

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА МЕТАЛУРГІЙНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ**



**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес та конкуренція»
для студентів спеціальності 051 – «Економіка»,
що навчаються за освітньо-професійною програмою
«Міжнародна економіка»
(магістерський рівень)**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА МЕТАЛУРГІЙНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ**

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

**до вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес та конкуренція»
для студентів спеціальності 051 – «Економіка»,
що навчаються за освітньо-професійною програмою
«Міжнародна економіка»
(магістерський рівень)**

Дніпро НМетАУ 2019

УДК 339.9

Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес та конкуренція» для студентів спеціальності 051 – «Економіка», що навчаються за освітньо-професійною програмою «Міжнародна економіка» (магістерський рівень) / Укл.: Ткаченко Н.І.– Дніпро: НМетАУ, 2019. – 69 с.

Містять програму навчальної дисципліни, плани практичних занять, контрольні та дискусійні питання, питання підсумкового контролю знань, тематику контрольних (індивідуальних) робіт, методичні вказівки до виконання контрольних (індивідуальних) робіт, приклади тестових завдань з дисципліни «Міжнародний бізнес та конкуренція».

Призначені для студентів спеціальності 051 – «Економіка», що навчаються за освітньо-професійною програмою «Міжнародна економіка» (магістерський рівень).

Друкується за авторською редакцією.

Укладач Н.І. Ткаченко, канд. екон. наук, доц.

Відповідальний за випуск В.М. Тарасевич, д-р екон. наук, проф.

Рецензент К.Ф. Ковальчук, д-р екон. наук, проф. (НМетАУ)

Підписано до друку 15.09.2019. Формат 60x84 1/16. Папір друк. Друк плоский.
Облік.-вид. арк. _____. Умов. друк. арк. _____. Замовлення № _____.

Національна металургійна академія України
49600, м. Дніпро-5, пр. Гагаріна, 4

Редакційно-видавничий відділ НМетАУ

ЗМІСТ

	стр.
1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ».....	4
2. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ»	17
3. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ З ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ».....	44
4. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО (ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО) КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ».....	45
5. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНИХ (ІНДИВІДУАЛЬНИХ) РОБІТ З ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ»	47
6. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНИХ (ІНДИВІДУАЛЬНИХ) РОБІТ З ДИСЦИПЛІНИ “МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ”.....	51
7. ПРИКЛАДИ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ “МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ”.....	62

1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ»

Напрям: 051 Економіка (ЕК02)
ОПП «Міжнародна економіка»

Розподіл навчальних годин (Денна форма навчання)

	Усього	Чверті
		4
Усього годин за навчальним планом, у тому числі:	120	120
Аудиторні заняття, з них:	32	32
Лекції	16	16
Лабораторні роботи		
Практичні заняття	16	16
Семінарські заняття		
Самостійна робота, у тому числі при:	88	88
підготовці до аудиторних занять	16	16
підготовці до модульних контрольних робіт (екзамену)	12	12
виконанні індивідуальних завдань		
опрацюванні розділів програми, які не викладаються на лекціях	60	60
Заходи семестрового контролю	підсумкова оцінка, семестрова (екзамен)	

Характеристика дисципліни

Навчальна дисципліна «Міжнародний бізнес та конкуренція» відноситься до дисциплін вільного вибору студентів і входить до циклу дисциплін професійної (фахової) підготовки магістрантів, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Міжнародна економіка» зі спеціальності 051 «Економіка».

Мета вивчення дисципліни – забезпечення компетентнісно-орієнтованої підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері міжнародної економіки, формування у студентів знань та вмінь щодо функціонування суб'єктів міжнародного бізнесу в конкурентному середовищі для фундаментальної освіти та практичної діяльності за фахом.

Дисципліна забезпечує набуття та розвиток наступних компетенцій:

ЗК3. Здатність проявляти лідерські навички, мотивувати людей, працювати у команді.

ЗК7. Здатність свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань і принципів академічної доброчесності.

ЗК9. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ФК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

ФК11. Здатність демонструвати розуміння та обізнаність на рівні новітніх досягнень економічної науки щодо засад, закономірностей й особливостей розвитку сучасної міжнародної економіки.

У результаті вивчення дисципліни студент одержує наступні **програмні результати:**

- демонструвати навички самостійно приймати рішення, лідерські навички та вміння працювати в команді (ПРН2);
- демонструвати високу соціальну відповідальність і дотримання принципів академічної доброчесності (ПРН6);
- знати сучасні організаційні форми та засади функціонування бізнес-структур у міжнародному конкурентному середовищі, демонструвати обізнаність щодо етики міжнародного бізнесу та конкурентної поведінки суб'єктів господарювання в умовах різних ринкових структур (ПРН24).

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати:**

- сутність управління міжнародним бізнесом;

- особливості міжнародного середовища бізнесу;
- організаційно-правові форми міжнародного бізнесу;
- стратегію діяльності міжнародних фірм при різних типах ринкової конкуренції;

- управління персоналом у міжнародних фірмах;

вміти:

- визначити основні напрямки розвитку глобалізації економіки і управління міжнародним бізнесом;

- аналізувати міжнародне середовище бізнесу на сучасному етапі розвитку міжнародної економіки;

- проводити аналіз організаційно-правових форм міжнародного бізнесу;

- розробити бізнес-стратегію українського підприємства, як учасника міжнародного бізнесу;

- оцінювати можливості здійснення міжнародних операцій з точки зору її змісту, правового регулювання, економічної доцільності та комерційної ефективності.

Форми контролю знань: екзамен.

Критерії успішності – отримання позитивних оцінок за всіма формами контролю за 12-бальною шкалою оцінювання навчальних досягнень студентів та шкалою ECTS.

Засоби діагностики успішності навчання – комплект екзаменаційних білетів.

Набуті знання та вміння сприятимуть самореалізації майбутніх фахівців за спеціальністю навчання.

Структура дисципліни

Модуль	Тема лекції (заняття) та обсяг, годин	Шифр змістового модуля	Захід модульного контролю
1	Предметний простір міжнародного бізнесу та конкуренції		
	<u>Лекції</u>		
	Тема 1. Вступ до курсу “Міжнародний бізнес та конкуренція”.	2	
	Тема 2. Інформаційне забезпечення та конкурентне середовище в міжнародному бізнесі.	2	
	<u>Практичні заняття</u>		
	Тема 1. Вступ до курсу “Міжнародний бізнес та конкуренція”.	2	
	Тема 2. Інформаційне забезпечення та конкурентне середовище в міжнародному бізнесі.	2	
	<u>Самостійна робота</u>		
	<i>Опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях</i>		
	1. Особливості аналізу зовнішнього середовища в умовах України [основна – 6, с. 33-37].	15	
2. Самостійне написання тез доповіді на Всеукраїнську студентську науково-практичну конференцію (державною або іноземною мовами)			
Підготовка до аудиторних занять	4		
Підготовка та складання екзамену	3		
Усього:	30		
2	Конкурентні переваги та конкурентні стратегії в міжнародному бізнесі		

	<p><u>Лекції</u></p> <p>Тема 3. Методи та прийоми дослідження конкурентних переваг та стратегій підприємств-виробників. 2</p> <p>Тема 4. Сучасні форми міжнародної логістики в міжнародному бізнесі та в діяльності ТНК. 2</p> <p><u>Практичні заняття</u></p> <p>Тема 3. Методи та прийоми дослідження конкурентних переваг та стратегій підприємств-виробників. 2</p> <p>Тема 4. Сучасні форми міжнародної логістики в міжнародному бізнесі та в діяльності ТНК. 2</p> <p><u>Самостійна робота</u></p> <p><i>Опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях</i></p> <p>1. Структура світового вантажообігу [основна – 3, с. 87-89; додаткова – 6, с. 112-116]. 15</p> <p>Підготовка до аудиторних занять 4</p> <p>Підготовка та складання екзамену 3</p> <p style="text-align: right;">Усього: 30</p>		
3	<p>Стратегії та сценарії комунікації в міжнародному бізнесі</p> <p><u>Лекції</u></p> <p>Тема 5. Комунікація та її роль у міжнародному бізнесі. 2</p> <p>Тема 6. Організація підвищення кваліфікації та управління персоналом у міжнародному бізнесі. 2</p> <p><u>Практичні заняття</u></p>		

	<p>Тема 5. Комунікація та її роль у міжнародному бізнесі. 2</p> <p>Тема 6. Організація підвищення кваліфікації та управління персоналом у міжнародному бізнесі. 2</p> <p><u>Самостійна робота</u></p> <p><i>Опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях</i></p> <p>1. Особливості формування особистого бренду та ділового іміджу на робочому місці [основна – 4, с. 72-93; додаткова – 7, с. 36-41]. 15</p> <p>Підготовка до аудиторних занять 4</p> <p>Підготовка та складання екзамену 3</p> <p style="text-align: right;">Усього: 30</p>		
4	Імеджелогія та брендинг в міжнародному бізнесі		
	<p><u>Лекції</u></p> <p>Тема 7. Типи, комплексний код та функції іміджу в міжнародному бізнесі. 2</p> <p>Тема 8. Брендинг в міжнародному бізнесі. 2</p> <p><u>Практичні заняття</u></p> <p>Тема 7. Типи, комплексний код та функції іміджу в міжнародному бізнесі. 2</p> <p>Тема 8. Брендинг в міжнародному бізнесі. 2</p> <p><u>Самостійна робота</u></p> <p><i>Опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях</i></p>		

1. Євроінтеграційний вибір України та перспективи міжнародного бізнесу українських компаній на території ЄС [основна – 7, с. 22-26; додаткова – 6, с. 138-143].	15		
Підготовка до аудиторних занять	4		
Підготовка та складання екзамену	3		
Усього:	30		

Зміст дисципліни

Лекційний курс

№№ з/п	Назва теми та її зміст	Тривалість (годин)
1.	<p>Тема 1. Вступ до курсу “Міжнародний бізнес та конкуренція”.</p> <p>Поняття та сутність міжнародного бізнесу в глобальній економіці. Види міжнародного бізнесу та основні типи конкуренції. Зовнішнє середовище міжнародного бізнесу та конкуренція. Взаємодія у міжнародному економічному середовищі за невизначеності умов та вимог. Методологія та методи дослідження міжнародного бізнесу та конкуренції. Місце металургійної галузі в міжнародному бізнесі.</p>	2
2.	<p>Тема 2. Інформаційне забезпечення та конкурентне середовище в міжнародному бізнесі.</p> <p>Механізм збору комерційної інформації про ринки, ціни, товари та клієнтів. Міста зберігання і розповсюдження інформації. Джерела зберігання і розповсюдження інформації. Організації України та зарубіжні організації, які можуть надати необхідну інформацію суб’єктам господарської діяльності. Класифікація джерел інформації. Класифікація фірмових довідників. Конкуренція: її сутність, види та значення. Особливості поведінки підприємств на ринках. Особливості</p>	2

	досконалої та недосконалої конкуренції. Промисловий шпіднаж на ринках з різними видами конкуренції.	
3.	<p>Тема 3. Методи та прийоми дослідження конкурентних переваг та стратегій підприємств-виробників.</p> <p>Сутність та співвідношення понять «ринкові чинники успіху», «ключові компетенції», «конкурентні переваги». Властивості конкурентних переваг. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг. Види та джерела формування конкурентних переваг в міжнародному бізнесі. Особливості формування конкурентних переваг на ринках металургійної продукції.</p>	2
4.	<p>Тема 4. Сучасні форми міжнародної логістики в міжнародному бізнесі та в діяльності ТНК.</p> <p>Сутність та тенденції міжнародної логістики. Структура світового вантажообігу. Інкотермс (International Commercial Terms). Митні операції. Митні платежі. Митний контроль. Міжнародні стандарти пакування та маркування вантажів. Сутність та основні показники діяльності ТНК. Система конкурентних стратегій підприємства. Стратегії надбання конкурентної переваги (загальні стратегії конкуренції). Стратегії конкурентної поведінки підприємства. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності як комплексна стратегія. Логістичні ланцюги поставок на ринках металургійної продукції.</p>	2
5.	<p>Тема 5. Комунікація та її роль у міжнародному бізнесі.</p> <p>Роль комунікацій у сучасному суспільстві. Основні поняття комунікаційної взаємодії у міжнародному бізнесі. Загальні характеристики комунікації. Зовнішньополітичний образ України та завдання міжнародних комунікацій. Основні проблеми та завдання моделювання комунікаційної взаємодії на підприємстві. Типи моделей комунікації. Ділова етика. Комунікаційна стратегія. Комунікаційний сценарій. Застосування інструменту «матриця інтересу-впливу» для фокусування комунікаційної взаємодії у міжнародному бізнесі.</p>	2

6.	<p>Тема 6. Організація підвищення кваліфікації та управління персоналом у міжнародному бізнесі.</p> <p>Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення кваліфікації на підприємствах. Особиста конкурентоспроможність фахівця. Концепція розробки та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства та співробітників. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності. Програми підвищення конкурентоспроможності металургійної галузі. Державна програма розвитку та реформування гірничо-металургійного комплексу: наслідки та перспективи. Стимулювання праці найманих працівників у бізнесі. Управлінські рішення у вирішенні проблеми підвищення кваліфікації персоналу. Ризики підвищення кваліфікації робітників та методи нівелювання ризиків. Етика ділового спілкування та основи тайм-менеджменту.</p>	2
7.	<p>Тема 7. Типи, комплексний код та функції іміджу в міжнародному бізнесі.</p> <p>Типи іміджу. Комплексний код іміджу. Функції іміджу. Складові іміджу.</p> <p>Внутрішній та зовнішній іміджі в міжнародному бізнесі: особливості формування та функціонування. Основні обмеження та ризики сценаріїв іміджеформування у міжнародному бізнесі.</p>	2
8.	<p>Тема 8. Брендинг в міжнародному бізнесі.</p> <p>Торгова марка. Товарний знак. Бренд. Класифікація та ієрархія брендів в міжнародному бізнесі. Товарний та корпоративний бренди. Економічна, соціальна, емоційна, культурно-психологічна складові бренду. Особистісний професійний бренд: етапи формування та підтримання. Конкурентоспроможність та прибутковість бренду на міжнародній арені.</p>	2

Практичні заняття

№№ з/п	Тема заняття та її зміст	Тривалість (годин)
1	Тема 1. Вступ до курсу “Міжнародний бізнес та конкуренція”	2
2	Тема 2. Інформаційне забезпечення та конкурентне середовище в міжнародному бізнесі	2
3	Тема 3. Методи та прийоми дослідження конкурентних переваг підприємств-виробників	2
4	Тема 4. Сучасні форми міжнародної логістики в міжнародному бізнесі та в діяльності ТНК	2
5	Тема 5. Комунікація та її роль у міжнародному бізнесі	2
6	Тема 6. Організація підвищення кваліфікації та управління персоналом у міжнародному бізнесі	2
7	Тема 7. Типи, комплексний код та функції іміджу в міжнародному бізнесі	2
8	Тема 8. Брендинг в міжнародному бізнесі.	2

Опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях

№№ з/п	Назва теми та її зміст	Тривалість (годин)
1	Особливості аналізу зовнішнього середовища в умовах України [основна – 6, с. 33-37].	15
2	Структура світового вантажообігу [основна – 3, с. 87-89; додаткова – 6, с. 112-116].	15
3	Особливості формування особистого бренду та ділового іміджу на робочому місці [основна – 4, с. 72-93; додаткова – 7, с. 36-41].	15
4	Євроінтеграційний вибір України та перспективи міжнародного бізнесу українських компаній на території ЄС [основна – 7, с. 22-26; додаткова – 6, с. 138-143].	15

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Євроінтеграційний вимір національної економіки України: монографія / Ред. В.М. Тарасевич. – Дніпро : ПБП «Економіка», 2019. – 170 с.
2. Міжнародний бізнес : Підручник. / за ред. проф. В.А. Вергуна. – К.: ВАДЕКС, 2014. – 810 с.
3. Міжнародний бізнес та біржові ринки : конспект лекцій / укладачі: Л. Ю. Сагер, Л. О. Сигида. – Суми : Сумський державний університет, 2017. – 110 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://lib.sumdu.edu.ua/library/docs/rio/2017/Saher_mizhnarodnyi.pdf
4. Міжнародний бізнес : навчальний посібник / О. М. Файчук, С. В. Сидоренко. – К. : НУБіП України, 2016. – 236 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://91.219.144.9/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=2&I21DBN=BOOKS&P21DBN=BOOKS&Z21ID=&Image_file_name=Faychuk_Mijnarodnuy_biznes.pdf&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1
5. Сучасна міжнародна економіка : підруч. [Білоцерківець В. В., Завгородня О. О., Золотарьова О. В. та ін.]; за ред. В.М. Тарасевича. – Дніпро : ПБП «Економіка», 2019. – 386 с.
6. Міжнародний менеджмент: Навчальний посібник / В.В. Рокоча, Б.М. Одягайло, В.І. Терехов – К. : ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2016. – 172 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://library.krok.edu.ua/media/library/category/navchalni-posibniki/rokocha_0002.pdf
7. Шпиґа П.С. Міжнародні комунікації: Конспект лекцій. – К.: Київський міжнародний університет, 2004. – 94 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://academy.gov.ua/infpol/pages/dop/2/files/53dfa6b2-8428-4688-9bba-7c38b11fa419.pdf>

Додаткова

1. Бабій І. В. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств: теорія, методи, практика: монографія / І. В. Бабій. – Хмельницький : ХНУ, 2018. – 578 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://is.gd/4VUaRT>
2. Завгородня О.О., Лебедева В.К., Летуча О.О. Державне регулювання економіки: навчальний посібник. – Дніпро: НМетАУ, 2016. – 268 с.

3. Економіка зарубіжних країн: Навч. посібн. Видання 4-е, перероб. та доп. [за ред. Ю. Е. Козак, В.В. Ковалевського]. - Київ : «Центр учбової літератури», 2013. - 292 с.
4. Інноваційно-інформаційна економіка : зміст, динаміка, регулювання : монографія / Тарасевич В. М., Білоцерківець В. В., Завгородня О. О., Лебедева В. К. та ін.; за ред. В. М. Тарасевича. – Дніпро : ПМП «Економіка», 2018. - 356 с.
5. Міжнародна економіка: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / [Козак Ю.Г., Лук'яненко Д.Г., Макогон Ю.В. та ін.]: За ред. Ю.Г. Козака, Д.Г. Лук'яненка, Ю.В. Макогона [3-тє вид.] – К.: Центр учбової літератури, 2018. – 256 с.
6. Теорії міжнародного бізнесу : підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / О. Рогач. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2018. – 687 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/download/3738/3409
7. Управління міжнародним бізнесом: конспект лекцій для студентів економічного спрямування, аспірантів, викладачів./Н.Г. Ушакова, К.Ю.Величко, О.І.Печенка. – Харків: Видавництво «Форт», 2016. – 126 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://is.gd/H71jZC>
8. Тестування та оцінювання комерційних перспектив товарних інновацій : монографія / за заг. ред. Є. І. Нагорного. – Суми : Триторія, 2019. — 356 с.
9. Ткаченко Н.И. Природная рента: международный опыт и украинские реалии изъятия, распределения и перераспределения/ И.Д. Ткаченко, Н.И. Ткаченко // Проблемы економіки та політичної економії. – 2018. - № 1. – С. 139-152. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: / <http://politeco.nmetau.edu.ua/journals>

Інтернет-ресурси

1. Офіційний Інтернет-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua>
2. Офіційний Інтернет-сайт Державного комітету статистики України[Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukrstat.gov.ua
3. Офіційний Інтернет-сайт Комітету міністрів України[Електронний ресурс]. – Режим доступу: kmu.gov.ua
4. Офіційний Інтернет-сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: nbu.gov.ua

5. Global Competitiveness Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wef.forum.org>.
6. The World Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org>.
7. The World Economy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://theworldeconomy.org>.
8. www.nbuv.gov.ua - офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

2. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ»

ПЛАН практичного заняття з теми 1: «Вступ до курсу “Міжнародний бізнес та конкуренція”»

Мета заняття: опанування та розвиток наступних програмних компетенцій:

Загальні компетенції:

ЗК7. Здатність свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань і принципів академічної доброчесності.

ЗК9. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетенції:

ФК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

ФК11. Здатність демонструвати розуміння та обізнаність на рівні новітніх досягнень економічної науки щодо засад, закономірностей й особливостей розвитку сучасної міжнародної економіки.

За результатами заняття студент має одержати **результати:**

- демонструвати навички самостійно приймати рішення, лідерські навички та вміння працювати в команді (ПРН2);
- демонструвати високу соціальну відповідальність і дотримання принципів академічної доброчесності (ПРН6);
- знати сучасні організаційні форми та засади функціонування бізнес-структур у міжнародному конкурентному середовищі, демонструвати обізнаність щодо етики міжнародного бізнесу та конкурентної поведінки суб'єктів господарювання в умовах різних ринкових структур (ПРН24).

Знати:

- поняття, сутність та види міжнародного бізнесу;
- зовнішнє середовище міжнародного бізнесу та конкуренція;
- методологію та методи дослідження міжнародного бізнесу та конкуренції;
- форми міжнародної підприємницької діяльності.

Вміти:

- вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для пошуку інформації про суб'єктів міжнародного бізнесу в мережі Інтернет;

- застосовувати методики ранжування критеріальних показників діяльності економічних суб'єктів у міжнародному бізнесі.

Необхідні приналежності: мультимедійне обладнання, ноутбук із програмним забезпеченням Microsoft Office та підключення до мережі інтернет.

План заняття

1. Обговорення програмного лекційного матеріалу за темою:

1.1. Поняття та сутність міжнародного бізнесу в глобальній економіці.

1.2. Види міжнародного бізнесу та основні типи конкуренції.

1.3. Зовнішнє середовище міжнародного бізнесу та конкуренція.

1.4. Взаємодія у міжнародному економічному середовищі за невизначеності умов та вимог.

1.5. Методологія та методи дослідження міжнародного бізнесу та конкуренції.

1.6. Місце металургійної галузі в міжнародному бізнесі.

2. Практичні завдання:

2.1. Знайти інформацію та скласти аналітичну довідку по виробникам продукції, які ми можемо бачити та купувати в Україні. Країни-виробники: США, будь-яка країна ЄС, Японія.

Наприклад,

автовиробники США –

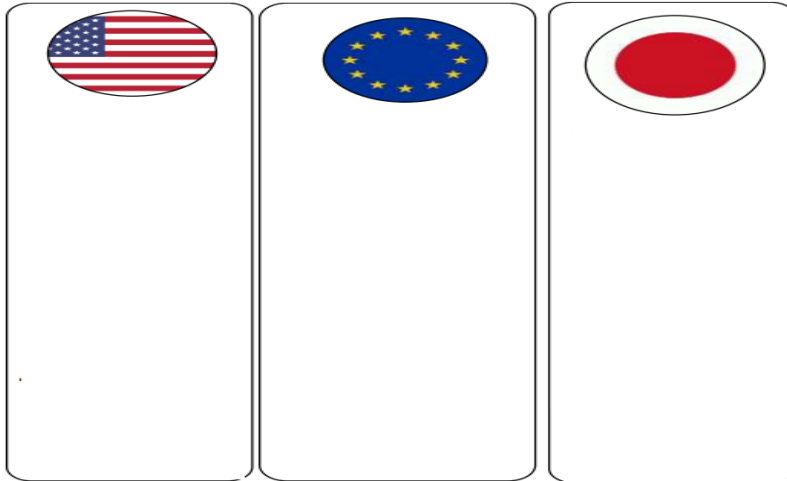
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA_%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D1%96%D0%B2_%D0%A1%D0%A8%D0%90

автовиробники ЄС (Польща) –

https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B1%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D1%83_%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%89%D1%96

автовиробники Японії –

https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B1%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D1%83_%D0%AF%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D1%96%D1%97



2.2. Чи є офіційні представництва цих імпортерів в м. Дніпро? Скільки є офіційних представництв на території України?

Додаткова рекомендована література та Інтернет-ресурси:

1. Бондаренко М. О. Комерційна таємниця в Україні та відповідальність за її порушення / М. О. Бондаренко, Г. М. Бондаренко // Міжнародний юридичний вісник: збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. - 2015. - Вип. 1. - С. 14-18. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/muvnudp_2015_1_4

2. Григорова З. В. Конкурентне середовище: складові та вплив на діяльність підприємства [Електронний ресурс] / З. В. Григорова, Ю. О. Мудрієвська // Технологія і техніка друкарства. - 2010. - Вип. 2. - С. 126-130. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Titd_2010_2_21

3. Мелушова І. Ю. Конкурентне середовище підприємств: сутність та види [Електронний ресурс] / І. Ю. Мелушова, О. В. Прокопова, К. О. Твердохліб // Бізнес Інформ. - 2016. - № 11. - С. 379-385. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_11_64

4. Михальчук Л. В. Конкурентне середовище підприємства у сучасних умовах [Електронний ресурс] / Л. В. Михальчук, І. В. Батуріна // Вісник

Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2014. - № 3. - С. 152-156. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2014_3_24

5. Червиць І. Конку rentне середовище в економіці України: еволюція, чинники та сучасні тенденції / І. Червиць // Ринок цінних паперів України. - 2012. - № 12. - С. 27-33. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/rcpu_2012_12_6

6. Україна різко наростила імпор т товарів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/news/2020/07/14/662914/>

7. Частка імпорту агропродукції з ЄС до України вперше перевищила 50%. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2880433-castka-importu-agroprodukcii-z-es-do-ukraini-vperse-perevisila-50-ekspert.html>

8. Названы главные страны-поставщики агропродукции на украинский рынок. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://delo.ua/business/nazvany-glavnye-strany-postavschiki-agroprodukcii-356286/>

ПЛАН практичного заняття з теми 2:

«Інформаційне забезпечення та конкурентне середовище в міжнародному бізнесі»

Мета заняття: опанування та розвиток наступних програмних компетенцій:

Загальні компетенції:

ЗК3. Здатність проявляти лідерські навички, мотивувати людей, працювати у команді.

ЗК9. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетенції:

ФК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

За результатами заняття студент має одержати **результати:**

- демонструвати навички самостійно приймати рішення, лідерські навички та уміння працювати в команді (ПРН2);
- демонструвати високу соціальну відповідальність і дотримання принципів академічної доброчесності (ПРН6);

- знати сучасні організаційні форми та засади функціонування бізнес-структур у міжнародному конкурентному середовищі, демонструвати обізнаність щодо етики міжнародного бізнесу та конкурентної поведінки суб'єктів господарювання в умовах різних ринкових структур (ПРН24).

Знати:

- механізм збору комерційної інформації про ринки, ціни, товари та клієнтів;
- місця та джерела зберігання та розповсюдження інформації;
- методи промислового шпіонажу на ринках з різними видами конкуренції.

Вміти:

- вибирати та використовувати необхідний інструментарій для пошуку та збору комерційної інформації про суб'єктів міжнародного бізнесу та їх продукцію в мережі Інтернет;
- застосовувати методики класифікації джерел інформації та фірмових довідників.

Необхідні приналежності: мультимедійне обладнання, ноутбук із програмним забезпеченням Microsoft Office PowerPoint та підключення до мережі інтернет.

План заняття

1. Обговорення програмного лекційного матеріалу за темою:

- 2.1. Механізм збору комерційної інформації про ринки, ціни, товари та клієнтів.
- 2.2. Місця та джерела зберігання та розповсюдження інформації.
- 2.3. Організації України та зарубіжні організації, які можуть надати необхідну інформацію суб'єктам господарської діяльності.
- 2.4. Класифікація джерел інформації. Класифікація фірмових довідників.
- 2.5. Конкуренція: сутність, види та значення. Особливості поведінки підприємств на ринках.
- 2.6. Особливості досконалої та недосконалої конкуренції.
- 2.7. Промисловий шпіонаж на ринках з різними видами конкуренції.

2. Практичні завдання:

Завдання № 1 Визначте місце збору комерційної інформації про готову продукцію на ринку: А) агломерату; Б) феросиліцію; В) сортового прокату; Г) твердого сиру; Д) парфумів; Є) кави.

Завдання № 2 Використовуючи мережу інтернет, проаналізуйте зміну цін на банани та авокадо на міжнародних ринках та в Україні.

Завдання № 3 Визначте найбільш привабливі місця збору інформації про клієнтів, які споживають: шампунь, шампанське, зубну пасту, дезодоранти, рідину для миття скла та посуду.

Додаткова рекомендована література та Інтернет-ресурси:

1. Закон України "Про інформацію" (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 48, ст.650). [Електронний ресурс]. – Режим доступу :: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

2. Закон України «Про доступ до публічної інформації» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 32, ст. 314). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>

3. Мелушова І. Ю. Конкурентне середовище підприємств: сутність та види [Електронний ресурс] / І. Ю. Мелушова, О. В. Прокопова, К. О. Твердохліб // Бізнес Інформ. - 2016. - № 11. - С. 379-385. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_11_64

4. Михальчук Л. В. Конкурентне середовище підприємства у сучасних умовах [Електронний ресурс] / Л. В. Михальчук, І. В. Батуріна // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2014. - № 3. - С. 152-156. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2014_3_24

ПЛАН практичного заняття з теми 3:

«Методи та прийоми дослідження конкурентних переваг підприємств-виробників»

Мета заняття: опанування та розвиток наступних програмних компетенцій:

Загальні компетенції:

ЗК3. Здатність проявляти лідерські навички, мотивувати людей, працювати у команді.

ЗК7. Здатність свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань і принципів академічної доброчесності.

ЗК9. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетенції:

ФК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

ФК11. Здатність демонструвати розуміння та обізнаність на рівні новітніх досягнень економічної науки щодо засад, закономірностей й особливостей розвитку сучасної міжнародної економіки.

За результатами заняття студент має одержати **результати:**

- демонструвати навички самостійно приймати рішення, лідерські навички та вміння працювати в команді (ПРН2);
- демонструвати високу соціальну відповідальність і дотримання принципів академічної доброчесності (ПРН6);
- знати сучасні організаційні форми та засади функціонування бізнес-структур у міжнародному конкурентному середовищі, демонструвати обізнаність щодо етики міжнародного бізнесу та конкурентної поведінки суб'єктів господарювання в умовах різних ринкових структур (ПРН24).

Знати:

- поняття, сутність та види конкурентних переваг та джерела їх формування;
- механізми реалізації конкурентних переваг;
- особливості формування конкурентних переваг.

Вміти:

- вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для пошуку інформації про суб'єктів міжнародного бізнесу в мережі Інтернет;
- застосовувати методики ранжування критеріальних показників діяльності економічних суб'єктів у міжнародному бізнесі.

Необхідні приналежності: мультимедійне обладнання, ноутбук із програмним забезпеченням Microsoft Office PowerPoint та підключення до мережі інтернет.

План заняття

1. Обговорення програмного лекційного матеріалу за темою:

3.1. Сутність та співвідношення понять «ринкові чинники успіху», «ключові компетенції», «конкурентні переваги».

3.2. Властивості конкурентних переваг.

3.3. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг.

3.4. Види та джерела формування конкурентних переваг в міжнародному бізнесі.

3.5. Особливості формування конкурентних переваг на ринках металургійної продукції.

2. Практичні завдання. Ділова гра.

Цілі гри:

1. Засвоїти поняття «конкурентні переваги», «ринкові чинники успіху», «конкуренти», «обмеження».

2. Розглянути механізм прийняття рішень про випуск продукції та механізм встановлення ціни при заданих бюджетних обмеженнях та вже наявних конкурентах.

3. Отримати елементарні навички виявлення факторів, які впливають на рівень безбитковості та методи формування конкурентних переваг власного підприємства.

Основні поняття:

- Сукупні витрати: $TC = TFC + TVC$
- Виручка: $TR = P * Q$
- Прибуток: $P_f = TR - TC$
- Точка безбитковості: $TR = TC$
- Зона збитків: $P_f < 0$
- Зона прибутків: $P_f > 0$

Теорія:

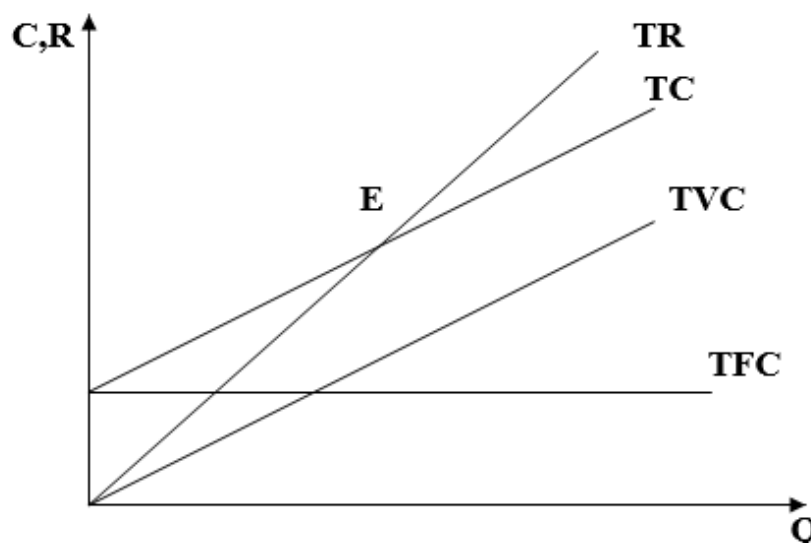


Рис. 1. Точка безбитковості.

Витрати виробництва розділяються за видами на постійні (TFC) та змінні (TVC). В основі цієї класифікації знаходиться залежність витрат від об'єму випуску продукції. Сукупні витрати (TC) графічно повинні бути паралельними до змінних витрат, оскільки є сумою постійних та змінних витрат.

$$TC = TFC + TVC; \quad /1/$$

$$TC \parallel TVC. \quad /2/$$

Розрахунок виручки від реалізації продукції проводиться на основі вивчення ринкового попиту на продукцію та розраховується за формулою:

$$TR = P * Q, \quad /3/$$

де P – ринкова ціна за одиницю продукції;

Q – обсяг продукції.

Перетин лінії виручки від реалізації продукції (TR) із графіком сукупних витрат (TC) показує “точку беззбитковості” (E) для якої виконується умова:

$$TR = TC. \quad /4/$$

Зона, яка знаходиться правіше та вище за точку беззбитковості – є “зоною прибутку”, а зона яка знаходиться нижче та лівіше – є “зоною збитків”.

Правила ділової гри:

1. Кожен студент виступає в ролі власника обмеженого фінансового ресурсу та має необхідність вкладати вільні кошти в організацію нового виробництва.

2. Викладач виступає в ролі бізнес-консультанта, який потребує заробітної плати (постійної або за кожну надану консультацію). Кількість консультацій не обмежена.

3. Кожен студент має право організувати виробництво лише одного блага.

4. Перемогу в грі отримає той, хто:

- зможе оптимізувати витрати та отримати мінімальний показник беззбитковості;
- обґрунтує доцільність своєї діяльності на ринку (в конкретному регіоні).

5. Програє той, хто не зможе провести розподіл можливих витрат на постійні та змінні, провести розрахунки витрат та виручки від реалізації, знайти точку беззбитковості, або перевищить ліміт фінансів.

Підготовка до гри:

1. Встановити ліміт можливих залучених фінансових ресурсів для організації виробництва.

2. Навести вартість консультації та попередити студентів, що вартість отриманих консультацій повинна бути врахована до витрат виробництва.
3. Підготувати наступну форму для проведення аналізу витрат та виручки:

Таблиця 1

Розрахунок витрат виробництва _____ та виручки від реалізації продукції

Q	1	2	3	4	5	...	25	...	100...
TFC									
TVC									
TC									
TR									

Порядок проведення:

1. Повторити основні поняття, необхідні для проведення гри.
2. Пояснити студентам порядок та правила проведення гри, систему оцінювання.
3. Запропонувати студентам обрати виробництво блага, розрахованого на будь-який ринковий сегмент та обґрунтувати його актуальність та доцільність в конкретному регіоні.
4. Провести розгрупування можливих витрат на постійні та змінні, охарактеризувати їх кількісні характеристики.
5. Розраховувати суму постійних, змінних, загальних витрат одиниці продукції та всього обсягу.
6. В залежності від обраного виду виробництва та наявного економічного становища обрати варіант прибутковості виробництва, виходячи з таблиці 2 та обчислити значення виручки від реалізації:

Таблиця 2

Варіанти прибутковості виробництва продукції

Варіант	Формула розрахунку виручки від реалізації	Характеристика наявності продукції	Приклади продукції ¹
1	$TR=TC+0.7TC$	Продукція на ринку відсутня.	Мобільні телефони, фотоплівки.
2	$TR=TC+0.4TC$	Продукції замало.	Корпусні меблі, ДВП, ДСП,

¹ Мається на увазі продукція вітчизняного товаровиробника

			металургійна продукція.
3	$TR=TC+0.25TC$	Досить поширена продукція.	Ковбаси, сири, хліб, молоко, кефір.

7. Графічно предствити положення виробника та зробити відповідні висновки відносно доцільності виробництва. Вказати шляхи покращення становища виробника, якщо при даному обсязі виробництва опинилися в зоні збитковості.

8. Зібрати заповнені таблиці та графічні інтерпритації, провести оцінювання студентів, використовуючи таблицю 3 та обговорення проєктів.

Таблиця 3

Результати гри “Пошук точки беззбитковості при виробництві продукції”

№ п/п	П.І.Б. студента	Показник точки беззбитковості	Виконання фінансових умов ділової гри	Місце/ оцінка
1.				
2.				
...				

9. Надати можливість студенту-переможцю провести презентацію свого бізнес-проєкту.

Підсумкові питання:

1. Як будуть впливати податки на переміщення точки беззбитковості?
2. При яких умовах доцільним є збільшення (зменшення) обсягу виробництва?
3. За яких ринкових умов виробнику необхідно продавати товар за ціною, що дорівнює загальним витратам на виробництво?

Додаткова рекомендована література та Інтернет-ресурси:

1. Апопій В. В. Основи підприємництва: навч. посіб. / В. В. Апопій, Н. О. Шутовська, С. А. Середа. – К.: Ліра-К, 2014. – 324 с.

2. Васильців Т. Г. Економіка малого підприємства: навч. посіб. / Т. Г. Васильців, О. І. Іляш, Н. Г. Міценко ; за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. – К.: Знання, 2013. – 446 с.

3. Воронкова В. Г. Основи підприємництва: теорія та практикум: навч. посіб. / В. Г. Воронкова. – К.: Ліра-К, 2014. – 455 с.

4. Гой І. В. Підприємництво: навч. посіб. / І. В. Гой. – К.: ЦУЛ, 2013. – 368 с.
5. Грищенко І. М. Підприємницький бізнес: Підруч. для студентів ВНЗ / І. М. Грищенко. – К.: Грамота, 2016. – 519 с.
6. Дикинс Д. Предпринимательство и малые фирмы / Д. Дикинс, М. Фрил. – К.: Ліра-К, 2014. – 448 с.
7. Захарчин Г. М. Основи підприємництва: навч. посіб. / Г. М. Захарчин. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Ліра-К, 2013. – 407 с.
8. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Маркітан О.С. Бізнес-планування фірми. - К.: Знання, 2016. – 423с.
9. Підприємницька діяльність та економіка підприємства: навч. посіб. / С.Б. Довбня, Т.Б. Ігнашкіна, А.Б. Педько та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С.Б. Довбні. – Д.: ЛПРА, 2016. – 440 с.
10. Ярошевич Н. Б. Підприємництво і менеджмент навч. посіб. / Н. Б. Ярошевич. – К.: Ліра-К, 2014. – 408 с.

ПЛАН практичного заняття з теми 4:

«Сучасні форми міжнародної логістики в міжнародному бізнесі та діяльність ТНК»

Мета заняття: опанування та розвиток наступних програмних компетенцій:

Загальні компетенції:

ЗК9. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетенції:

ФК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

За результатами заняття студент має одержати **результати:**

- демонструвати навички самостійно приймати рішення, лідерські навички та вміння працювати в команді (ПРН2);
- знати сучасні організаційні форми та засади функціонування бізнес-структур у міжнародному конкурентному середовищі, демонструвати обізнаність щодо етики міжнародного бізнесу та конкурентної поведінки суб'єктів господарювання в умовах різних ринкових структур (ПРН24).

Знати:

- сутність та тенденції міжнародної логістики;
- структуру світового вантажообігу та логістичні шляхи поставки продукції;
- особливості міжнародних стандартів пакування та маркування вантажів;
- сутність та основні показники діяльності ТНК.

Вміти:

- вибирати в мережі Інтернет оптимальні логістичні шляхи поставки вантажів;
- застосовувати правила Інкотермс (International Commercial Terms);
- розраховувати та аналізувати показники діяльності ТНК.

Необхідні приналежності: мультимедійне обладнання, ноутбук із програмним забезпеченням Microsoft Office PowerPoint та підключення до мережі інтернет.

План заняття

1. Обговорення програмного лекційного матеріалу за темою:

- 4.1. Сутність та тенденції міжнародної логістики.
- 4.2. Структура світового вантажообігу.
- 4.3. Інкотермс (International Commercial Terms). Митні операції. Митні платежі. Митний контроль.
- 4.4. Міжнародні стандарти пакування та маркування вантажів.
- 4.5. Сутність та основні показники діяльності ТНК.
- 4.6. Система конкурентних стратегій підприємства. Стратегії надбання конкурентної переваги (загальні стратегії конкуренції).
- 4.7. Стратегії конкурентної поведінки підприємства. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності як комплексна стратегія.
- 4.8. Логістичні ланцюги поставок на ринках металургійної продукції.

2. Практичні завдання:

Задача 1. В таблиці наведена умовна динаміка змін показників міжнародної діяльності компанії «Ford Motor (США)» за період 2015-2020 роки. Розрахуйте індекс транснаціоналізації за кожен рік. Побудуйте графік змін індексу транснаціоналізації та запропонуйте й обґрунтуйте шляхи можливого поліпшення становища компанії у 2021-2023 роках з огляду на специфіку діяльності компанії та наявних на ринку конкурентів.

Рік	2015	2016	2017	2018	2019	2020
обсяг закордонних активів, млрд дол.	27,4	27,4	27,2	27,6	27,8	30,1
загальний обсяг активів, млрд дол.	56,3	56,3	56,3	56,3	56,3	56,6
обсяг закордонних продажів, млрд дол.	35,1	30	31	27	20	18
загальний обсяг продажів, млрд дол.	351	300	310	270	200	180
чисельність зайнятих за кордоном, тис. осіб	170	180	160	150	150	127
загальна чисельність зайнятих, тис. осіб.	305	305	305	300	260	250
<i>Індекс транснаціоналізації (TNI), %</i>						

Довідкова інформація: Ford Motor (США) – автомобільна промисловість.

Методичні рекомендації для розв’язання задачі:

Індекс транснаціоналізації (TNI – transnationality index) характеризує, наскільки вагомою є закордонна діяльність фірми та наскільки важливими є закордонні філії на іноземних ринках для тієї чи іншої ТНК. Чим вище значення індексу транснаціоналізації, тим більше значення для компанії мають її закордонні філії.

Відповідно до методології UNCTAD, економічна діяльність корпорації в цілому, та її закордонна складова у тому числі, обчислюється за такими показниками:

FA – закордонні активи ТНК;

TA – активи ТНК;

FS – обсяг закордонних продажів ТНК;

TS – обсяг продажів ТНК;

FE – чисельність закордонних співробітників у ТНК;

TE – чисельність співробітників ТНК;

FAF – кількість закордонних філій ТНК;

TAF – загальна кількість філій ТНК у світі.

На основі цих показників розраховується індекс транснаціоналізації компанії, що характеризує її закордонну експансію за формулою:

$$TNI = (FA/TA + FS/TS + FE/TE) \cdot 3 \cdot 100\% \quad /5/$$

Додаткова рекомендована література та Інтернет-ресурси:

1. Нові правила Інкотермс 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://www.compet.kh.gov.ua/ukr/2443-novi-pravila-inkoterms-2020>

2. Правила Інкотермс® 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://incoterms2020.com.ua/#!/tproduct/205074821-1497456130776>

3. Про затвердження «Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0833-01#Text>

ПЛАН практичного заняття з теми 5:

«Комунікація та її роль у міжнародному бізнесі»

Мета заняття: опанування та розвиток наступних програмних компетенцій:

Загальні компетенції:

ЗК3. Здатність проявляти лідерські навички, мотивувати людей, працювати у команді.

ЗК7. Здатність свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань і принципів академічної доброчесності.

ЗК9. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетенції:

ФК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

ФК11. Здатність демонструвати розуміння та обізнаність на рівні новітніх досягнень економічної науки щодо засад, закономірностей й особливостей розвитку сучасної міжнародної економіки.

За результатами заняття студент має одержати **результати:**

- демонструвати навички самостійно приймати рішення, лідерські навички та вміння працювати в команді (ПРН2);
- демонструвати високу соціальну відповідальність і дотримання принципів академічної доброчесності (ПРН6);
- обґрунтовувати сучасні організаційні форми та засади функціонування бізнес-структур у міжнародному конкурентному середовищі, демонструвати обізнаність щодо етики міжнародного бізнесу та конкурентної поведінки суб'єктів господарювання в умовах різних ринкових структур (ПРН24).

Знати:

- поняття, сутність та види комунікаційної взаємодії в міжнародному бізнесі;

- проблеми та завдання моделювання комунікаційної взаємодії та комунікаційної стратегії на підприємстві;
- поняття ділової етики.

Вміти:

- вибирати та використовувати інструмент «матриця інтересу-впливу» для фокусування комунікаційної взаємодії у міжнародному бізнесі;
- застосовувати методики скриптів та формули боротьби із запереченнями при продажі товарів.

Необхідні приналежності: ноутбук (комп'ютер) із програмним забезпеченням Microsoft Office та підключення до мережі інтернет.

План заняття

1. Обговорення програмного лекційного матеріалу за темою:

- 5.1. Роль комунікацій у сучасному суспільстві. Основні поняття комунікаційної взаємодії у міжнародному бізнесі.
- 5.2. Загальні характеристики комунікації. Зовнішньополітичний образ України та завдання міжнародних комунікацій.
- 5.3. Основні проблеми та завдання моделювання комунікаційної взаємодії на підприємстві. Типи моделей комунікації.
- 5.4. Ділова етика. Комунікаційна стратегія. Комунікаційний сценарій.
- 5.5. Застосування інструменту «матриця інтересу-впливу» для фокусування комунікаційної взаємодії у міжнародному бізнесі.

2. Практичні завдання:

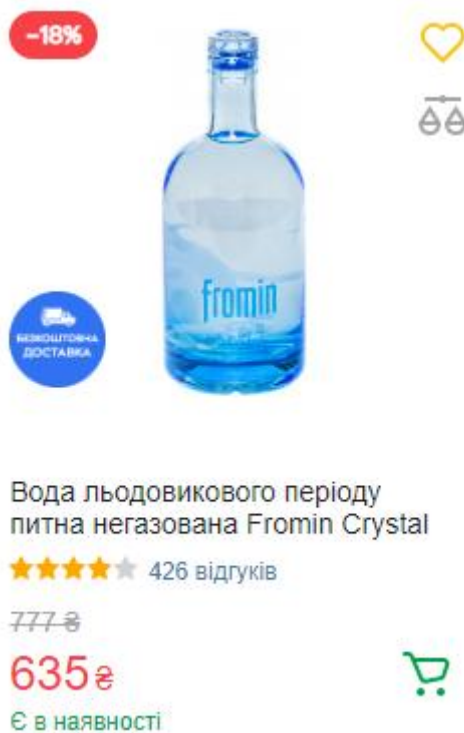
Завдання 1. Виберіть афоризм, у якому найповніше розкрита сутність цієї теми. Обґрунтуйте ваш вибір.

1. "Єдина відома розкіш - це розкіш спілкування з людьми" (А. де Сент-Екзюпері).
2. "Пліткарка - той, хто говорить з вами про інших; зануда - той, хто говорить з вами про себе; а блискучий співрозмовник - той, хто говорить з вами про вас" (Л. Керк).
3. "Покажіть мені людину, яка жодного разу не пліткувала, і я покажу вам людину, котру люди зовсім не цікавлять" (Б. Уолтерс).
4. "Є лише один спосіб бути хорошим співрозмовником - уміти слухати" (К. Морлі).

5. "Найкоротший шлях до популярності - всіх вислухати, замість того, щоб усім замовляти зуби. Нічого так не цікавить людину, як те, що вона горить нетерпінням розповісти вам про себе. Все, що вам потрібно, аби заробити репутацію гідного співрозмовника, це сказати: "Як чудово! Розкажіть ще що-небудь!" (Д. Дікс).
6. "Якщо ви хочете привернути увагу людини до себе, спочатку переконайте її, що ви - щирий товариш" (А. Лінкольн).
7. "Для підлеглих однаково небезпечні як незгоди між керівниками, так і їх одностайність" (Я. К. Таціт).
8. "Якщо хочеш дізнатися про правду, вислухай обидві сторони і не вір жодній" (Г. У. Шоу).
8. "Посередництво - спосіб об'єднати обидві сторони проти себе" (А. Декурсель).
9. "Якщо два товариші попросять тебе вирішити їх суперечку, не погоджуйся, адже ти втратиш одного з друзів; але якщо двоє незнайомих попросять тебе зробити це саме, погоджуйся, тому що матимеш одного друга" (А. Августин).
10. "Умій так грюкнути дверима, щоб ніхто не чув" (К. Єлисейев).
11. "Навіть наклеп люди прощають більш охоче, ніж повчання" (Ж. Л. Ріхтер).

Завдання 2. Ситуаційне завдання «Продай слоненя».

На сайті «Розетка» у розділі «Вода» (<https://rozetka.com.ua/voda/>) знаходиться товар із знижкою 18% та з пропозицією безкоштовної доставки у м. Дніпро. Саме на цей товар залишено максимальну кількість відгуків споживачів (426).



Продавцем надано наступний **опис товару:**

«Вода льодовикового періоду питна негазована Fromin Crystal Water з кристалами гірського кришталю 0.7 л (8594161671152).

Вода Fromin — завдяки своєму хімічному складу, фізичним властивостям та мікробіологічній чистоті, є ідеальною для повсякденного вживання.

Джерело Fromin утворилося 15 000 років тому в момент танення льодовиків, просочуючись крізь щит кварцового піску, що місцями сягає 400 метрів, захищене від зовнішнього впливу 150-метровим шаром гірських порід. Сьогодні вода є в підземному озері на артезіанській глибині, досі добре захищена від зовнішнього середовища і не поповнюється сучасною водою. Завдяки високому тиску вода добувається без насосів, не проходить додаткової фільтрації, що забезпечує первозданну якість води та запобігає насиченню води шкідливими елементами з поверхневих шарів ґрунту.

Fromin розливається в пляшки на заводі, розташованому безпосередньо біля джерела. Закритий автоматизований цикл розливання захищає воду від контакту з повітрям.

Під час добування та доставки вплив людського чинника на воду мінімізовані.

Fromin містить оптимальний рівень мінералізації, а завдяки рівню рН8 є природним антиоксидантом.

Киснева насиченість води становить 69%.

Fromin єдина структурована вода в пляшці, що підтверджено сертифікатом Масару Емото.

Всі пластикові пляшки Fromin є одноразовими та виготовлені з первинного пластику.

Вода Fromin дозволена для дітей із перших днів їхнього життя.

Аналогів Fromin на сьогодні немає.

Вода преміум-класу.


Вода з кристалами є різновидом оздоровчої медицини на енергетичному рівні, схожим на гомеопатію. Кристали сприяють підвищенню імунітету, рівня енергії й мають протибольовий ефект. Вода з гірськими кристалами насичує енергією і сприяє креативному мисленню».

Вода льодовикового періоду питна негазована Fromin Crystal Water з кристалами гірського кришталю 0.7 л (8594161671152)

★★★★★ 426 відгуків



Код: 75283158

Усе про товар | Характеристики | Відгуки 426 | Фото




Безкоштовна доставка

Є в наявності







635 ₴ [Купити](#)  

від 40 ₴ / МІСЯЦЬ при купівлі товару в кредит або оплаті частинами [Купити в кредит](#)

Продавець: Rozetka 

Доставка в: Дніпро

PREMIUM Безкоштовна доставка з підпискою Premium [Дізнатися деталі](#)

 Самовізіт з наших магазинів	Забрати 31 липня з 16:00	Безкоштовно
 Самовізіт з мінів'їздів: Rozetka + Justin	Відправимо 31 липня	Безкоштовно
 Самовізіт з Rozetka + Укрпошта	Відправимо 31 липня	Безкоштовно
 Самовізіт з Нової Пошти	Відправимо 31 липня	55 ₴ Або безкоштовно з Premium
 Самовізіт з Justin	Відправимо 31 липня	Безкоштовно 20.8
 Самовізіт з Укрпошти	Відправимо 31 липня	Безкоштовно 20.8

Продавцем наведено наступні характеристики товару:

Характеристики Вода льодовикового періоду питна негазована Fromin Crystal Water з кристалами гірського кришталю 0.7 л (8594161671152)

Упаковка	Картонний тубус Скляна пляшка
Ступінь газування	Без газу
Об'єм	0.7 л
Тип	Артезіанська Киснева
Харчова (поживна) цінність на 100 г продукту	Білки - 0 г, жири - 0 г, вуглеводи - 0 г
Смак	Натуральний
Енергетична цінність (калорійність) на 100 г продукту	0 ккал
Строк зберігання	365 днів
Умови зберігання	від +5 °С до +20 °С
Країна-виробник товару	Чехія
Країна реєстрації бренда	Чехія

Уявіть себе у ролі продавця цієї води. Розробіть комунікаційну стратегію перемовин із можливим покупцем товару. Спробуйте прописати скрипти роботи із зауваженнями та запереченнями, які можуть виникнути у споживачів.

Уявіть себе в ролі покупця цієї води. Розробіть комунікаційну стратегію обґрунтованого торгу на зниження ціни. Яка б ціна на воду вас, як покупця, влаштувала би (з огляду на наявні на сайті позитивні коментарі).

Додаткова рекомендована література та Інтернет-ресурси:

1. Бурмака Т. М. Комунікативний менеджмент : конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент) / Т. М. Бурмака, К. О. Великих ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 69 с.

2. Вода льодовикового періоду питна негазована Fromin Crystal Water з кристалами гірського кришталю 0.7 л (8594161671152) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://rozetka.com.ua/fromin_8594161671152/p75283158/

**ПЛАН практичного заняття з теми 6:
«Організація підвищення кваліфікації та управління персоналом
у міжнародному бізнесі»**

Мета заняття: опанування та розвиток наступних програмних компетенцій:

Загальні компетенції:

ЗК3. Здатність проявляти лідерські навички, мотивувати людей, працювати у команді.

ЗК7. Здатність свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань і принципів академічної доброчесності.

ЗК9. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетенції:

ФК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

ФК11. Здатність демонструвати розуміння та обізнаність на рівні новітніх досягнень економічної науки щодо засад, закономірностей й особливостей розвитку сучасної міжнародної економіки.

За результатами заняття студент має одержати **результати:**

- демонструвати навички самостійно приймати рішення, лідерські навички та вміння працювати в команді (ПРН2);
- демонструвати високу соціальну відповідальність і дотримання принципів академічної доброчесності (ПРН6);
- знати сучасні організаційні форми та засади функціонування бізнес-структур у міжнародному конкурентному середовищі, демонструвати обізнаність щодо етики міжнародного бізнесу та конкурентної поведінки суб'єктів господарювання в умовах різних ринкових структур (ПРН24).

Знати:

- сутність та види програм підвищення кваліфікації на підприємствах;
- особливості формування особистої конкурентоспроможності фахівця;
- концепції розробки та реалізації програм підвищення конкурентоспроможності підприємства та співробітників.

Вміти:

- вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для розробки програм підвищення конкурентоспроможності;

- диференціювати ризики підвищення кваліфікації робітників та застосовувати методи нівелювання ризиків.

Необхідні приналежності: мультимедійне обладнання, ноутбук із програмним забезпеченням Microsoft Office та підключення до мережі інтернет.

План заняття

1. Обговорення програмного лекційного матеріалу за темою:

6.1. Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення кваліфікації на підприємствах.

6.2. Особиста конкурентоспроможність фахівця.

6.3. Концепція розробки та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства та співробітників.

6.4. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності.

6.5. Програми підвищення конкурентоспроможності металургійної галузі. Державна програма розвитку та реформування гірничо-металургійного комплексу: наслідки та перспективи.

6.6. Стимулювання праці найманих працівників у бізнесі.

6.7. Управлінські рішення при підвищенні кваліфікації персоналу.

6.8. Ризики підвищення кваліфікації робітників та методи нівелювання ризиків.

6.9. Етика ділового спілкування та основи тайм-менеджменту.

2. Практичні завдання:

1. Ціннісні орієнтації персоналу. Проранжуйте характеристики власної цінності на ринку праці (з врахуванням потреб ринку та пропозицій роботодавців).

2. Наведіть приклади орієнтації дрескоду персоналу на корпоративну культуру.

3. Проаналізуйте позитивні й негативні сторони безробіття з точки зору міжнародного бізнесу.

Додаткова рекомендована література та Інтернет-ресурси:

1. Астахова, І. Е. HR-брендинг як інструмент маркетингового менеджменту підприємства [Текст] / І. Е. Астахова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – № 22. – С. 253-255.

2. Рейтинг роботодавців 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://delo.ua/business/rates/employer-rating/>

2. Русул О. Конкурентне середовище та ринок праці в інформаційному суспільстві / О. Русул // Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. - 2016. - Вип. 38. - С. 294–301. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2016_38_32

3. Управління персоналом: навч. посіб. / А. О. Азарова, О. О. Мороз, О. Й. Лесько, І. В. Романець; ВНТУ. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 283с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://press.vntu.edu.ua/index.php/vntu/catalog/view/46/71/82-1>

4. Сайт з питань управління персоналом. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/hrm/>

5. Сайт з питань управління персоналом. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://hrliga.com>.

6. Державна програма розвитку та реформування гірничо-металургійного комплексу на період до 2011 року (від 28 липня 2004 р., № 967). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.kmu.gov.ua/npas/7667339>

ПЛАН практичного заняття з теми 7:

«Типи, комплексний код та функції іміджу в міжнародному бізнесі»

Мета заняття: опанування та розвиток наступних програмних компетенцій:

Загальні компетенції:

ЗК3. Здатність проявляти лідерські навички, мотивувати людей, працювати у команді.

ЗК7. Здатність свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань і принципів академічної доброчесності.

ЗК9. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетенції:

ФК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

ФК11. Здатність демонструвати розуміння та обізнаність на рівні новітніх досягнень економічної науки щодо засад, закономірностей й особливостей розвитку сучасної міжнародної економіки.

За результатами заняття студент має одержати **результати**:

- демонструвати навички самостійно приймати рішення, лідерські навички та вміння працювати в команді (ПРН2);
- демонструвати високу соціальну відповідальність і дотримання принципів академічної доброчесності (ПРН6);
- обґрунтовувати сучасні організаційні форми та засади функціонування бізнес-структур у міжнародному конкурентному середовищі, демонструвати обізнаність щодо етики міжнародного бізнесу та конкурентної поведінки суб'єктів господарювання в умовах різних ринкових структур (ПРН24).

Знати:

- поняття, сутність, складові та типи іміджу;
- основні обмеження та ризики сценаріїв іміджеформування у міжнародному бізнесі.

Вміти:

- вибирати та використовувати інструменти формування іміджу ділової людини;
- дотримуватися принципів академічної доброчесності при написанні есе.

Необхідні приналежності: ноутбук (комп'ютер) із програмним забезпеченням Microsoft Office та підключення до мережі інтернет.

План заняття

1. Обговорення програмного лекційного матеріалу за темою:

- 7.1. Типи іміджу. Комплексний код іміджу. Функції іміджу.
- 7.2. Складові іміджу.
- 7.3. Внутрішній та зовнішній імідж в міжнародному бізнесі: особливості формування та функціонування.
- 7.4. Основні обмеження та ризики сценаріїв іміджеформування у міжнародному бізнесі.

2. Практичні завдання:

Завдання № 1. Ознайомтеся з презентаціями:

«Імідж ділового чоловіка - презентація онлайн». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ppt-online.org/431631>

«Імідж ділової жінки - презентація онлайн». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://vspu.edu.ua/faculty/pochat/kaf_pedagog/prezent/p3.pdf

Завдання № 2. Сформууйте для себе особисто діловий стиль одягу для роботи в міжнародній компанії.

Завдання № 3. Тематика есе:

1. Імідж політичного діяча (за власним вибором).
2. Імідж «зірки» шоу-бізнесу (за власним вибором) .
3. Імідж корпорації (за власним вибором).
4. Імідж професії (за власним вибором).
5. Власний імідж, як імідж особистості та професіонала.
6. Визначити ступінь ефективності іміджу відповідно до проаналізованої мети його створення.
7. Сформулювати рекомендації щодо покращення проаналізованого іміджу.

Додаткова рекомендована література та Інтернет-ресурси:

1. Імідж ділової жінки - презентація онлайн. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://vspu.edu.ua/faculty/pochat/kaf_pedagog/prezent/p3.pdf
2. Імідж ділового чоловіка - презентація онлайн. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ppt-online.org/431631>

**ПЛАН практичного заняття з теми 8:
«Брендинг в міжнародному бізнесі»**

Мета заняття: опанування та розвиток наступних програмних компетенцій:

Загальні компетенції:

ЗК7. Здатність свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань і принципів академічної доброчесності.

ЗК9. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетенції:

ФК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

ФК11. Здатність демонструвати розуміння та обізнаність на рівні новітніх досягнень економічної науки щодо засад, закономірностей й особливостей розвитку сучасної міжнародної економіки.

За результатами заняття студент має одержати **результати:**

- демонструвати навички самостійно приймати рішення, лідерські навички та вміння працювати в команді (ПРН2);

- демонструвати високу соціальну відповідальність і дотримання принципів академічної доброчесності (ПРН6);

- знати сучасні організаційні форми та засади функціонування бізнес-структур у міжнародному конкурентному середовищі, демонструвати обізнаність щодо етики міжнародного бізнесу та конкурентної поведінки суб'єктів господарювання в умовах різних ринкових структур (ПРН24).

Знати:

- поняття, сутність та види міжнародного бізнесу;
- зовнішнє середовище міжнародного бізнесу та конкуренція;
- методологію та методи дослідження міжнародного бізнесу та конкуренції;
- форми міжнародної підприємницької діяльності.

Вміти:

- вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для пошуку інформації про суб'єктів міжнародного бізнесу в мережі Інтернет;
- застосовувати методики ранжування критеріальних показників діяльності економічних суб'єктів у міжнародному бізнесі.

Необхідні приналежності: мультимедійне обладнання, ноутбук із програмним забезпеченням Microsoft Office та підключення до мережі інтернет.

План заняття

1. Обговорення програмного лекційного матеріалу за темою:

8.1. Торгова марка. Товарний знак. Бренд.

8.2. Класифікація та ієрархія брендів в міжнародному бізнесі.

8.3. Товарний та корпоративний бренди.

8.4. Економічна, соціальна, емоційна, культурно-психологічна складові бренду.

8.5. Особистісний професійний бренд: етапи формування та підтримання.

8.6. Конкурентоспроможність та прибутковість бренду на міжнародній арені.

2. Практичні завдання:

Завдання № 1. Назвіть і прокоментуйте цілі та результати конкурсу «Бренд року України» за останні два роки. Порівняйте результати. Яку вигоду мають переможці конкурсу? Обґрунтуйте відповідь.

Завдання № 2. Проаналізуйте конкретний бренд одягу, парфумерно-косметичної продукції, взуття з точки зору критеріїв класифікації брендів.

Завдання № 3. Обґрунтуйте власні пропозиції по створенню бренду будь-якого товару чи послуги, визначте та обґрунтуйте функції вашого бренду (відрізняльна, інформативна, рекламна, охоронна, гарантійна, стимулююча, психологічна). Обґрунтуйте, чому саме цей товар чи послуга можуть стати брендами.

Додаткова рекомендована література та Інтернет-ресурси:

1. Амосов, О. Ю. Брендинг як основний інструмент маркетингу в Україні [Текст] / О. Ю. Амосов, Н. В. Діденко, К. Ю. Лебедева // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 12. – С. 10-12.
2. Астахова, І. Е. HR-брендинг як інструмент маркетингового менеджменту підприємства [Текст] / І. Е. Астахова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – № 22. – С. 253-255.
3. Безрукова, Н. В. Особливості бренд-менеджменту в транснаціональних корпораціях / Н. В. Безрукова, В. А. Свічкарь // Ефективна економіка. – 2014. – № 2. – С. 34-39.
4. Брендинг: Конспект лекцій / укладачі: С. М. Махнуша, С. М. Фролов. – Суми : Сумський державний університет, 2012. – 210 с.
5. Есмаханова, А. У. Сущность и тенденции развития брендинга [Текст] / А. У. Есмаханова // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2018. – № 1. – С. 59-63.
6. Методичні вказівки до лекційних, практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Брендинг» / укладач Я. В. Яненко. – Суми : Сумський державний університет, 2014. – 20 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : lib.sumdu.edu.ua/library/docs/rio/2014/m3827.doc
7. Чернишова, Л. О. Брендинг у системі управління конкурентоспроможністю міжнародної компанії [Текст] / Л. О. Чернишова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – № 23. – С. 51-55.

3. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ З ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ»

1. Ефективність міжнародних комерційних операцій підприємства.
2. Ефективність посередницьких операцій суб'єктів міжнародного бізнесу.
3. Ефективність міжнародних комерційних операцій підприємства на ринку туристичних послуг.
4. Оцінка та прогнозування потенціалу інтернаціоналізації підприємства.
5. Оцінка та прогнозування потенціалу транснаціоналізації підприємства.
6. Потенціал малого підприємництва у міжнародному бізнесі.
7. Потенціал середнього підприємництва у міжнародному бізнесі.
8. Результативність співпраці малого підприємства з ТНК.
9. Віртуальне підприємництво в міжнародному бізнесі.
10. Он-лайн форми міжнародного бізнесу.
11. Міжнародний бізнес в інноваційній сфері.
12. Стартапи в міжнародному бізнесі.
13. Стратегія міжнародної діяльності підприємства металургійної галузі.
14. Управління комерційними ризиками міжнародної діяльності підприємства.
15. Трансфертне ціноутворення в міжнародному бізнесі.
16. Оцінювання сприятливості бізнес-середовища приймаючої країни.
17. Прийняття рішень в умовах невизначеності середовища міжнародного бізнесу.
18. Механізм прийняття рішень у міжнародній діяльності підприємства.
19. Формування конкурентної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.
20. Міжнародний бізнес в офшорних зонах.
21. Міжнародний бізнес у вільних економічних зонах.
22. Організаційна підтримка міжнародної діяльності підприємства.
23. Інформаційна підтримка міжнародної діяльності підприємства.
24. Консалтингова підтримка міжнародної діяльності підприємства.
25. Економічна безпека підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.
26. Прогнозування потенціалу міжнародного підприємництва.
27. Система товаропросування підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.
28. Асортиментна політика підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.
29. Соціальна політика підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.

30. Конкурентна політика підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.
31. Мотиваційна політика підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.
32. Виставкова діяльність в міжнародному бізнесі.
33. Корпоративний менеджмент міжнародної корпорації.
34. Соціальна відповідальність підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.
35. Стратегії виходу іноземного товаровиробника на український ринок.
36. Стратегії виходу вітчизняного товаровиробника на закордонний ринок.
37. Стратегії інтегрованих комунікацій в міжнародному бізнесі.
38. Транснаціональні корпорації в міжнародному бізнесі.
39. Посередницька діяльність в міжнародному бізнесі.
40. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства у металургійній промисловості.

4. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО (ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО) КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Поняття та сутність міжнародного бізнесу в глобальній економіці.
2. Види міжнародного бізнесу та основні типи конкуренції.
3. Зовнішнє середовище міжнародного бізнесу та конкуренція.
4. Взаємодія у міжнародному економічному середовищі за невизначеності умов та вимог.
5. Методологія та методи дослідження міжнародного бізнесу та конкуренції.
6. Місце металургійної галузі в міжнародному бізнесі.
7. Механізм збору комерційної інформації про ринки, ціни, товари та клієнтів.
8. Місця зберігання і розповсюдження інформації.
9. Джерела зберігання і розповсюдження інформації.
10. Організації України та зарубіжні організації, які можуть надати необхідну інформацію суб'єктам господарської діяльності.
11. Класифікація джерел інформації. Класифікація фірмових довідників.
12. Конкуренція: сутність, види та значення. Особливості поведінки підприємств на ринках.
13. Особливості досконалої та недосконалої конкуренції.
14. Сутність та співвідношення понять «ринкові чинники успіху», «ключові компетенції», «конкурентні переваги».

15. Властивості конкурентних переваг.
16. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг.
17. Види та джерела формування конкурентних переваг в міжнародному бізнесі.
18. Особливості формування конкурентних переваг на ринках металургійної продукції.
19. Сутність та тенденції міжнародної логістики.
20. Структура світового вантажообігу.
21. Інкотермс (International Commercial Terms). Митні операції. Митні платежі. Митний контроль.
22. Міжнародні стандарти пакування та маркування вантажів.
23. Сутність та основні показники діяльності ТНК.
24. Система конкурентних стратегій підприємства. Стратегії надбання конкурентної переваги (загальні стратегії конкуренції).
25. Стратегії конкурентної поведінки підприємства. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності як комплексна стратегія.
26. Логістичні ланцюги поставок на ринках металургійної продукції.
27. Роль комунікацій у сучасному суспільстві.
28. Основні поняття комунікаційної взаємодії у міжнародному бізнесі.
29. Загальні характеристики комунікаційної взаємодії.
30. Зовнішньополітичний образ України та завдання міжнародних комунікацій.
31. Основні проблеми та завдання моделювання комунікаційної взаємодії на підприємстві.
32. Типи моделей комунікації.
33. Ділова етика.
34. Комунікаційна стратегія.
35. Комунікаційний сценарій.
36. Застосування інструменту «матриця інтересу-впливу» для фокусування комунікаційної взаємодії у міжнародному бізнесі.
37. Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення кваліфікації на підприємствах.
38. Особиста конкурентоспроможність фахівця.
39. Концепція розробки та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства та співробітників.

40. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності.
41. Програми підвищення конкурентоспроможності металургійної галузі. Державна програма розвитку та реформування гірничо-металургійного комплексу: наслідки та перспективи.
42. Стимулювання праці найманих працівників у бізнесі.
43. Управлінські рішення у вирішенні проблеми підвищення кваліфікації персоналу.
44. Ризики підвищення кваліфікації робітників та методи нівелювання ризиків.
45. Етика ділового спілкування та основи тайм-менеджменту.
46. Типи іміджу. Комплексний код іміджу. Функції іміджу.
47. Складові іміджу.
48. Внутрішній та зовнішній іміджі в міжнародному бізнесі: особливості формування та функціонування.
49. Основні обмеження та ризики сценаріїв іміджеформування у міжнародному бізнесі.
50. Торгова марка. Товарний знак. Бренд.
51. Класифікація та ієрархія брендів в міжнародному бізнесі.
52. Товарний та корпоративний бренди.
53. Економічна, соціальна, емоційна, культурно-психологічна складові бренду.
54. Особистісний професійний бренд: етапи формування та підтримання.
55. Конкурентоспроможність та прибутковість бренду на міжнародній арені.

5. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНИХ (ІНДИВІДУАЛЬНИХ) РОБІТ

1. Теоретичні завдання

Варіант №	Тема
1	Особливості ведення бізнесу в Великій Британії
2	Особливості ведення бізнесу в Німеччині
3	Особливості ведення бізнесу у Франції
4	Особливості ведення бізнесу в Італії
5	Особливості ведення бізнесу в Нідерландах
6	Особливості ведення бізнесу в Польщі
7	Особливості ведення бізнесу в Словаччині
8	Особливості ведення бізнесу в Бельгії

9	Особливості ведення бізнесу в Греції
10	Особливості ведення бізнесу в Латвії
11	Особливості ведення бізнесу в Литві
12	Особливості ведення бізнесу в Естонії
13	Особливості ведення бізнесу в Португалії
14	Особливості ведення бізнесу в Болгарії
15	Політико-правове середовище функціонування міжнародної компанії
16	Економічне середовище функціонування міжнародної компанії
17	Валютне середовище функціонування міжнародної компанії
18	Міжнародний бізнес як фактор геополітики
19	Визначення структури експортного портфеля підприємства
20	Спільне підприємство як бізнес-модель взаємодії із зарубіжними партнерами
21	Значення транзитного потенціалу для розвитку міжнародного бізнесу України
22	Специфіка PR-менеджменту та реклами в міжнародному бізнесі
23	Міжнародний офшорний бізнес
24	Характерні особливості світового ринку інформаційних послуг
25	Факторинг в міжнародному бізнесі
26	Сучасні тенденції розвитку торговельно-економічних процесів в міжнародному бізнесі
27	Інформаційні технології в системі міжнародного бізнесу
28	Крос-культурний менеджмент в міжнародних компаніях
29	Економічна поведінка суб'єктів господарювання як фактор розвитку економіки України
30	Організаційно-економічний механізм розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства
31	„Товарний знак” та „бренд”: спільне та відмінності
32	Сутність та особливості франчайзингової форми використання бренда.
33	Управління економічною безпекою у зовнішньоекономічній діяльності підприємства
34	Складові комунікаційного процесу бренда та їх функції
35	Аналіз динаміки та сучасного стану державного боргу і його вплив на діяльність економічних суб'єктів

*) в тематику контрольних (індивідуальних) робіт можуть вноситися корективи при бажанні студента розглядати іншу тему дисципліни «Міжнародний бізнес та конкуренція» (узгодження з керівником контрольної роботи – обов'язкова умова). Номер варіанта контрольної роботи визначає викладач в період установчої сесії.

2. Практичні завдання (ідентичні для всіх варіантів)

1. Розрахуйте індекс транснаціоналізації (TNI) міжнародної діяльності компанії «Siemens» та порівняйте його з аналогічним показником концерну «Indesit» за такими показниками: обсяг закордонних активів – 27,4 млрд дол., загальний обсяг активів – 56,3 млрд дол., обсяг закордонних продажів – 35,1 млрд дол., загальний обсяг продажів – 60,8 млрд дол., чисельність зайнятих за кордоном – 170 тис. осіб, загальна чисельність зайнятих – 305 тис. осіб.

2. Розрахуйте індекс транснаціоналізації та індекс інтернаціоналізації міжнародної діяльності компанії «BMW» за такими показниками: обсяг закордонних активів – 17,4 млрд дол., загальний обсяг активів – 78,3 млрд дол., обсяг закордонних продажів – 29,7 млрд дол., загальний обсяг продажів – 73,8 млрд дол., чисельність зайнятих за кордоном – 275 тис. осіб, загальна чисельність зайнятих – 457 тис. осіб; кількість закордонних філій – 45; загальна кількість філій – 68.

3. Складіть список товарів, якими ви регулярно користуєтесь: холодильник, фотоапарат, автомобіль, кавоварка, комп'ютер, кросівки, телефон, телевізор, годинник, сорочка, фруктовий сік, кава, чай тощо. Визначте, які компанії виробили ці товари. Після складання переліку знайдіть відповіді на наступні питання щодо кожного виробу:

3.1. У якій країні розташований головний офіс компанії-виробника?

3.2. Який відсоток від річного об'єму продажів фірми складають продажі на внутрішньому ринку? Який відсоток складають продажі на ринках інших країн?

3.3. Визначте найбільш вірогідне місце виготовлення цього виробу.

3.4. Чому ви думаєте, що він був виготовлений саме в цій країні?

3.5. Яким чином міжнародний бізнес впливає на ваше повсякденне життя.

3.6. Складіть узагальнений список, що містить 10 товарів, найчастіше використовуваних у вашому домогосподарстві.

3.7. Спробуйте ідентифікувати торгову марку (бренд) кожного товару, який вироблено вітчизняною компанією на території України.

3.8. Спробуйте ідентифікувати торгову марку кожного товару, виробленого іноземною компанією.

Методичні рекомендації для розв'язання практичних завдань № 1 та № 2:

Індекс транснаціоналізації (TNI – transnationality index) характеризує, наскільки вагомою є закордонна діяльність фірми та наскільки важливими є закордонні філії на іноземних ринках для тієї чи іншої ТНК. Чим вище значення індексу транснаціоналізації, тим більше значення для компанії мають її закордонні філії.

Відповідно до методології UNCTAD, економічна діяльність корпорації обчислюється за такими показниками:

FA – закордонні активи ТНК;

TA – активи ТНК;

FS – обсяг закордонних продажів ТНК;

TS – обсяг продажів ТНК;

FE – чисельність закордонних співробітників у ТНК;

TE – чисельність співробітників ТНК;

FAF – кількість закордонних філій ТНК;

TAF – загальна кількість філій ТНК у світі.

На основі цих показників розраховується індекс транснаціоналізації компанії, що характеризує її закордонну експансію за формулою:

$$TNI = (FA/TA + FS/TS + FE/TE)/3 \cdot 100\%$$

Також для оцінки економічної експансії ТНК розраховують індекс інтернаціоналізації (II – internationality index), який обчислюється за формулою:

$$II = (FAF/TAF) \cdot 100\%$$

6. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНИХ (ІНДИВІДУАЛЬНИХ) РОБІТ З ДИСЦИПЛІНИ “МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ”

6.1. Мета і завдання індивідуальної роботи

Індивідуальна робота з дисципліни «Міжнародний бізнес та конкуренція» є невід’ємною складовою частиною усього навчального процесу і являє собою важливу форму самостійної роботи студентів по вивченню дисципліни.

Виконання її направлене, з одного боку, на більш глибоке вивчення економічних проблем, з іншого боку, на створення у студентів елементарних навичок наукового дослідження, економічного мислення.

Індивідуальна робота дозволяє оцінити рівень теоретичних знань студента, отриманих в ході вивчення даної дисципліни, і здатність застосовувати їх в реальному житті.

Порядок виконання індивідуальної роботи наступний:

1. Вибір теми, складання і затвердження плану.
2. Вивчення наукової літератури, статистичного матеріалу.
3. Написання індивідуальної роботи.
4. Оформлення індивідуальної роботи.
5. Захист.

6.2. Вибір теми, складання і затвердження плану

Написання індивідуальної роботи починається з вибору теми. Тематика індивідуальних робіт розробляється викладачем, який читає лекційний курс, і надається студентам. Відповідно до бажання студента відбувається закріплення за ним варіанту індивідуальної роботи із наведеного списку тем чи закріплюється нова тема роботи, яка відповідає інтересам студента.

Визначившись з варіантом роботи та темою, студент приступає до підбору і вивчення літератури. Значну допомогу в цьому йому може надати перелік літератури (підручників, навчальних посібників, монографій, наукових статей і т.п.), наданий викладачем у ході проведення лекцій, а також тематичний каталог навчально-методичного кабінету кафедри МЕПЕУ НМетАУ (ауд. 201, з 13.00 до 16.30).

У процесі вивчення основної та додаткової літератури студент розробляє план індивідуальної роботи, який складається з вступу, трьох-чотирьох

вузлових питань, висновку, списку літератури, що використовується.

План узгоджується з керівником, після чого студент приступає до написання тексту індивідуальної роботи.

6.3. Написання тексту роботи

Обсяг роботи в рукописному варіанті повинен складати в середньому 15-20 сторінок.

Робота починається з вступу, обсяг якого не повинен перевищувати 1-2 сторінки. У вступі розкривається актуальність обраної теми, міра її теоретичної розробки, вказуються основні дискусійні питання, формулюється мета написання роботи і дається пояснення загальної логіки викладу матеріалу.

Далі викладається основна частина, в якій розкривається зміст теми.

Виклад кожного розділу доцільно починати з постановки питання, із з'ясування змісту економічних явищ, що аналізуються і реальних процесів. Потім треба перейти до характеристики властивих даним процесам меж і особливостей, показати різноманіття форм вияву і відобразити їх розвиток. Кожне положення роботи не повинно бути просто деклароване. Його потрібно підкріпити аргументованими роз'ясненнями і науково обґрунтованими доказами. При написанні індивідуальної роботи обов'язково потрібно враховувати специфіку даної дисципліни.

При виборі теми індивідуальної роботи потрібно чітко визначити практичну спрямованість дослідження та при підборі літератури особливу увагу приділити конкретному економіко-статистичному матеріалу. Це можуть бути фінансові і бухгалтерські звіти підприємств, статистичні збірки державних органів влади, концепції розвитку міжнародної діяльності підприємств, бюлетені, матеріали маркетингових і соціологічних досліджень.

У тексті індивідуальної роботи обов'язково повинні використовуватися основні елементи економічного аналізу: графічне або математичне моделювання, зведені таблиці та діаграми.

На закінчення автор повинен чітко сформулювати основні теоретичні висновки і практичні рекомендації, що органічно витікають з кожного питання його роботи. По обсягу висновків не повинен перевищувати 2 сторінки.

Консультуючись з викладачем в процесі написання роботи, студент може отримати відповіді на всі питання, що його цікавлять.

Готову індивідуальну роботу студент повинен здати до навчально-

методичного кабінету кафедри МЕПЕУ (ауд. 201, з 13.00 до 16.30) не пізніше ніж за 20 календарних днів до іспиту. Викладач перевіряє роботу в 14 денний термін з дня здачі роботи до кабінету.

6.4. Оформлення роботи

Робота виконується українською мовою.

Перша сторінка роботи – титульний аркуш (див. додаток 1). На другій сторінці наводиться план роботи з вказівкою номерів сторінок, які відповідають питанням і підпитанням роботи (див. додаток 2). Текст роботи пишеться на одній стороні стандартного аркуша (формат А4) розбірливо і акуратно.

Допускається представлення роботи у вигляді комп'ютерного роздруку (Times New Roman, 14; міжсточний інтервал – 1,5; всі поля – 2 см; абзацний відступ 1,25-1,27 см: нумерація сторінок у правому верхньому куті; форматування тексту по ширині). Обов'язковою умовою є наявність полів для зауважень рецензента і нумерація сторінок. Нумери сторінок необхідно розміщувати в правому верхньому куті. На перших трьох сторінках номери не проставляються.

У список літературних джерел, що розташований в кінці індивідуальної роботи, включається література, яка безпосередньо використана при написанні роботи (вона цитувалася, на неї посилалися або вона послужила відправною точкою при формуванні концепції автора).

Список літератури формується в наступному порядку:

- 1) законодавчі акти України в хронологічному порядку їх прийняття;
- 2) монографії, збірники, статті - в алфавітному порядку прізвищ авторів; що не мають на титульному аркуші автора - в алфавітному розташуванні заголовків.

Зразок бібліографічного оформлення літературних джерел наведений в додатку 3.

Всі цитати, що наводяться в роботі, беруться в лапки. При пропуску слів ставлять крапки. При цьому необхідно стежити, щоб таке скорочення не відбилося на значенні цитат. Необхідні пояснення можуть вміщуватися в самому тексті в дужках або у виносках.

Всі цитати і статистичні дані повинні мати посилання на джерела. Допускається два варіанти оформлення посилань:

1 - посилання наводиться внизу сторінки і відділяється від тексту горизонтальною лінією. У посиланнях на книги вказується прізвище і ініціали автора, повна назва книги, видавництво, рік видання і кількість сторінок (див. додаток 4а);

2 - посилання у вигляді [№, З], де № - номер літературного джерела в списку літератури, що використовується, З - номер сторінки, з якої отримана цитата (див. додаток 4 б).

У разі посереднього цитування, перед назвою джерела ставиться “див. номер літературного джерела у списку літератури”.

Таблиці, що наводяться в тексті, графіки, діаграми, математичні моделі повинні бути правильно оформлені.

Таблиці нумеруються арабськими цифрами в межах розділу (питання). У правому верхньому куту таблиці над заголовком вміщується напис “Таблиця” з вказівкою номера таблиці. Номер таблиці повинен складатися з номера розділу і порядкового номера таблиці, розділеного крапкою (див. додаток 5 а).

Рисунки (графіки, схеми, різні діаграми) також нумеруються в межах розділу. Нумерації складаються з слів “Рисунок” (графік, діаграма), номер розділу, крапка, номер рисунка в розділі. Найменування рисунка вміщують над ілюстрацією, номер рисунка - під нею (див. додаток 5 б).

При першому посиланні на рисунок (таблицю) вказується його (її) повний номер, при повторному посиланні додають “див.”, наприклад “див. рис. 2.1”. Якщо в роботі одна таблиця (рисунок), її (його) не нумерують і слова “Таблиця” (“Рис.”) не пишуть.

Порушення вимог до оформлення індивідуальної роботи призводить до необхідності її переробки.

У разі виникнення обґрунтованої підозри в академічній недоброчесності автора, наприклад, відсутності чи некоректності посилань на використані літературні джерела, виконана їм контрольна робота може бути перевірена на плагіат. Якщо буде виявлено та підтверджено факт плагіату, студент повинен виконати контрольну роботу повторно.

6.5. Захист роботи

Керівник роботи перевіряє роботу та виставляє попередню оцінку.

Якщо оцінка позитивна, робота допускається до захисту. На роботі зазначається «До захисту», ставиться дата та підпис викладача.

При підготовці до захисту студенту потрібно уважно ознайомитися з критичними зауваженнями рецензента, додатково вивчити питання, що викликали ці зауваження.

Захист індивідуальної роботи складається з доповіді студента (5 - 7 хвилин) по тематиці виконаної роботи та у відповідях на питання, які поставлені в рецензії керівником або виникли в ході захисту.

Після цього визначається захищена чи не захищена індивідуальна робота.

Оцінювання індивідуальної роботи здійснюється викладачем, на роботі ставиться надпис «Захищено», дата та підпис викладача.

Захищена індивідуальна робота виступає допуском студента до складання іспиту з дисципліни «Міжнародний бізнес та конкуренція».

Оформлення титульної сторінки*

НМетАУ

КОНТРОЛЬНА РОБОТА № ____

з дисципліни _____

студент _____ курсу заочного факультету

групи _____ шифр _____

Прізвище, ім'я та по-батькові _____

Домашня адреса _____

Робота представлена в академію « ____ » _____ 20__ р.

Результати співбесіди _____ « ____ » _____ 20__ р.

Викладач _____

Контрольна робота подається студентом при складанні екзамену (заліку)

* - заповнюється рукописно

Зразок оформлення плану роботи

Тема № 32: «Сутність та особливості франчайзингової
форми використання бренда»

План роботи

	стор.
ВСТУП	3
1. Сутність франчайзингового бізнесу.....	5
2. Поняття франчайзингової форми використання бренда.....	10
3. Характеристика та умови використання франшизи «НИТРАКСТ»	15
ВИСНОВОК	18
ЛІТЕРАТУРА	20
Практична частина контрольної роботи.....	21

Зразок оформлення списку літератури, що використовується

ЛІТЕРАТУРА

1. Конкурентоспроможність національної економіки / За ред. Б.Є. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2005. – 582 с.
2. Швець В.Я., Баранець Г.В., Єфремова Н.Ф. Інвестування: навч. посіб. / В.Я. Швець, Г.В. Баранець, Н.Ф. Єфремова. – Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2011. – 459 с.
3. Радзієвська С.О. Конкурентоспроможність та інтеграційні перспективи України / С.О. Радзієвська. – К.: Знання України, 2012. – 344 с.
4. Конкурентні стратегії національного виробника на зовнішніх ринках: Збірник наукових праць за матеріалами Науково-практичної конференції з міжнародною участю 2 грудня 2014 р. – Харків: "Друкарня Мадрид", 2015. – 112 с.
5. Міжнародний бізнес : підручник. / за ред. проф. В.А. Вергуна. - К.: ВАДЕКС, 2014. - 810 с.

Приклади бібліографічного опису у списку джерел, який наводиться у контрольній (індивідуальній роботі)

Закони України

Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ.

Нормативні акти

Про затвердження Порядку заповнення митних декларацій на бланку єдиного адміністративного документа» : наказ Міністерства фінансів України від 30.05.2012 № 651.

Монографії

Мельник Т.М. Міжнародна торгівля товарами в умовах глобальної конкуренції : монографія / Т.М. Мельник. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 396 с.

Книги колективного авторства

Економічний суверенітет України в умовах глобальних викликів: монографія: / А.А. Мазаракі / Мазаракі А.А., Т.М. Мельник, В.В. Юхименко [та ін.]; за заг.ред.: А.А.Мазаракі - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 683 с.

Багатотомні видання

Міжнародна економіка : підручник: в 2 ч. / за ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – Ч. 1. – 564 с.

Підручники

Світовий ринок товарів та послуг: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – К. : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2015. – 720 с.

Збірники наукових праць

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: ефективність, державне регулювання, конкурентоспроможність : зб. наук. ст. пр. Ч.2 / відп. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2010. – 485 с.

Складові частини книги

Фатхутдинов Р.А Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО «Бизнес-школа, «Интел-синтез», 2010. – С. 65–113.

Журнальні статті

Мельник Т. М. Забезпечення економічного суверенітету в умовах відкритості економіки / Т. М. Мельник // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – № 1. – С. 147–157.

Мельник Т., Пугачевська К. Перспективи імпортозаміщення в Україні / Т. Мельник, К. Пугачевська // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2015. – № 2. – С. 16–32.

Інтернет-джерела

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// zakon5.rada.gov.ua/laws/show/959-12](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/959-12).

Зразок оформлення посилань

«Преваги методу: при наявності інформації про обсяги реалізації та відносних частках ринку конкурентів метод дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки. Недоліки методу: виключає проведення аналізу причин того, що відбувається і ускладнює вироблення управлінських рішень, а також вимагає наявності достовірної маркетингової інформації, що тягне необхідність відповідних досліджень».¹⁾

Подібним чином (коли поглиблення аналізу призводить до значного зростання кількості факторів) справа йде «по усіх напрямках дослідження господарюючого суб'єкта: фінанси, виробничо-економічний потенціал, трудові ресурси, конкурентне середовище і так далі».²⁾

¹⁾ Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: [Навч. Посібник] / І.З. Должанський, Т.О. Загорна.– К.: Центр навчальної літератури, 2006.– С. 245.

²⁾ Інноваційно-інформаційна економіка : зміст, динаміка, регулювання : монографія / Тарасевич В. М., Білоцерківець В. В., Завгородня О. О., Лебедева В. К. та ін.; за ред. В. М. Тарасевича. – Дніпро : ПМП «Економіка», 2018. - С. 118.

Зразок оформлення посилань

“Найбільш знаменний момент, що характеризує заощадження і інвестиції, - стверджує П.Самуельсон, - полягає в тому, що в нашому індустріальному суспільстві вони звичайно здійснюються різними особами і по незалежних один від одного причинах” [8, с. 250-251].

“Багато які економісти вважають, що такий структурний доказ, як міра концентрації або індекс Герфіндаля, недостатній для визначення міри конкурентності ринку. Більш того, вони затверджують, що треба передусім звернути увагу на саму ринкову поведінку фірм” [3, с. 214].

Зразок оформлення таблиці

Таблиця 1.2

Використання компаніями США різних методів амортизації ¹⁾

Методи	Роки			
	2017	2018	2019	2020
Прямолінійні	562	566	562	564
Прискорені:				
суми чисел	26	25	20	17
Зменшеного залишку	65	57	57	57
Одиниць продукції	59	52	62	65
Інші	69	68	69	74

¹⁾ Управління міжнародним бізнесом: конспект лекцій для студентів економічного спрямування, аспірантів, викладачів / Н.Г. Ушакова, К.Ю. Величко, О.І. Печенка. – Харків: Видавництво «Форт», 2016. – С. 34.

Зразок оформлення рисунків

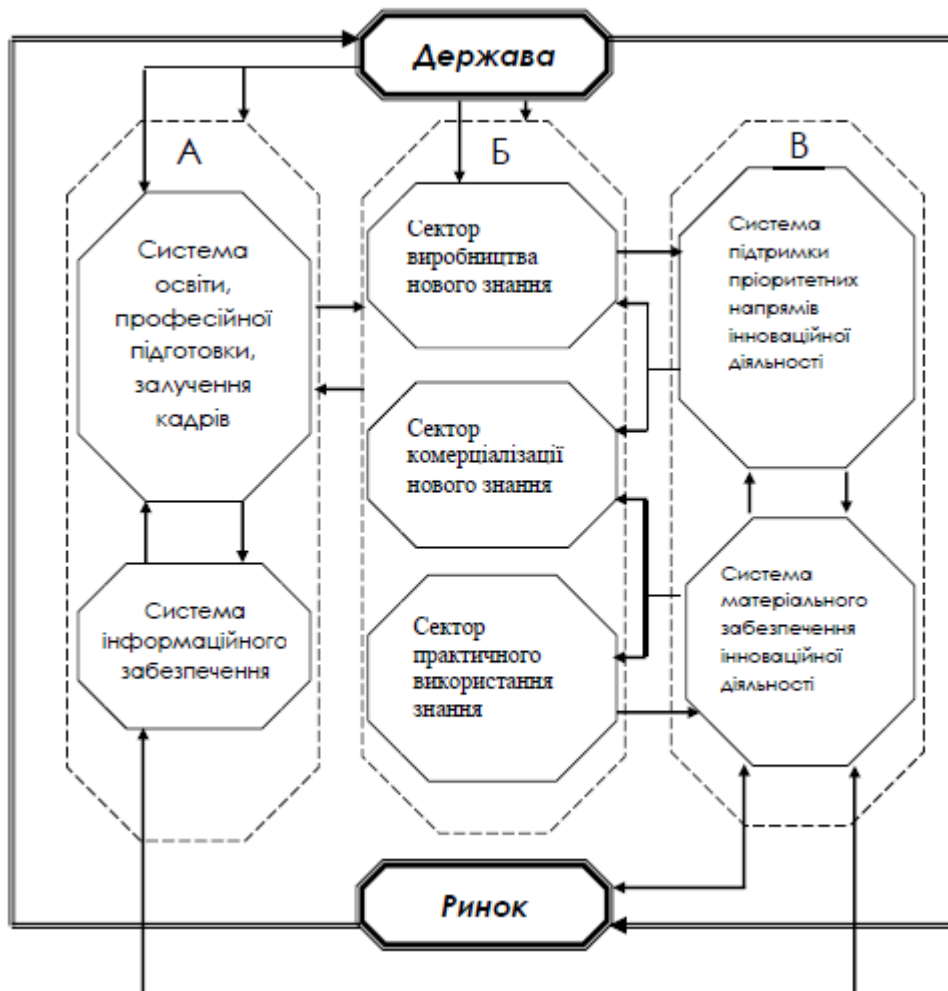


Рис. 1.1. Структура базової моделі національної інноваційної системи [3, с. 4].

7. ПРИКЛАДИ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТА КОНКУРЕНЦІЯ»

1. Що таке міжнародний бізнес?

- а) підприємницька діяльність, пов'язана з використанням капіталу в різноманітних формах і переваг підвищеної ділової активності; здійснюється з метою отримання прибутку і поширюється на міжнародну економічну сферу;
- б) група компаній приватної, державної або змішаної форм власності, розташована в різних країнах, при цьому одна чи більше з цих компаній можуть суттєво впливати на діяльність інших, особливо у сфері обміну знаннями і ресурсами;
- в) правильна відповідь відсутня;
- г) всі відповіді правильні.

2. Хто є суб'єктом міжнародного бізнесу?

- а) реальні учасники його як процесу взаємодії (окремі особи, контактні групи або складні соціальні структури), яким притаманні внутрішні мотиви, інтереси, цілі та здатність до їх реалізації у певній сфері міжнародної економічної діяльності;
- б) група компаній приватної, державної або змішаної форм власності, розташована в різних країнах, при цьому одна чи більше з цих компаній може суттєво впливати на діяльність інших, особливо у сфері обміну знаннями і ресурсами;
- в) правильна відповідь відсутня;
- г) всі відповіді правильні.

3. Вкажіть причини формування і розвитку міжнародного бізнесу:

- а) причини, що визначають необхідність (неминучість) виникнення такої категорії бізнесу;
- б) причини, що обумовлюють можливість здійснення міжнародного бізнесу;
- в) всі відповіді правильні;
- г) жодна з відповідей не правильна.

4. Основними аспектами мотивації, що спонукають міжнародну компанію здійснювати міжнародний бізнес, є:

- а) розширення збуту;
- б) придбання ресурсів;
- в) диверсифікація джерел постачання і збуту;
- г) всі відповіді правильні.

5. У чому полягає принципова відмінність міжнародного бізнесу від національного?

- а) жорсткому впливі взаємовідносин країн на можливість і ефективність ведення бізнесу між фірмами;
- б) підтримці, яку уряд країни надає власним підприємцям в їх зарубіжній діяльності;
- в) правильна відповідь відсутня;
- г) всі відповіді правильні.

6. Які етапи (ери) включає в себе періодизація історичного розвитку міжнародного бізнесу, запропонована Р. Робінсоном?

- а) ера національних держав;
- б) ера розвитку міжнародного бізнесу;
- в) ера розвитку фінансового менеджменту.

7. Вкажіть правильне визначення ТНК:

- а) це національні монополії із зарубіжними активами, виробнича і торговельно-збутова діяльність яких виходить за рамки однієї держави. Правовий режим ТНК передбачає ділову активність, здійснювану за допомогою створення в них філій, дочірніх компаній, які можуть мати форму змішаних підприємств із переважно національною участю;
- б) це міжнародні корпорації, які об'єднують національні компанії ряду держав на виробничій і науково-технічній основі;
- в) правильна відповідь відсутня;
- г) всі відповіді правильні.

8. Вкажіть головні критерії належності тієї чи іншої корпорації до ТНК:

- а) структурний критерій;
- б) критерій результативності;
- в) критерій поведінки;

г) всі відповіді правильні.

9. За структурним критерієм ТНК це:

а) фірма, яка має власні філії у двох і більше країнах, або це фірма, власники чи вищий управлінський персонал якої є громадянами різних країн;

б) фірми визначаються як ТНК на основі абсолютних або відносних показників: ринкова вартість капіталу, обсяг продажу, прибуток, активи;

в) фірма може бути названа транснаціональною, якщо її вищий менеджмент «мислить інтернаціонально»;

г) всі відповіді правильні.

10. Багатонаціональні корпорації (БНК) це:

а) міжнародні корпорації, які об'єднують національні компанії ряду держав на виробничій і науково-технічній основі;

б) національні монополії із зарубіжними активами, виробнича і торговельно-збутова діяльність яких виходить за рамки однієї держави;

в) правильна відповідь відсутня;

г) всі відповіді правильні.

11. Міжнародний менеджмент це:

а) процес застосування управлінських концепцій та інструментів у багатокультурному середовищі й отримання завдяки цьому додаткових переваг і економії часу;

б) особливий вид менеджменту, головними цілями якого є формування, розвиток і використання конкурентних переваг фірми за рахунок можливостей ведення бізнесу в різних країнах і відповідного використання економічних, соціальних, демографічних, культурних та інших особливостей цих країн і міжкраїнної взаємодії;

в) всі відповіді правильні;

г) жодна з відповідей не правильна.

12. Теоретичну базу міжнародного менеджменту становлять такі положення:

а) концепція абсолютних переваг;

б) концепція відносних переваг;

- в) концепція міжнародного життєвого циклу товару;
- г) всі відповіді правильні;
- д) жодна з відповідей не правильна.

13. Концепція прямих іноземних інвестицій була розроблена:

- а) А. Смітом;
- б) Д. Рікардо;
- в) К. Марксом;
- г) правильна відповідь відсутня.

14. Загальна мета міжнародного менеджменту полягає в:

- а) тому, щоб дати основоположне уявлення про формальні організації, що представляють крупний міжнародний бізнес, про їх внутрішню будову і функціональні взаємозв'язки та ефективність управління ними;
- б) комплексному вивченні, аналізі та оцінці зовнішнього середовища міжнародного бізнесу в інтересах пошуку і реалізації джерел конкурентних переваг фірми;
- в) поглибленому аналізі та оцінці культурного фонду в кожній країні перебування і використання його можливостей при виробленні рішень по функціонуванню і розвитку фірми;
- г) всі відповіді правильні.

15. Основні завдання міжнародного менеджменту полягають в:

- а) оцінці, виборі і практичному використанні організаційних форм, в рамках яких здійснюються закордонні операції фірми, з тим щоб максимізувати ефект використання економічного потенціалу та правових можливостей країн перебування;
- б) формуванні і розвитку мультинаціонального колективу фірми та її підрозділів у країні базування й у країнах перебування в інтересах максимального використання власного потенціалу працівників, можливостей окремих колективів і транснаціональних ефектів від їхньої взаємодії усередині фірми;
- в) пошуці, розвитку і ефективному використанні різноманітних можливостей бізнес-сервісу, і насамперед у сферах фінансового, технологічного й інформаційного обслуговування економічних операцій;

г) всі відповіді правильні.

16. Вкажіть основні вимоги до виконання завдань міжнародного менеджменту:

- а) дії і рішення, які є необхідними для досягнення однієї мети, не повинні заважати досягненню інших цілей;
- б) у міжнародній діяльності не повинно бути зовнішньої суперечливості;
- в) орієнтація на оцінку тенденцій розвитку ситуацій міжнародного бізнесу корпорації;
- г) всі відповіді правильні.

17. Вкажіть функції міжнародного менеджменту:

- а) стратегічне планування;
- б) мобілізація фінансових ресурсів;
- в) розподіл і перерозподіл фінансових ресурсів;
- г) контрольна.

18. Поясніть призначення мотиваційної функції міжнародного менеджменту:

- а) забезпечити нововведення і зміни в корпорації;
- б) стимулювання кого-небудь до діяльності, направленої на досягнення мети організації;
- в) всі відповіді правильні.

19. Вкажіть концепції міжнародного менеджменту:

- а) етноцентрична концепція;
- б) поліцентрична концепція;
- в) регіоцентрична концепція;
- г) всі відповіді правильні.

20. Вкажіть основні принципи функціонування міжнародного менеджменту:

- а) загальні;
- б) специфічні;
- в) національні принципи;
- г) всі відповіді правильні.

21. Середовище міжнародного менеджменту це:

- а) сукупність різноманітних відносин та інтересів різних груп і організацій, які складаються в усіх країнах, де корпорація здійснює свої ділові операції;
- б) сукупність економічних відносин та ресурсів країн-господарів, що визначають можливості започаткування і розвитку відділень транснаціональних корпорацій у цій країні;
- в) сукупність технологічних процесів, що використовуються у приймаючих країнах конкурентами та партнерами по бізнесу для виробництва товарів чи надання послуг.

22. Базовим елементом середовища є:

- а) політико-правове середовище міжнародних корпорацій;
- б) соціально-правове середовище міжнародних корпорацій;
- в) господарсько-правове середовище міжнародних корпорацій.

23. Політична складова політико-правового середовища включає такі фактори впливу на діяльність міжнародних корпорацій:

- а) політична стабільність;
- б) економічна самостійність;
- в) ефективність державного управління;
- г) правильна відповідь: а, в.

24. Міжнародне право це:

- а) система міжнародних правових актів, а також неписаних домовленостей, що регламентують міжнародний рух активів і захист прав та інтересів юридичних і фізичних осіб;
- б) система правових відносин, що ґрунтується на релігійних заповідях;
- в) система правових відносин, що базується на детально розроблених комплексах законів, зведених в певні кодекси.

25. Економічне середовище міжнародних корпорацій це:

- а) система міжнародних правових актів, а також неписаних домовленостей, що регламентують міжнародний рух активів і захист прав та інтересів юридичних і фізичних осіб;
- б) сукупність економічних відносин і ресурсів країн-господарів, що

визначають можливості започаткування і розвитку відділень транснаціональних корпорацій у цій країні;

в) типова характеристика ділової поведінки, притаманні певній національній культурі.

26. Соціально-культурне середовище міжнародних корпорацій це:

а) сукупність економічних відносин і ресурсів країн-господарів, що визначають можливості започаткування і розвитку відділень транснаціональних корпорацій у цій країні;

б) сукупність різноманітних відносин та інтересів різних груп і організацій, які складаються у всіх країнах, де корпорація здійснює свої ділові операції;

в) сукупність етнічних і культурних характеристик населення приймаючих країн, що створюють відповідні національні стереотипи поведінки.

27. Управлінське рішення це:

а) форма управлінської діяльності менеджера з метою виконання завдань;

б) результат діяльності менеджерів;

в) основна форма впливу менеджера на об'єкт управління з метою досягнення поставлених цілей;

г) форма керівництва організацією.

28. Довгострокові рішення спрямовані на:

а) виконання стратегічних і тактичних завдань;

б) вирішення переважно довгострокових завдань;

в) вирішення стратегічних завдань;

г) вирішення переважно тактичних завдань.

29. Короткострокові рішення орієнтовані на:

а) оперативні цілі;

б) тактичні цілі;

в) досягнення запланованих економічних показників;

г) тактичні та оперативні цілі.

30. Що є основною метою розробки і реалізації управлінських рішень на будь-якому рівні управління:

а) виконання виробничих завдань;

- б) отримання прибутку;
- в) досягнення великих прибутків;
- г) досягнення цілей організації.