

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
Кафедра економічної теорії

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС»

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) рівень

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань – 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність – 051 «Економіка»

Освітня програма / спеціалізація – «Бізнес-економіка»

Статус дисципліни – обов'язкова

Рік набору – 2018, 2019

Харків – 2020

Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний бізнес» для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» спеціалізації «Бізнес-економіка» фінансово-правового факультету. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2020. 19 с.

Розробник

**Іващенко Марина Вікторівна – доцентка кафедри економічної теорії,
кандидатка економічних наук, доцентка**

Гарант освітньої програми

**Шевченко Людмила Степанівна – завідувачка кафедри економічної
теорії, докторка економічних наук, професорка**

**Затверджено на засіданні кафедри економічної теорії
(протокол № 10 від 26 червня 2019 р.)
Дата оновлення – 12 червня 2020 р.**

Завідувачка кафедри  Л. С. Шевченко

Зміст

1. Опис навчальної дисципліни.....	4
2. Очікувані результати навчання.....	5
3. Програма навчальної дисципліни.....	7
4. Обсяг і структура навчальної дисципліни.....	12
5. Теми лекційних і практичних занять.....	13
5.1. Теми лекційних занять.....	13
5.2. Теми практичних занять.....	14
6. Форми педагогічного контролю, засоби та критерії оцінювання результатів навчання	15
7. Інформаційне забезпечення навчальної дисципліни.....	17

1. Опис навчальної дисципліни

Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародний бізнес» розроблена відповідно до освітньо-професійної програми «Бізнес-економіка» підготовки бакалаврів спеціальності 051 «Економіка» галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки».

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, рівень освіти	Дидактична структура навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів - 5,0	Галузь знань – 05 «Соціальні та поведінкові науки»	Обов'язкова	Обов'язкова
Модулів – 3		Рік підготовки: 3-й	Рік підготовки: 3-й
	Спеціальність – 051 «Економіка»	семестр	семестр
Загальна кількість годин - 150		5-й	5-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4-6, самостійної роботи студента - 4-5.	Спеціалізація – «Бізнес-економіка»	Лекції	Лекції
		36 год.	4 год.
		Практичні заняття	Практичні заняття
		36 год.	6 год.
		Самостійна робота	Самостійна робота
		78 год.	140 год.
	Рівень освіти – перший (бакалаврський)	Види контролю: поточний контроль; підсумковий контроль знань (залік)	Види контролю: поточний контроль; підсумковий контроль знань (залік)

Мета навчальної дисципліни – формування системи теоретичних і прикладних знань соціально-економічної природи й закономірностей розвитку міжнародного бізнесу, стратегії й тактики суб'єктів бізнесу у міжнародному економічному середовищі.

Завдання:

- формування системи знань про найбільш важливі аспекти діяльності суб'єктів бізнесу у світовій економіці;
- оволодіння науковими підходами, практичними методами та засобами порівняння показників визначення рейтингів міжнародних компаній;
- розвиток умінь із визначення та обґрунтування наслідків експорту, імпорту, зустрічної торгівлі у міжнародному бізнесі;
- опанування інструментарію аналізу соціально-економічних процесів у сфері міжнародного бізнесу;
- формування здатності самостійно оцінювати та прогнозувати можливості розвитку міжнародного бізнесу в національній економіці України;
- усвідомлення необхідності розроблення та реалізації заходів, які

забезпечують використання фінансів як одного з дійових важелів у реалізації економічної та соціальної політики країни;

- формування soft skills, необхідних у міжнародному бізнесі та менеджменті: вміння вирішувати конфліктні ситуації, працювати в команді, виявляти креативність, високий рівень самоорганізації та особисту відповідальність.

Пререквізити: «Економічна теорія», «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Міжнародна економіка», «Економічна політика», «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка та фінанси підприємства».

Кореквізити: «Бізнес-потенціал розвитку підприємства», «Бізнес-проектний аналіз».

Постреквізити: «Стратегії підприємства», «Конкурентоспроможність бізнесу (підприємства)».

Мова навчання – українська.

2. Очікувані результати навчання

У результаті засвоєння навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен демонструвати такі результати навчання:

1.	Застосувати знання закономірностей та сучасних тенденцій розвитку міжнародного бізнесу для обґрунтування міжнародних стратегій бізнес-організацій.
2.	Розрахувати та порівняти показники рейтингів міжнародних компаній.
3.	Обґрунтувати напрями співпраці суб'єктів міжнародної підприємницької діяльності.
4.	Спрогнозувати наслідки діяльності міжнародних корпорацій для економіки приймаючих країн.
5.	Обрати критерії та визначити сукупність заходів щодо використання фінансів як одного з дійових важелів у реалізації економічної та соціальної політики країни.
6.	Проаналізувати державне регулювання та організаційно-правовий механізм міжнародної торгівлі.
7.	Надати оцінку сучасним системам мотивації персоналу зарубіжних та вітчизняних підприємств.
8.	Запропонувати заходи з адаптації менеджменту до крос-культурного середовища економічної діяльності із застосуванням сучасних технологій міжнародного консалтингу.
9.	Пояснити особливості діяльності міжнародних спільних підприємств та тенденції їх розвитку.
10.	Усвідомити відмінності вузькопрофесійних і м'яких навичок ефективних керівників міжнародного бізнесу, роль комунікативної компетентності, умінь полагоджувати конфлікти та інших soft skills в управлінні спільним підприємством.

Навчальна дисципліна забезпечує формування студентами загальних і спеціальних компетентностей та набуття результатів навчання, визначених освітньо-професійною програмою «Бізнес-економіка», а саме:

Загальних компетентностей:

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних

джерел.

ЗК9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.

ЗК11. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Спеціальних компетентностей:

СК1. Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях.

СК4. Здатність пояснювати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати.

СК5. Розуміння особливостей сучасної світової та національної економіки, їх інституційної структури, обґрунтування напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.

СК6. Здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

СК10. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.

СК16. Здатність до аналітичної діяльності, спрямованої на економічне обґрунтування сучасних бізнес-стратегій.

СК18. Розуміння специфіки ведення міжнародного бізнесу, чинників досягнення конкурентних переваг на світових ринках.

Програмних результатів навчання:

ПРН5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).

ПРН8. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

ПРН9. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.

ПРН10. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

ПРН21. Уміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

ПРН22. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами та у невизначених умовах.

ПРН25. Уміти аналізувати поведінку економічних агентів і ринків у глобальному середовищі, обирати пріоритети розвитку в умовах глобалізації бізнесу.

ПРН26. Уміти визначати бізнес-потенціал суб'єкта господарювання та

напрями його розвитку в галузевому та регіональному контекстах.

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. ПРОЦЕСИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ, ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТА ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

Тема 1. Міжнародний бізнес: становлення та розвиток

Сутність та характеристика міжнародного бізнесу. Етапи розвитку міжнародного бізнесу. Поняття і сфера міжнародного бізнесу. Мотивація міжнародного бізнесу: розширення збуту, придбання ресурсів і диверсифікація джерел постачання і збуту. Засоби досягнення цілей: операційні та функціональні.

Інтернаціоналізація, транснаціоналізація, глобалізація й інтеграція як фактори розвитку міжнародного бізнесу. Вплив НТП на зростаюче значення інформації й міжнародний бізнес транснаціональних компаній, на напрям міжнародного бізнесу.

Зростання чисельності та галузева диверсифікованість ТНК як фактори, що впливають на міжнародний бізнес. Міжнародне державне регулювання й міжнародний бізнес. Умови конкуренції на світовому ринку. Фінансова централізація, що посилюється. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного бізнесу в Україні.

Тема 2. Міжнародний бізнес та його середовище

Поняття і сфера міжнародного бізнесу. Мотивація міжнародного бізнесу: розширення збуту, придбання ресурсів і диверсифікація джерел постачання і збуту. Засоби досягнення цілей: операційні та функціональні.

Зовнішнє середовище міжнародного бізнесу. Політико-правове середовище. Тенденції розвитку конкурентного середовища. Адаптація до іноземного середовища. Класифікація рівнів економічного розвитку. Визначення торговельних партнерів. Теорія подібності країн. Відмінності країн у торговельних зв'язках. Незалежність та взаємозалежність підприємств: експортні та імпорتنі можливості.

Особливості правового, політичного, економічного середовищ бізнесу. Ключові економічні проблеми у промислово розвинених країнах і країнах, що розвиваються: економічне зростання, інфляція тощо.

Тема 3. Види міжнародного бізнесу

Основні і забезпечувальні зовнішньоекономічні операції. Купівля-продаж у зовнішній торгівлі: експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт. Зустрічна торгівля: бартер, зустрічні закупки, операції з давальницькою сировиною, викуп застарілої продукції. Ліцензійні угоди. Предмет ліцензійної угоди: патенти, ноу-хау, торгова марка, промисловий зразок. Види ліцензій: проста, виняткова, повна. Ціна ліцензії та її чинники.

Оренда в зовнішньоекономічній діяльності. Особливості міжнародного лізингу. Підрядні операції. Виробнича кооперація. Забезпечення зовнішньоекономічних операцій: страхування, кредитування, транспортне обслуговування, посередництво. Страхування вантажів і транспортних засобів, майна і відповідальності в міжнародному бізнесі. Форми і види транспортних операцій.

Тема 4. Структури в сфері міжнародного бізнесу

Суб'єкти міжнародного бізнесу. Види міжнародних компаній. Глобальні конкуренти. Глобальні виробники. Глобальні корпорації. Багатонаціональні корпорації. Транснаціональні корпорації.

Порівняльна база типологій міжнародних компаній. Типологія міжнародних компаній за М. Бруком: директивний тип, товарний тип, матричний тип, проектний тип, змішаний тип. Типологія міжнародних компаній О. Вільямсона. Його концепція життєвого циклу міжнародної організації: унітарна компанія, холдингова компанія, мультидивізійна компанія, перехідна компанія, змішана компанія. Відмінності між типологіями міжнародних компаній М. Брука й О. Вільямсона.

Тема 5. Глобалізація світового господарства як об'єктивна основа розвитку міжнародного бізнесу

Глобалізація: суть, значення, передумови, наслідки. Глобалізація ринків та виробництва. Міжнародна кооперація і спеціалізація. Базові причини глобалізації бізнесу: використання ключової компетенції компанії, придбання ресурсів, пошук нових ринків збуту, необхідність конкурувати більш ефективно.

Тема 6. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі

Місце ТНК в міжнародному бізнесі. Визначення транснаціональної корпорації. Критерії, що застосовуються для визначення ТНК. ООН щодо діяльності ТНК. Індекс транснаціоналізації та порядок його обрахунку. Причини появи міжнародних компаній. Відносини ТНК з країною перебування: переваги та недоліки.

Класифікація ТНК за ступенем інтернаціоналізації: інтернаціональні корпорації, багатонаціональні (мультинаціональні) корпорації (МНК), глобальні корпорації. Класифікація ТНК в залежності від принципів взаємовідносин материнської компанії з дочірніми підприємствами: етноцентричний тип, поліцентричний тип, регіоцентричний, геоцентричний. Порівняльна характеристика за характеристичними ознаками.

Розвиток моделі ТНК. Макропіраміда – компанія з чітко вираженим стратегічним центром. Жорстке централізоване планування й стандартизація діяльності. Зонтик – організаційно-управлінська макроструктура ТНК з диференційованим підходом до закордонних цільових ринків.

Мультиплікативність діяльності ТНК у межах міжнародної організаційно-управлінської макроструктури зі стереотипним відтворенням її в підрозділах на закордонних цільових ринках як основа зонтичної моделі.

Географічне (просторове) мультиплікування організаційно-управлінської макроструктури. Синергічний ефект мультиплікування. Основні характеристики зонтичної моделі. Скорочення числа стратегічних завдань, визначених із центру. Тенденція до автономізації господарської діяльності закордонних підрозділів. Наявність комунікативних проблем і конфліктів по осі «центр-периферія». Міжнародний конгломерат. Управління фінансовими потоками в рамках міжнародного конгломерату з метою підвищення ефективності інтеркорпоративного інвестування на основі транснаціонального базису. Інтеграційна вертикаль – високий ступінь зв'язків між центром і закордонними підрозділами. Інтеграційна горизонталь – слабкий ступінь зв'язків між різними однорівневими підрозділами.

Тема 7. Причини, моделі й мотивація інтернаціоналізації бізнесу

Причини інтернаціоналізації бізнесу. Географічне положення компанії. Географічні аспекти витрат виробництва. Географічна нерівномірність технологічного розвитку. Систематизація причин інтернаціоналізації бізнесу: ринки, технології, виробничі ресурси, конкуренція, фактор часу, швидкість реагування.

Моделі інтернаціоналізації бізнесу. Модель Йохансона (1975 р.). Моделі Білки (1977 р.), Кавугсіла (1980 р.), Зінкоти, що відображають домаркетинговий період інтернаціоналізації бізнесу. Моделі маркетингового періоду інтернаціоналізації бізнесу.

Мотивація міжнародного бізнесу. Особливості сучасного розвитку світосподарських зв'язків, що сприяють інтернаціоналізації діяльності фірми: розвиток технології; дерегулювання економічної діяльності; спеціалізація і розвиток кооперації.

Класифікація компаній за ступенем інтернаціоналізації: національна фірма, нова міжнародна фірма; досвідчена міжнародна фірма, глобальна компанія. Порівняльна характеристика етапів інтернаціоналізації. Початок процесу інтернаціоналізації компанії. Мотиви початку експортної діяльності фірми: проактивні мотиви (прибуток і зростання; амбіції й устремління менеджерів; унікальний продукт або технологія; можливості закордонних ринків; економія на масштабах виробництва; податкові й інші фінансові вигоди); реактивні мотиви (тиск конкурентів; недостатні розміри або зниження активності на внутрішньому ринку; наявність надлишкових виробничих потужностей; несподівані закордонні замовлення; збільшення обсягу продажів сезонної продукції; близькість закордонних споживачів тощо). Інформаційні потреби фірми, пов'язані з інтернаціоналізацією.

Модуль 2. КОМУНІКАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Тема 8. Маркетинговий комплекс міжнародного бізнесу

Організація і стратегії міжнародної маркетингової діяльності. Міжнародні маркетингові стратегії. Етапи розробки міжнародної маркетингової діяльності й маркетингових стратегій компаній. Стратегії географічної товарно-ринкової детермінованості. SWOT-аналіз у маркетинговій діяльності. Сильні й слабкі сторони компанії, можливості та загрози міжнародному бізнесу.

Конфронтаційні стратегії. Коопераційні стратегії. Інноваційні стратегії. Імітаційні стратегії. Глобальні маркетингові стратегії й глобальне забезпечення бізнесу. Організація міжнародного маркетингового комплексу. Маркетинг-мікс. Концепція 4P. Брендинг-маркетинг. Комуникативний міжнародний маркетинг.

Маркетингове середовище міжнародного бізнесу. Скринінг-аналіз економічного перерізу маркетингового середовища закордонних ринків.

Тема 9. Міжнародні стратегічні альянси

Сутність і види міжнародних стратегічних альянсів. Мотиви створення міжнародних стратегічних альянсів. Міжнародні альянси й глобальна конкуренція. Проектування міжнародних стратегічних альянсів у міжнародному бізнесі. Гібридна стратегія в діяльності учасників міжнародних стратегічних альянсів. Стратегія глобального розміщення джерел постачання. Етапи виробництва і збуту. Стратегія і тактика міжнародного виробництва.

Стратегія експорту. Етапи розроблення стратегії. Причини участі фірм в експортній діяльності. Експортні функції. Форми збуту продукції (прямий і непрямий продаж). Компанія з управління експортною діяльністю, торгово-експортні компанії, товарно-експедиційні агентства. Ліцензування і франчайзинг як спосіб здійснення міжнародного бізнесу. Поняття ліцензії, договір ліцензії, види ліцензій, види ліцензійних платежів, проблеми ліцензування. Поняття франчайзингу: угода про франчайзинг, переваги і недоліки.

Тема 10. Планування організаційної діяльності міжнародного бізнесу

Функції управління організацією міжнародного бізнесу, їх аналіз. Проектування організаційної роботи в сфері міжнародного бізнесу. Концепція проектування з організаційної роботи. Аналіз і параметри роботи. Моделі проектування організаційної роботи. Розширення масштабу й ротація організаційної роботи в сфері міжнародного бізнесу. Модель соціотехнічної роботи.

Тема 11. Комунікаційні процеси в сфері міжнародного бізнесу

Комунікації в управлінні міжнародним бізнесом. Комунікаційні мережі й комунікаційні стилі в управлінні. Вербальна, невербальна й інформаційна

комунікація в міжнародному бізнесі. Комунікативна компетентність та комунікативні здібності менеджерів. Прийняття рішень у сфері міжнародного бізнесу. Моделі й процес прийняття рішень.

Управління конфліктами в сфері міжнародного бізнесу. Типи і рівні конфліктів. Структурні методи управління конфліктами на міжнародному рівні. Уміння полагоджувати конфлікти, навички міжособистісної взаємодії та інші «м'які» навички ефективних керівників міжнародного бізнесу.

Модуль 2. ІНФРАСТРУКТУРА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Тема 12. Організаційні основи транспортної складової міжнародного бізнесу.

Характеристика транспортних інфраструктур. Функції транспорту. Класифікація окремих видів транспорту, їх особливості й роль у міжнародному русі товарів. Роль експедиторських компаній у вирішенні проблем транспортування. Змішані перевезення й розвиток міжнародних транспортних коридорів.

Глобальні логістичні системи та принципи їх побудови. Моделі глобальних логістичних систем. Основні елементи логістики. Роль запасів і матеріально-технічного постачання в міжнародному бізнесі. Міжнародне складське постачання в міжнародному бізнесі. Транспорт у логістиці міжнародного бізнесу. Інтегровані логістичні ланцюжки. Інформаційна складова міжнародних логістичних операцій.

Тема 13. Організація страхування міжнародного бізнесу

Сутність і види страхових послуг. Об'єкти міжнародних страхових відносин. Методи страхування міжнародного бізнесу. Страхування зовнішньоторговельних операцій. Страхування експортних кредитів. Страхування іноземних інвестицій.

Страхування екологічних ризиків. Система перестраховання в міжнародному бізнесі. Оцінка ризику й визначення доцільності його страхування. Критерії визначення ціни страхування.

Страхова індустрія як частина сфери послуг, її організаційні форми. Спеціалізація страховиків. Товариства взаємного страхування. Фінансові методи забезпечення надійності страхових компаній. Перестраховання як метод забезпечення фінансової надійності.

Тема 14. Корпоративна культура та етика міжнародного бізнесу

Характеристика основних елементів культури. Корпоративна культура. Типи культури корпорацій західних країн. Етика та соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі. Формування етики поведінки в закордонних країнах.

Роль та значення ділового спілкування у міжнародному бізнесі. Форми та особливості ділового спілкування в міжнародній підприємницькій

діяльності. Особливості ділового протоколу в міжнародному бізнесі. Організація ділових переговорів. Складові ділових переговорів. Встановлення робочих відносин з партнером. Основні етапи і тактичні прийоми переговорів. Національні особливості ділових партнерів. Прийоми переконання в діловому спілкуванні.

Ораторське мистецтво, вміння переконувати та робити презентації як сучасні вимоги міжнародних компаній до ефективних менеджерів.

Тема 15. Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі

Міжнародний бізнес і міжнародний менеджмент. Завдання міжнародного стратегічного менеджменту. Стратегічні альтернативи міжнародного бізнесу. Розробка міжнародних стратегій.

4. Обсяг і структура навчальної дисципліни

Тема навчальної дисципліни	Обсяг у годинах							
	Денна форма				Заочна форма			
	Усього	У тому числі			Усього	У тому числі		
		Л	ПЗ	СРС		Л	ПЗ	СРС
Модуль 1. Процеси глобалізації, транснаціоналізації та інтернаціоналізації бізнесу.								
1. Міжнародний бізнес: становлення та розвиток.	8	2	2	4	8			8
2. Міжнародний бізнес та його середовище.	8	2	2	4	8	2		6
3. Види міжнародного бізнесу.	8	2	2	4	8		2	6
4. Структури в сфері міжнародного бізнесу.	10	2	2	6	10			10
5. Глобалізація світового господарства як об'єктивна основа розвитку міжнародного бізнесу.	10	2	2	6	10			10
6. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі.	12	4	2	6	12			12
7. Причини, моделі й мотивація інтернаціоналізації бізнесу.	12	4	4	4	12			12
<i>Разом:</i>	<i>68</i>	<i>18</i>	<i>16</i>	<i>34</i>	<i>68</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>64</i>
Модуль 2. Комунікації в міжнародному бізнесі.								
8. Маркетинговий комплекс міжнародного бізнесу.	10	2	2	6	10	2		8
9. Міжнародні стратегічні альянси.	10	2	2	6	10			10
10. Планування організаційної діяльності міжнародного бізнесу.	10	2	2	6	10		2	8
11. Комунікаційні процеси в сфері міжнародного бізнесу.	10	2	2	6	10			10
<i>Разом</i>	<i>40</i>	<i>8</i>	<i>8</i>	<i>24</i>	<i>40</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>36</i>

Модуль 2. Інфраструктура міжнародного бізнесу.								
Тема 12. Організаційні основи транспортної складової міжнародного бізнесу.	10	2	4	4	10		2	8
Тема 13. Організація страхування міжнародного бізнесу.	10	2	2	6	10			10
Тема 14. Корпоративна культура та етика міжнародного бізнесу.	12	4	4	4	12			12
Тема 15. Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі.	10	2	2	6	10			10
<i>Разом</i>	<i>42</i>	<i>10</i>	<i>12</i>	<i>20</i>	<i>42</i>		<i>2</i>	<i>40</i>
Усього годин / кредитів ECTS	150 / 5,0	36	36	78	150 / 5,0	4	6	140

5. Теми лекційних і практичних занять

5.1. Теми лекційних занять

Тема навчальної дисципліни	Теми лекцій	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
Модуль 1. Процеси глобалізації, транснаціоналізації та інтернаціоналізації бізнесу.			
1. Міжнародний бізнес: становлення та розвиток.	1. Міжнародний бізнес: становлення та розвиток.	2	
2. Міжнародний бізнес та його середовище.	2. Міжнародний бізнес та його середовище.	2	2
3. Види міжнародного бізнесу.	3. Види міжнародного бізнесу.	2	
4. Структури в сфері міжнародного бізнесу.	4. Структури в сфері міжнародного бізнесу.	2	
5. Глобалізація світового господарства як об'єктивна основа розвитку міжнародного бізнесу.	5. Глобалізація світового господарства як об'єктивна основа розвитку міжнародного бізнесу.	2	
6. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі.	6.1. Транснаціональні корпорації: сутність та форми.	2	
	6.2. Особливості функціонування ТНК в міжнародному бізнесі.	2	
7. Причини, моделі й мотивація інтернаціоналізації бізнесу.	7.1. Причини та мотивація інтернаціоналізації бізнесу.	2	
	7.2. Моделі інтернаціоналізації міжнародних компаній.	2	
Модуль 2. Комунікації в міжнародному бізнесі.			
8. Маркетинговий комплекс міжнародного бізнесу.	8. Маркетинговий комплекс міжнародного бізнесу.	2	2
9. Міжнародні стратегічні альянси.	9. Міжнародні стратегічні альянси.	2	

10. Планування організаційної діяльності міжнародного бізнесу.	10. Планування організаційної діяльності міжнародного бізнесу.	2	
11. Комунікаційні процеси в сфері міжнародного бізнесу.	11. Комунікаційні процеси в сфері міжнародного бізнесу.	2	
Модуль 3. Інфраструктура міжнародного бізнесу.			
12. Організаційні основи транспортної складової міжнародного бізнесу.	12. Організаційні основи транспортної складової міжнародного бізнесу.	2	
13. Організація страхування міжнародного бізнесу.	13. Організація страхування міжнародного бізнесу.	2	
14. Корпоративна культура та етика міжнародного бізнесу.	14.1. Корпоративна культура та етика міжнародного бізнесу.	2	
	14.2. Ділове спілкування у міжнародному бізнесі.	2	
15. Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі.	15. Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі.	2	
<i>Усього</i>		36	4

5.2. Темі практичних занять

Тема навчальної дисципліни	Темі практичних занять	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
Модуль 1. Процеси глобалізації, транснаціоналізації та інтернаціоналізації бізнесу.			
1. Міжнародний бізнес: становлення та розвиток.	1. Міжнародний бізнес: становлення та розвиток.	2	
2. Міжнародний бізнес та його середовище.	2. Міжнародний бізнес та його середовище.	2	
3. Види міжнародного бізнесу.	3. Види міжнародного бізнесу.	2	2
4. Структури в сфері міжнародного бізнесу.	4. Структури в сфері міжнародного бізнесу.	2	
5. Глобалізація світового господарства як об'єктивна основа розвитку міжнародного бізнесу.	5. Глобалізація світового господарства як об'єктивна основа розвитку міжнародного бізнесу.	2	
6. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі.	6. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі.	2	
7. Причини, моделі й мотивація інтернаціоналізації бізнесу.	7. Причини, моделі й мотивація інтернаціоналізації бізнесу.	2	
	Колоквіум	2	
Модуль 2. Комунікації в міжнародному бізнесі.			
8. Маркетинговий комплекс міжнародного бізнесу.	8. Маркетинговий комплекс міжнародного бізнесу.	2	
9. Міжнародні стратегічні	9. Міжнародні стратегічні	2	

альянси.	альянси.		
10. Планування організаційної діяльності міжнародного бізнесу.	10. Планування організаційної діяльності міжнародного бізнесу.	2	2
11. Комунікаційні процеси в сфері міжнародного бізнесу.	11. Комунікаційні процеси в сфері міжнародного бізнесу.	2	
	Колоквіум	2	
Модуль 3. Інфраструктура міжнародного бізнесу.			
12. Організаційні основи транспортної складової міжнародного бізнесу.	12. Організаційні основи транспортної складової міжнародного бізнесу.	2	2
13. Організація страхування міжнародного бізнесу.	13. Організація страхування міжнародного бізнесу.	2	
14. Корпоративна культура та етика міжнародного бізнесу.	14.1. Корпоративна культура та етика міжнародного бізнесу.	2	
	14.2. Ділове спілкування у міжнародному бізнесі.	2	
15. Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі.	15. Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі.	2	
<i>Усього</i>		36	6

6. Форми педагогічного контролю, засоби та критерії оцінювання результатів навчання

Оцінювання результатів засвоєння навчальної дисципліни «Міжнародний бізнес» передбачає проведення поточного та підсумкового контролю і здійснюється на основі накопичувальної бально-рейтингової системи.

Поточний контроль знань студентів включає:

– контроль якості засвоєння студентами програмного матеріалу навчальної дисципліни на практичних заняттях із застосуванням таких засобів: усне, письмове або експрес-опитування, виконання тестових завдань, розв’язання практичних завдань або задач, захист кейсу, підготовка і захист реферату за ініціативи студента, peer review, контрольна робота. За результатами практичних занять із кожного з трьох модулів розраховується середньоарифметична кількість балів (максимальна оцінка – 10 балів), що включається до підсумкової оцінки знань;

– контроль якості засвоєння студентами програмного матеріалу навчальної дисципліни на колоквіумах. Проводяться два колоквіуми. Максимальна оцінка з кожного колоквіуму становить 30 балів.

Протягом семестру студенти виконують завдання для самостійної роботи (підготовка усної доповіді, презентації, есе, реферату тощо). Максимальна кількість балів за самостійну роботу – 10.

Формою *підсумкового контролю* знань студентів з дисципліни є залік, що виставляється на основі результатів поточного контролю та виконання завдань самостійної роботи. Мінімальна кількість балів, за якої студент отримує залік, становить 60 балів.

Розподіл балів між формами організації освітнього процесу і видами
контрольних заходів

Поточний контроль					Самостійна робота студентів	Разом
Практичні заняття			Колоквіуми			
Модуль № 1	Модуль № 2	Модуль № 3	Колоквіум № 1	Колоквіум № 2		
max 10	max 10	max 10	max 30	max 30	max 10	max 100

Критерії оцінювання з дисципліни «Міжнародний бізнес»

Вид контролю	Кількість балів	Критерії (за кожною з оцінок)
Поточний контроль на практичному занятті	Max 10	Відмінне засвоєння навчального матеріалу з теми, можливі окремі несуттєві недоліки.
	8	Добре засвоєння матеріалу з теми, але є окремі помилки.
	6	Задовільний рівень засвоєння матеріалу, значна кількість помилок.
	Min 0	Незадовільний рівень засвоєння матеріалу.
Колоквіум	Max 30	Відмінне засвоєння навчального матеріалу з тем, можливі окремі несуттєві недоліки.
	27	Результати опрацювання матеріалу високі, але незначна кількість несуттєвих помилок.
	24	Добре засвоєння матеріалу з тем, але є окремі помилки.
	21	Задовільний рівень засвоєння матеріалу, значна кількість помилок.
	18	Мінімальні результати, достатні для отримання позитивної оцінки.
	Min 0	Незадовільний рівень засвоєння матеріалу.
Оцінка самостійної роботи студента	Max 10	Глибоке знання проблем, пов'язаних із темою дослідження, вільне володіння матеріалом, вміння самостійно й творчо мислити, знаходити, узагальнювати, аналізувати матеріал, робити самостійні теоретичні та практичні висновки.
	9	У роботі розкрито основні положення теми, але є деякі неточності у викладанні матеріалу, теоретичні поняття недостатньо підкріплено фактичними даними.
	8	Основні положення теми розкрито, але деякі питання висвітлено неповно. Студент добре володіє матеріалом, але відсутня творчість та самостійність у дослідженні.
	7	Основні теоретичні питання висвітлено поверхнево, немає висновків або висновки не мають самостійного характеру; студент слабо володіє матеріалом.
	6	Основні положення теми висвітлено поверхнево, теоретичні положення не підкріплені фактичним матеріалом; немає висновків; студент слабо володіє матеріалом роботи.
	Min 0	Основні положення теми висвітлено поверхнево, з великою кількістю помилок; немає висновків; студент не володіє матеріалом роботи.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни «Міжнародний бізнес» виставляється в залікову книжку відповідно до такої шкали:

Оцінка за шкалою ECTS	Визначення	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за 100-бальною шкалою, що використовується в НЮУ
A	Відмінно – відмінне виконання, лише з незначною кількістю помилок	Зараховано	90 – 100
B	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками	Зараховано	80 – 89
C	Добре – у цілому правильна робота з певною кількістю незначних помилок		75 – 79
D	Задовільно – непогано, але зі значною кількістю недоліків	Зараховано	70 – 74
E	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії		60 – 69
FX	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим, як перескладати	Не зараховано	35 – 59
F	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота, обов'язковий повторний курс		0 – 34

7. Інформаційне забезпечення навчальної дисципліни

7.1. Нормативно-правові акти.

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2002. № 36. Ст. 266. Дата оновлення: 16.10.2012. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 03.05.2020).

2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № №18-22. Ст. 144. Дата оновлення: 06.01. 2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15/card6> (дата звернення: 03.05.2020).

3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. №№ 40-44. Ст. 356. Дата оновлення: 28.02. 2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 03.05.2020).

7.2. Література

Основна література

1. Ложачевська О. М., Кончин В. І., Новикова М. В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. Київ: НАУ, 2014. 400с.

2. Михайленко О. Г. Посібник до вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес». Дніпро: Видавництво «КИТ», 2017. 128 с.

3. Міжнародний бізнес: підруч. / за ред. проф. В. А. Вергуна. Київ: ВАДЕКС, 2014. 810 с.

4. Ушакова Н. Г., Величко К. Ю., Печенка О. І. Управління міжнародним бізнесом: конспект лекцій для студентів економічного спрямування, аспірантів, викладачів. Харків: Видавництво «Форт», 2016. 126 с.

5. Файчук О. М., Сидоренко С. В. Міжнародний бізнес: навч. посіб. Київ: НУБіП України, 2016. 236 с.

Додаткова література

1. Ільєнко О. В. Стратегії міжнародної економічної безпеки в умовах глобалізації (маркетинговий аспект): Монографія Київ: НАУ, 2013. 360с.

2. Міжнародні комерційні угоди та розрахунки: нормативно-правове регламентування: навч. посіб / за ред. Козака Ю. Г., Логвінової Н. С. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 648 с.

3. Міжнародні фінанси: кредитно-модульний курс: навч. посіб. / за ред.: Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, М. І. Барановська. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 288 с.

4. Одягайло Б. М. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. / за ред. проф. Кулішова В. В. Львів: Магнолія 2006, 2011. 384 с

5. Плахута Г. А. Глобалізація процесів логістики. *Маркетинг: теорія і практика*. 2010. Вип. 16. С. 169-173.

6. Поліщук О. В. Міжнародний бізнес: Вступ до спеціальності: навч. посіб. Київ: НАУ, 2013. 132 с

7. Приятельчук О. А. Вплив корпоративної культури міжнародних компаній на реформування національних культур країн їх перебування. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2013. Вип. 112(2). С. 120-128.

<http://www.ukrstat.gov.ua>(дата звернення: 12.06.2020).

4. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <http://www.me.gov.ua>(дата звернення: 12.06.2020).

5. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua>(дата звернення: 12.06.2020).

6. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень. URL: <http://www.niss.gov.ua>(дата звернення: 12.06.2020).

7.4. СЕНМК.

Стандартизований електронний навчально-методичний комплекс кафедри економічної теорії. URL: http://library.nlu.edu.ua/index.php?option=com_k2&view=itemlist&task=category&id=149:kafedra-ekonomichnoi-teorii&Itemid=151.

7.5. Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни

Передплачено доступ до Інформаційно-правових систем ЛІГА:ЗАКОН (Система ГРАНД та Система аналізу судових рішень VERDICTUM).

Доступ можливий у залі правової інформації Навчально-бібліотечного комплексу (вул. Пушкінська 84-А, 3 поверх).