні продажі, стимулювання продажів, паблісіті. Порівняльна характеристика каналів розповсюдження інформації (телебачення, радіо, газети, журнали, рекламні дошки тощо) в міжнародному маркетингу.

Тема 13. Система управління міжнародними ризиками

Визначення понять «ризик» і «ризик-менеджмент» в міжнародному середовищі. Об'єкт і предмет управління ризику. Ризик-менеджмент і вироблення підходів до класифікації ризиків. Підходи до класифікації ризиків у західних і пострадянських теоріях. Особливості класифікації ризиків у різних галузях управлінської та господарської діяльності. Ризики довгострокові й короткострокові, класифікація за принципами їх виявлення. Класифікація ризиків за прогнозованістю і наслідками.

Внутрішні і зовнішні ризики. Ризики міжнародного маркетингового середовища. Система управління ризиками в міжнародному середовищі.

Страховання ризиків. Внутрішні та зовнішні резерви для страхування. Виявлення потреби страхування ситуації із залученням зовнішніх резервів. Незастраховані ризики і їх небезпека. Особливості страхування міжнародних ризиків.

Тема 14 Міжнародна цінова політика

Систематизація видів світових цін. Характеристика цінових ситуацій залежно від ступеня інтернаціоналізації діяльності фірми (експорт, зарубіжне виробництво, транснаціональна корпорація) та завдань ціноутворення (встановлення ціни на товар); зміна ціни на товар; ціноутворення при виробництві компонентів (деталей, вузлів тощо).

Послідовність маркетингових дій у міжнародному ціноутворенні: визначення цілей ціноутворення; формування загальної політики ціноутворення; розробка цінової стратегії; реалізація цінової стратегії та пристосування цін.

Цінові стратегії залежно від цілей фірми на зовнішньому ринку. Цінові стратегії стосовно показників «ціна — якість».

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	Денна форма						Заочна форма						
	Σ	у тому числі					Σ	у тому числі					
		л	пр	лаб	інд	сам		л	пр	лаб	інд	мод	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Розділ 1. Концептуальні основи зовнішньоекономічної діяльності регіону													
Тема 1. Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів ринкових відносин	10	4				6							
Тема 2. Сутність, принципи та методи управління зовнішньоекономічною діяльністю	10		4			6							
Тема 3. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності	10	4				6							
Тема 4. Зовнішньоекономічні операції та угоди	12		4			8							
Тема 5. Організація виходу підприємства на зовнішній ринок	8					8							
Тема 6. Торгово-посередницькі операції на зовнішньому ринку	12	2	2			8							
Тема 7. Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності	14	4	2			8							
Разом розділом 1	76	14	12			50							
Розділ 2. «Актуальні проблеми створення і реалізації зовнішньоекономічної політики»													
Тема 8. Страхування ризиків при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності та шляхи їх мінімізації	10	2				8							
Тема 9. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності	10		2			8							
Тема 10. Особливості обліку експортних та імпортних операцій	10	2				8							
Тема 11. Управління міжнародними каналами розподілу	12		2			8							
Тема 12. Формування механізму державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в регіоні	10	2	2			8							
Тема 13. Роль вільних економічних та офшорних зон в розвитку зовнішньоекономічної діяльності	12		4			8							
Тема 14. Інвестиції в зовнішньоекономічній діяльності	10	2				8							
Разом за розділом 2	74	8	10			56							
Усього годин	150	22	22			106							

5. Теми лекційних занять

П/н	Назва теми	Кількість годин
1	Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів ринкових відносин	4
2	Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності	4
3	Зовнішньоекономічні операції та угоди	2
4	Торгово-посередницькі операції на зовнішньому ринку	4
5	Страховання ризиків при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності та шляхи їх мінімізації	2
6	Особливості обліку експортних та імпорتنих операцій	2
7	Формування механізму державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в регіоні	4
Разом		22

6. Теми практичних занять

П/н	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність, принципи та методи управління зовнішньоекономічною діяльністю	2
2	Організація виходу підприємства на зовнішній ринок	2
3	Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності	4
4	Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності	4
5	Управління міжнародними каналами розподілу	2
6	Формування механізму державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в регіоні	2
7	Роль вільних економічних та офшорних зон в розвитку зовнішньоекономічної діяльності	2
8	Інвестиції в зовнішньоекономічній діяльності	4
Разом		22

7. Самостійна робота

П/н	Назва теми	Кількість годин
1	Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів ринкових відносин	6
2	Сутність, принципи та методи управління зовнішньоекономічною діяльністю	6
3	Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності	6
4	Зовнішньоекономічні операції та угоди	8
5	Організація виходу підприємства на зовнішній ринок	8
6	Торгово-посередницькі операції на зовнішньому ринку	8
7	Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності	8
8	Страхування ризиків при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності та шляхи їх мінімізації	8
9	Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності	8
10	Особливості обліку експортних та імпорتنих операцій	8
11	Управління міжнародними каналами розподілу	8
12	Формування механізму державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в регіоні	8
13	Роль вільних економічних та офшорних зон в розвитку зовнішньоекономічної діяльності	8
14	Інвестиції в зовнішньоекономічній діяльності	8
Разом		106

8. Види контролю і система накопичення балів

Система накопичення балів – це сума всіх балів, які отримує студент за семестр. Розподіл балів наведено в таблиці.

Вид контрольного заходу	Кількість балів
Поточний контроль	
Розділ 1	
Практичне заняття 1 (аналіз конкретної ситуації)	2
Практичне заняття 2 (тестування)	2
Практичне заняття 3 (розв'язання задачі)	4
Практичне заняття 4 (аналіз конкретної ситуації; тестування)	4
Практичне заняття 5 (розв'язання задачі)	4
Практичне заняття 6 (аналіз конкретної ситуації; тестування)	4
Поточна атестація №1 (тестування в системі MOODLE)	10
Загальна кількість балів	30
Розділ 2	
Практичне заняття 7 (аналіз конкретної ситуації; тестування)	4
Практичне заняття 8 (розв'язання задачі)	4
Практичне заняття 9 (аналіз конкретної ситуації; тестування)	4
Практичне заняття 10 (аналіз конкретної ситуації; тестування)	4
Практичне заняття 11 (розв'язання задачі)	4
Поточна атестація №2 (тестування в системі MOODLE)	10
Загальна кількість балів	30
Всього за поточний контроль знань	60
Підсумковий контроль	
Залік	40
Всього за підсумковий контроль знань	40
Разом	100

8.1. Критерії оцінювання практичних занять

Робота на практичному занятті комплексно оцінюється викладачем, враховуючи такі критерії: правильність одержаних відповідей; повнота та логічність відповіді; наявність висновків та ілюстративних прикладів тощо.

Практичне заняття складається із: опрацювання теоретичних питань, виконання практичних завдань, контрольного тестування до кожної теми.

Практичні заняття дозволяють студентам оволодіти практичними навичками з курсу.

Результат участі студента на практичних заняттях оцінюється окремо.

1. Виконання тестових завдань (10 завдань, по 0,2 балів кожне) – 2 бали.

2. Аналіз конкретної ситуації – 2 бали:

- 2 бали – аналітична доповідь відзначається повнотою виконання без допомоги викладача. Студент володіє узагальненими знаннями з предмета,

аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє застосовувати вивчений матеріал; вирішує складні проблемні завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозування явищ; уміє формулювати та розв'язувати проблеми.

- 1 бал – аналітична доповідь достатня, але з деякими огріхами, виконана з незначною допомогою викладача. Студент володіє вивченим матеріалом, зокрема, застосовує його на практиці; вміє аналізувати і систематизувати наукову та методичну інформацію. Використовує загальновідомі доводи у власній аргументації, здатен до самостійного опрацювання навчального матеріалу, але потребує консультації викладача.

- 0 балів – аналітична доповідь відзначається високою фрагментарністю знань та неможлива без постійного керівництва викладача. Теоретичний зміст курсу засвоєно частково, необхідні практичні уміння не сформовані. Аналіз і систематизація наукової і методичної інформації відсутні.

3. Розв'язання задачі – 4 бали:

- 4 бали – задачу розв'язано правильно в повному обсязі;
- 3 бали – при розв'язанні задачі допущено негрубі помилки;
- 2 бали – при розв'язанні задачі допущено грубі помилки;
- 1 бал – задачу розв'язано неправильно, але студент розуміє алгоритм розв'язання;
- 0 балів – задачу не розв'язано.

До грубих помилок належать: обчислювальні помилки в завданнях; помилки у визначенні порядку виконання арифметичних дій; неправильне розв'язання задачі (пропуск дій (дії)), неправильний добір дій (дії), зайві дії; незакінчене розв'язання задачі; незнання або неправильне застосування властивостей, правил, алгоритмів.

Негрубими помилками є: нераціональні прийоми обчислення, якщо ставилась вимога скористатися такими прийомами; неправильна побудова чи постановка запитань до дій (дії) під час розв'язання задачі; неправильне списування даних задачі з правильним її розв'язанням; помилки у записах термінів, символів; відсутність відповіді у завданні або помилки у записі відповіді.

8.2. Критерії оцінювання поточної атестації № 1 та № 2

Поточна атестація проводиться у формі тестування в системі MOODLE. Максимальна оцінка, яку студент може отримати за результатами кожного тестування, складає 10 балів. Тестування складається з 20 тестових завдань. За правильну відповідь на одне запитання студент отримує 0,5 балів, таким чином, відповівши правильно на всі запитання, студент може отримати 10 балів.

Якщо за результатами поточного контролю знань студент отримає менше 35 балів, то до заліку він не допускається.

Підсумковий контроль проводиться після закінчення семестру в формі екзамену.

8.3. Критерії оцінювання заліку

Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання залікової роботи, складає 40 балів. Залікова робота містить 20 тестових завдань, кожне з яких оцінюється в 1 бал, 1 задачу, яка оцінюється в 5 балів та 3 теоретичних питання, які оцінюються в 5 балів кожне.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

ЗА ШКАЛОЮ ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5(відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

9. Рекомендована література

Основна:

1. Єрмаченко В. Є. Облік і техніка зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. [для вищ. навч. закл.] / В. Є. Єрмаченко, С. В. Лабунська, О. Г. Маляревська та ін.; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : ІНЖЕК, 2010. – 479 с.
2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. Посіб / Шкурупій О. В. , Гончаренко В. В., Артеменко І. А. та ін.; За заг.ред. Шкурупій О. В. - К: Центр учбової літератури, 2012. - 248 с.
3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник / [Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, І. Ю. Сіваченко та ін.]; за ред Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової, І. Ю. Сіваченка. - 2-е вид., переробл. і доп. - К.: ЦНЛ, 2008. - 792 с.
4. Інкотермс. Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати (редакція 2000 року) http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/988_007
5. Кириченко О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : Навч. посібник/ Олександр Кириченко,. - 3-тє вид. перероб. і доп.. - К.: Знання-Прес, 2002. – 382 с.
6. Козик, В. В. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Н. Б. Даниленко. - 7-е вид., стер. - К. : Знання, 2008. - 406 с.
7. Мазаракі А.А. Регуляторна політика у сфері зовнішньої торгівлі: монографія / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – К.: КНТЕУ, 2010. – 470 с.
8. Макогон Ю.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. - К: ЦУЛ, 2006.- 128 с.
9. Маркетинг : підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін.; ред.-упор. О.І. Сидоренко, П.С. Редько. – К. : Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.
10. Черевань В.П. Міжнародна економічна діяльність / В.П. Черевань, А.П. Румянцев, Л.Ф. Романенко. – К.: Слово, 2012. – 278 с.

Додаткова:

1. Багрова, І. В. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посіб. /І. В. Багрова, О. О. Гетьман, В. Є. Власюк ; Дніпропетр. ун-т економіки та права. - К. : ЦУЛ, 2004. - 384 с.
2. Батанова Л. О. Фінансовий контроль у сфері державної митної справи [Текст] : монографія / Л. О. Батанова ; Нац. ун-т "Одес. юрид. акад.". - Чернівці : Технодрук, 2015. - 153 с.
3. Бутинець, Ф. Ф. Облік зовнішньоекономічної діяльності : підруч. для студ. вищ. навч. закладів спец. 7.0 / Ф.Ф. Бутинець, І.В. Жиглей ; ред. Ф. Ф. Бутинець ; М-во освіти і науки України, Житомир, держ. технол. ун-т - 3-тє вид., переробл. і доп. - Житомир : Рута, 2006. - 387 с.
4. Гребельник, О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібн. для студ. вуз. / О. П. Гребельник; Вісконсінський міжнар. ун-т (США) в Україні. - К. : Деміур, 2003. - 168 с.
5. Дахно, І. І. Міжнародне економічне право : навч. посіб. / І. І. Дахно. - 3-тє

вид., переробл. і доп. - К. : ЦНЛ, 2006. - 271 с.

6. Загородній, А. Г. Зовнішньоекономічна діяльність : термінол. слов. / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. - К. : Кондор, 2007. - 168 с.

7. Михайлів З. В. Міжнародні кредитно-розрахункові відносини та валютні операції: Міжнародні кредитно-розрахункові відносини та валютні операції / З. В. Михайлів, З. П. Гаталяк, Н. І. Горбаль ; Нац. ун-т "Львівська політехніка". - Л. : Львівська політехніка, 2004. - 244 с.

8. Новицький, В. Є. Міжнародна економічна діяльність України : підруч. / В. Є. Новицький ; Київський нац. екон. ун-т. - К., 2003. - 948 с.

9. Одягайло, Б. М. Міжнародна економіка : навч. посіб. для студ. вузу / Б. М. Одягайло. - К. : Знання, 2005. - 397 с.

10. Пономарьова Н. В. Митно-тарифне регулювання: навч. посіб. / Н.В. Пономарьова, Т.В. Столяр, О.В. Павленко та ін. ; МОН України ; Харк. нац. автомоб.-дор. ун-т. - Х. : ХНАДУ, 2010. -199 с.

Електронні ресурси:

1. Офіційний сайт журналу The Economist [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economist.com>

2. Офіційний сайт журналу The Financial Times [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ft.com>

3. Офіційний сайт журналу The Wall Street Journal [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketwatch.com>

4. Офіційний сайт Президента України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.president.gov.ua

5. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>

6. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

7. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bank.gov.ua

8. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minfin.gov.ua

9. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.me.gov.ua

10. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

Погоджено _____

відділ з навчальної роботи

« _____ »