

ОСНОВИ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні системи знань з організації і функціонування біржового ринку як складового елемента інфраструктури ринку, технології здійснення біржових операцій, стратегій поведінки при здійсненні та впровадженні біржових операцій.

Завдання навчальної дисципліни:

- формування у майбутніх фахівців теоретичних основ та практичних навиків з біржової діяльності та ефективного використання біржових операцій в своїй майбутній діяльності;
- формування знань із організації біржової діяльності;
- набуття практичних навичок з організації торгівлі на біржі товарами, цінними паперами, валютою;
- розуміння сутності організації взаємовідносин із брокерськими конторами;
- використання біржової інформації для організації високоефективного виробництва та збуту продукції;
- організовувати активну діяльність із максимально можливою ефективністю в усіх галузях національної економіки, пов'язаних із біржовою діяльністю;
- широко використовувати вітчизняний і зарубіжний досвід управління біржовими контрактами;
- набуття навичок щодо управління біржовими контрактами.

Предмет дисципліни – механізм організації і технології здійснення біржової діяльності товарних бірж.

2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Фахові компетентності:

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

Очікувані результати навчання:

Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

Р 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

3. Тематичний план дисципліни.

Тема 1. Предмет, методи і завдання курсу. Організаційно-економічні основи біржової діяльності.
Тема 2. Виникнення та розвиток біржової діяльності в Україні.
Тема 3. Законодавчо-правове регулювання біржової діяльності.
Тема 4. Роль і місце біржової торгівлі у формуванні аграрного ринку.
Тема 5. Біржові товари та їх види.
Тема 6. Організаційно-правові основи створення та функціонування.
Тема 7. Організація і технологія біржової торгівлі.
Тема 8. Біржові угоди та їх види.
Тема 9. Економічний механізм біржової торгівлі.

4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.

5. Викладацький склад: Поляк К. Ю., к.е.н., доцент кафедри менеджменту.

6. Основна література:

1. Бевз О. П., Скотнікова М. М. Економіка і організація біржової торгівлі: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2006..

2. Дудяк Р. П., Бугіль С. Я. Організація біржової діяльності: основи теорії і практикум : навч. посіб. Львів : Магнолія, 2009.

3. Пепа Т. В., Пішеніна Т. І., Лавринович В. В. Біржова діяльність: навч. посіб. К.:Ліра-К, 2016.

4. Раровська, В. В., Останкова Л. А., Акопов С. Е. Біржова діяльність: навч. посіб. К. : Центр учбової літ., 2009.