

<b>Назва дисципліни</b>	<b>Практикум: віртуальне підприємство ЗЕД</b>
<b>Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну</b>	Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу Цільова аудиторія – здобувачі другого (магістерського) рівня вищої освіти (студенти 1-го курсу).
<b>Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання</b>	Шуба Марина Володимирівна к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова <i>тел.:</i> +38(057)707-51-60, <i>e-mail:</i> <a href="mailto:marinashuba@karazin.ua">marinashuba@karazin.ua</a> ; Харків, майдан Свободи, 6, ауд. 378.
<b>Попередні умови для вивчення дисципліни</b>	Даний курс пов'язаний з іншими дисциплінами, серед яких такі попередні курси: «Управління ЗЕД», «Облік і аналіз ЗЕД», «Теорія і практика зовнішньої торгівлі», «Логістика», «Митне регулювання», «Контракти та договірне право», «Менеджмент та маркетинг», «Міжнародні фінанси», «Інвестування», «Ціноутворення на світових товарних ринках».
<b>Опис</b>	<p><b>Мета дисципліни</b> – набуття студентами навичок практичного використання знань з умов, процесів і специфічних особливостей зовнішньоекономічної діяльності підприємства.</p> <p><b>Очікувані результати навчання.</b> Студенти повинні досягти таких результатів навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– уміти визначати можливості ЗЕД підприємства;</li> <li>– уміти аналізувати зовнішні ринки збуту;</li> <li>– уміти аналізувати конкурентне оточення підприємства на зовнішніх ринках;</li> <li>– уміти аналізувати моделі виходу на зовнішні ринки</li> <li>– розуміти недоліки та переваги стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок.</li> </ul> <p><b>Теми аудиторних занять та самостійної роботи</b> Тема 1. Визначення можливостей ЗЕД підприємства. Тема 2. Аналіз зовнішніх ринків збуту. Тема 3. Аналіз конкурентного оточення підприємства на зовнішніх ринках. Тема 4. Аналіз моделей виходу на зовнішні ринки Тема 5. Вибір стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок.</p> <p><b>Методи контролю результатів навчання.</b> Поточний контроль проводиться у формі оцінювання індивідуальних завдань. Семестровий підсумковий контроль у формі екзамену.</p> <p><b>Мова викладання:</b> українська.</p>