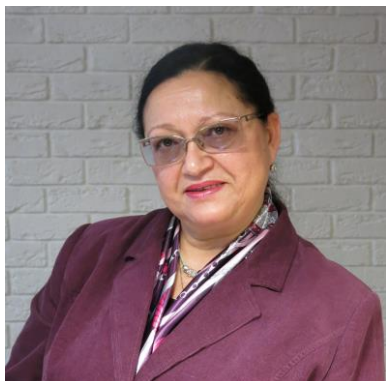


051 «ЕКОНОМІКА»

освітньо–професійна програма на другому (магістерському) рівні
«МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ І МАРКЕТИНГ»



Керівник проектної групи –

ЦИГАНКОВА ТЕТЯНА МИХАЙЛІВНА

доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу, завідувач кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

e-mail: tmsybankova@gmail.com

Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність	051 Економіка
Спеціалізація	Міжнародна торгівля і маркетинг
Обсяг програми	90 кредитів ЄКТС
Тривалість програми	1 рік 4 місяці / 1 рік 6 місяців
Форма навчання	Денна / заочна

Мета програми: забезпечити підготовку висококваліфікованих професіоналів у сферах міжнародної торгівлі і маркетингу, які володіють фундаментальними теоретичними знаннями і практичними навичками щодо управлінської діяльності у міжнародних компаніях і бізнес-структурах та здатних розв'язувати поточні і стратегічні проблеми міжнародної торговельно-маркетингової діяльності суб'єктів міжнародних економічних відносин на національному, регіональному і глобальному рівнях на засадах інноваційності в умовах глобального конкурентного середовища.

Особливості освітньо-професійної програми

Це єдина в Україні спеціалізована програма з міжнародної торгівлі і маркетингу, що ґрунтується на правилах Світової організації торгівлі та новітніх трендах модернізації міжнародної торговельно-маркетингової діяльності.

У програмі використовується унікальний міжпредметний тренінг «Стратегії і тактики міжнародних торговельно-економічних переговорів», створений спільно з фахівцями Центру торгової політики і права при Карлтонському університеті (Канада, Оттава), який використовується для підготовки державних службовців та переговорників в країнах Північної та Латинської Америки та новітні авторські дисципліни, що відповідають трендам креативізації, інтелектуалізації та цифровізації міжнародної торговельно-маркетингової діяльності: Інтегровані

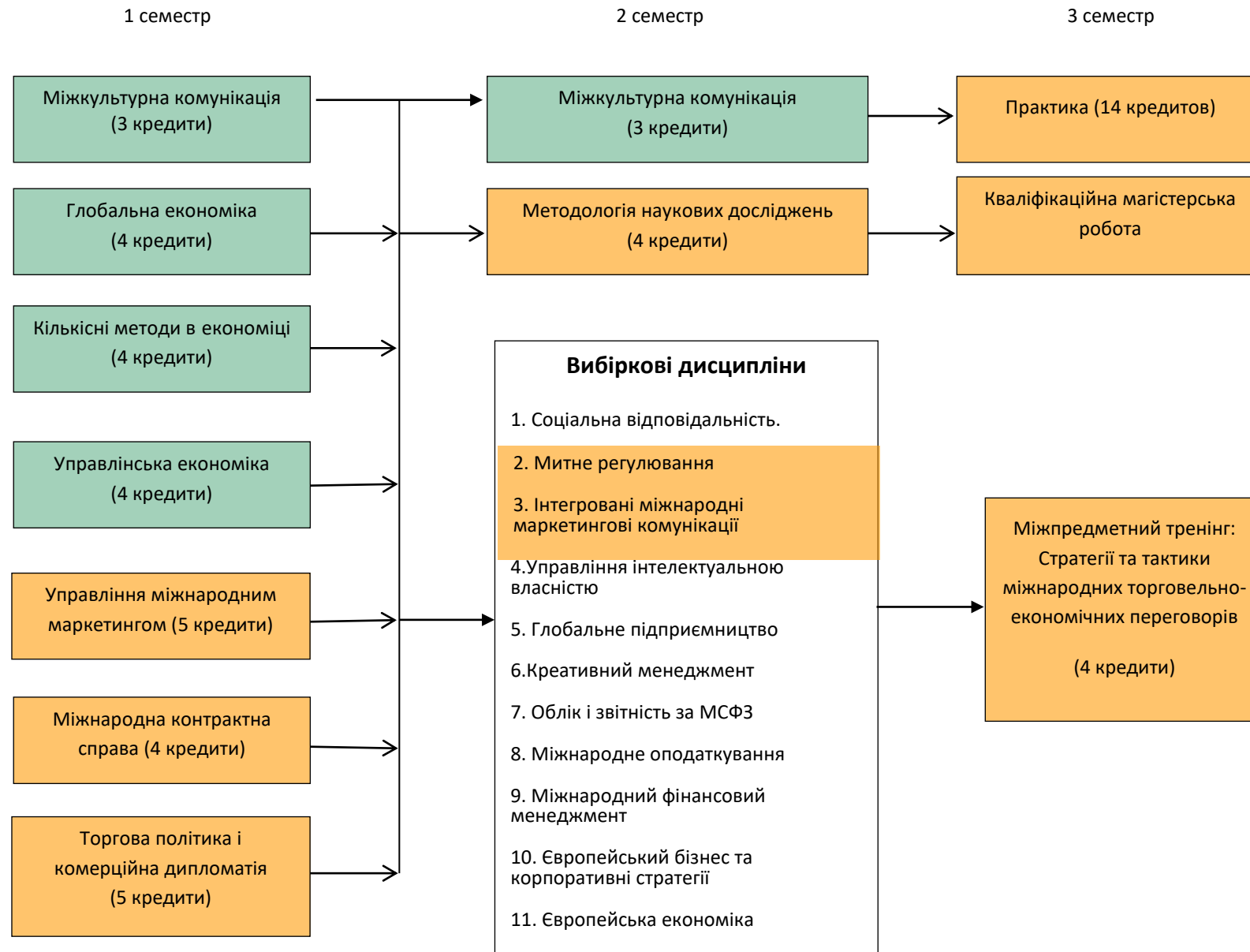
міжнародні маркетингові комунікації, Міжнародна контрактна справа, Глобальне підприємництво тощо.

Викладання відбувається на основі збалансованого за напрямками (міжнародна торгівля, міжнародний маркетинг) навчального плану, що дає змогу випускникам працювати як на глобальних ринках товарів, послуг, прав на об'єкти інтелектуальної власності, так і в інших видах міжнародних економічних відносин.

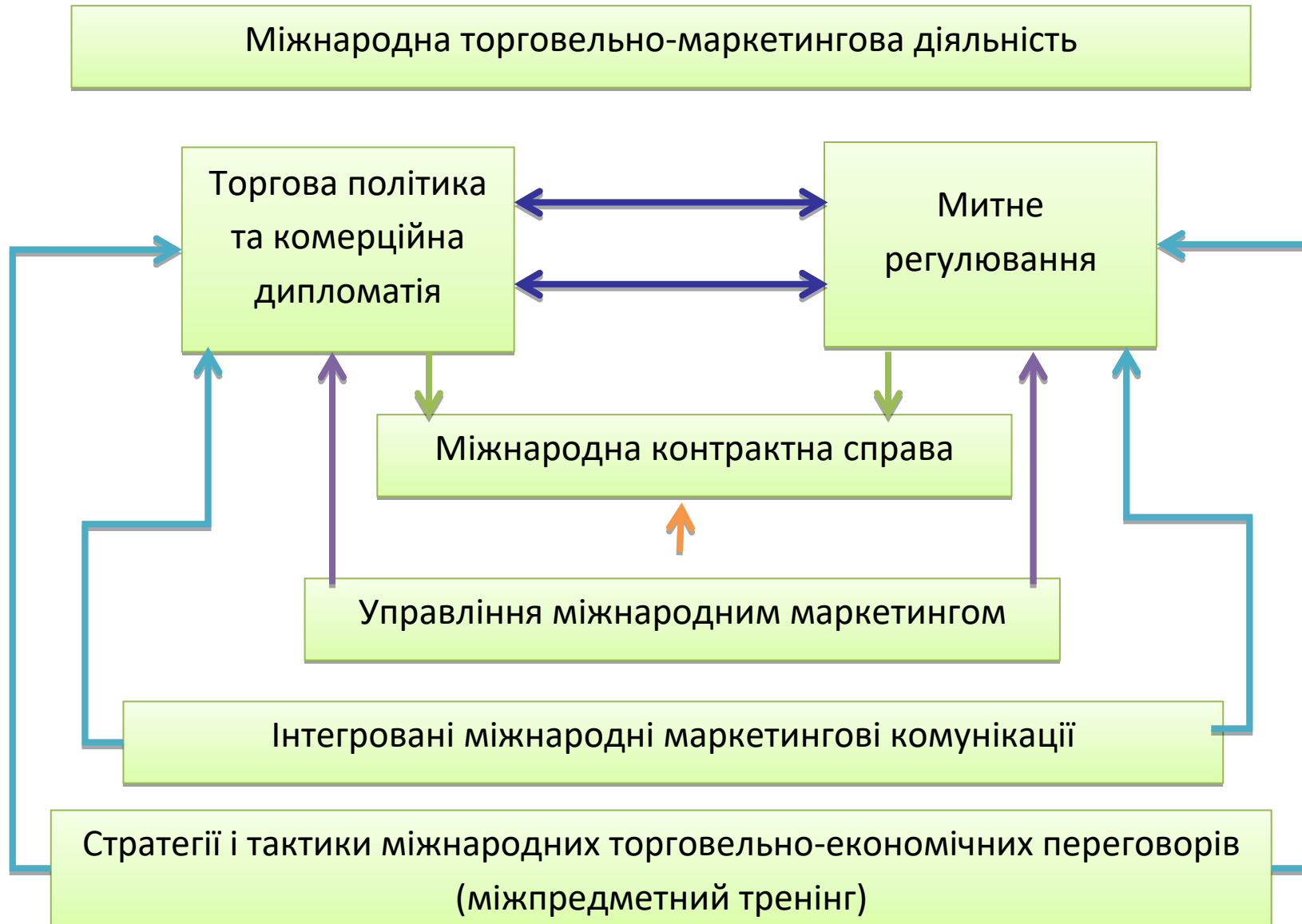
Компоненти програми

№	Назва навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС
Обов'язкові компоненти ОП		
циклу загальної підготовки		
1.	Глобальна економіка	4
2.	Методологія наукових досліджень	4
3.	Управлінська економіка	4
4.	Кількісні методи в економіці	4
циклу професійної підготовки		
5.	Міжкультурна комунікація	6
6.	Управління міжнародним маркетингом	5
7.	Міжнародна контрактна справа	4
8.	Торгова політика та комерційна дипломатія	5
Вибіркові компоненти ОП		
9.	Соціальна відповідальність	4
10.	Митне регулювання	4
11.	Інтегровані міжнародні маркетингові комунікації	4
12.	Управління інтелектуальною власністю	4
13.	Глобальне підприємництво	4
14.	Креативний менеджмент	4
15.	Облік і звітність за МСФЗ	4
16.	Міжнародне оподаткування	4
17.	Міжнародний фінансовий менеджмент	4
18.	Європейський бізнес та корпоративні стратегії	4
19.	Європейська економіка	4
Практична підготовка		
20.	Міжпредметний тренінг «Стратегії та тактики міжнародних торговельно-економічних переговорів»	4
21.	Практика	14
22.	Кваліфікаційна магістерська робота	12

Структурно-логічна схема підготовки студентів другого (магістерського) рівня
вищої освіти галузі знань 05 Соціальні та
поведінкові науки, спеціальності 051 Економіка, освітньо-професійної програми
«Міжнародна торгівля і маркетинг»



Предмети спеціалізації



Працевлаштування та конкурентні переваги випускників програми

Сфера спеціалізації освітньо-професійної програми надає змогу випускникам обіймати посади з виконавчими повноваженнями та керівні посади в усіх сферах сучасної міжнародної торгівлі і маркетингу на існуючих у світовій економіці рівнях управління.

Можливості працевлаштування

Рівні	Сфери міжнародної торгівлі		
	Товари GATT	Сервіси GATS	Права на об'єкти інтелектуальної власності TRIPS
Глобальний	+	+	+
Наднаціональний	+	+	+
Державний	+	+	+
Корпоративний	+	+	+

Конкурентними перевагами випускників програми є:

- глибоке розуміння міжнародних торговельних процесів та маркетингових технологій
- навички аналізу та розробки торговельної політики в контексті правил та інструментів Світової організації торгівлі
- здатність до міжнародної міжкультурної та маркетингової комунікації
- навички створення стратегії та застосування тактик міжнародних торговельно-економічних переговорів

Програмні результати навчання

Після закінчення програми випускники мають уміти вибирати та застосовувати доцільний науковий, методичний і аналітичний інструментарій оцінки трендів та ризиків розвитку глобальної торгової системи; застосовувати наукові підходи до формування, обґрунтування та модернізації торгової політики; регулювання експортно–імпортних потоків з урахуванням національних інтересів, обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку національної системи комерційної дипломатії; проводити дослідження, генерувати нові ідеї використання

маркетингових технологій у розвитку міжнародної торговельно-економічної діяльності; демонструвати навички самостійно приймати рішення щодо вдосконалення міжнародної маркетингової діяльності; обґрунтовувати управлінські рішення щодо налагодження ефективних маркетингових комунікацій, вибору іноземного контрагента, укладання міжнародних контрактів, врегулювання міжнародних комерційних спорів; формулювати, аналізувати та синтезувати рішення науково-практичних проблем на абстрактному рівні шляхом декомпозиції їх на складові; демонструвати навички самостійно приймати рішення, лідерські навички та вміння працювати в команді; демонструвати навички спілкування в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами; проводити дослідження, генерувати нові ідеї, здійснювати інноваційну діяльність; обґрунтовувати та управляти проектами або комплексними діями; демонструвати високу соціальну відповідальність і дотримання принципів академічної доброчесності; оцінювати результати власної роботи і нести відповідальність за особистий професійний розвиток; вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління торговельно-маркетинговою діяльністю; збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань; обґрунтовувати рішення в умовах невизначеності, що потребують застосування нових підходів та економіко-математичного моделювання та прогнозування; застосовувати сучасні інформаційні технології у соціально-економічних дослідженнях; формулювати нові гіпотези та наукові задачі в сфері економіки, вибирати належні напрями і відповідні методи для їх розв'язку, беручи до уваги наявні ресурси; обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання; оцінювати можливі ризики, соціально-економічні наслідки управлінських рішень; застосовувати наукові підходи до формування та обґрунтування ефективних стратегій в економічній діяльності; розробляти сценарії і стратегії розвитку соціально-економічних систем; демонструвати навички самостійно управляти змінами та вміння встановлювати партнерські відносини, формувати та успішно управляти роботою команди на принципах довіри, персональної відповідальності та тайм менеджменту.