



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «СВІТОВИЙ РИНОК ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ»

*дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу*

1. Мета опанування дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у оволодінні студентами знаннями теоретичних і практичних основ функціонування підприємств на світових ринках відповідно до процесів інтернаціоналізації і глобалізації господарського життя

2. Завдання дисципліни «Світовий ринок товарів та послуг»: визначити сутність, риси, середовище та розглянути історичну ретроспективу розвитку світового ринку; ознайомитися з товарною структурою світового ринку за допомогою сучасних товарних класифікацій і номенклатури, що використовуються у міжнародній торговельній практиці; розглянути специфіку здійснення торговельних операцій за напрямками і видами торгівлі, сучасні форми ділової активності у сфері надання послуг, особливості ціноутворення на світових товарних ринках та оцінити потенційні можливості виходу України на світовий ринок; проаналізувати сучасні можливості інфраструктури світового ринку; обґрунтувати мотивації використання послуг міжнародних торговельних посередників при здійсненні операцій світового ринку, економічних та інфраструктурних умов розвитку торговельного посередництва в Україні.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

5. Здатність працювати в міжнародному контексті.

6. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

7. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

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

9. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

10. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії.

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь у сфері функціонування підприємств на світових ринках відповідно до процесів інтернаціоналізації і глобалізації господарського життя.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Світовий ринок: сутнісна характеристика та особливості розвитку.

2. Структура світового товарного ринку.

3. Міжнародна торгівля товарами та послугами.

4. Специфічні особливості здійснення зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку.

5. Особливості і класифікація послуг як предмета торгівлі.

6. Особливості формування та сучасні тенденції розвитку ринків міжнародних послуг.

7. Система регулювання міжнародного обміну товарами і послугами.

8. Методи організації зовнішньоторговельної діяльності.

9. Міжнародні економічні інститути, що регулюють світову торговельну політику.

10. Світові інтеграційні процеси.