

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

Кафедра світової економіки

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою

(пост. п. 8 від «27» 10 2022 р.)

Ректор



Анатолій МАЗАРАКІ

**МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС /
INTERNATIONAL BUSINESS**

**ПРОГРАМА /
COURSE SUMMARY**

Київ 2022

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ
заборонено**

Автори: Н.Г. Калюжна, доктор економічних наук, професор
В.Г. Лежетьокова, кандидат економічних наук, доцент

Програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри світової
економіки 29 серпня 2022 р., протокол № 1

Програму погоджено на вченій ради факультету міжнародної
торгівлі та права економіки 16.09.2022 р., протокол № 2

Рецензенти:

Рецензенти: Гринюк Н.А., кандидат економічних наук, доцент,
Косік О.Ю., директор «Зелена мрія ЛТД»

**МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС /
INTERNATIONAL BUSINESS**

**ПРОГРАМА /
COURSE SUMMARY**

ВСТУП

Програма дисципліни «Міжнародний бізнес» призначена для студентів магістратури ДТЕУ галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 071 «Облік і оподаткування», спеціалізації «Облік і оподаткування в міжнародному бізнесі» (обов'язкова компонента освітньої програми); магістратури ДТЕУ галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа», спеціалізації «Міжнародний готельний бізнес» (обов'язкова компонента освітньої програми); галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 242 «Туризм», спеціалізації «Міжнародний туристичний бізнес» (вибіркова компонента освітньої програми); бакалавріату ДТЕУ галузі знань 29 «Міжнародні відносини», спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини», спеціалізацій «Міжнародний бізнес», «Міжнародний маркетинг», «Міжнародна торгівля» (обов'язкова компонента освітньої програми).

Програму підготовлено відповідно до Стандартів вищої освіти України із зазначених спеціальностей та відповідних освітньо-професійних програм підготовки бакалаврів і магістрів ДТЕУ.

Програма складається з таких розділів:

1. Мета, завдання та предмет дисципліни.
2. Передумови вивчення дисципліни як вибіркової компоненти освітньої програми.
3. Результати вивчення дисципліни.
4. Зміст дисципліни.
5. Список рекомендованих джерел.

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес» є формування системи теоретичних та прикладних знань щодо здійснення міжнародної підприємницької діяльності в умовах глобалізації.

Завданням вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес» є надання студентам ґрунтовних знань щодо сутності, еволюції, основних характеристик міжнародного бізнесу в умовах глобалізації, особливостей функціонування суб'єктів міжнародного бізнесу на закордонних ринках, секторальних особливостей міжнародної підприємницької діяльності, методів аналізу ризиків приймаючої країни.

Предметом вивчення дисципліни є основні положення та методи аналізу форм та умов міжнародної підприємницької діяльності.

2. ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ЯК ВИБІРКОВОЇ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

У структурно-логічній схемі навчання фахівців за спеціальністю 242 «Туризм», спеціалізації «Міжнародний туристичний бізнес» дисципліна «Міжнародний бізнес» має вивчатися після дисципліни «Міжнародний туризм» та сприятиме вивченню дисциплін «Управління корпораціями в туризмі», «Управління проектами в туризмі».

3. РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Міжнародний бізнес», як обов'язкова / вибіркова компонента освітньої програми, забезпечує оволодіння студентами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за відповідними освітньо-професійними програмами:

✓ *Міжнародний бізнес (ОС бакалавр), 2022 р. набору*

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
4	Здатність планувати та управляти часом	14
8	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу	11, 12
9	Уміння бути критичним та самокритичним	4, 15, 16
11	Здатність працювати в команді	15, 16
12	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	1, 2, 3
13	<i>Здатність продукувати нові ідеї, системно мислити, проявляти креативність, гнучкість</i>	10, 11
14	<i>Здатність адекватно оцінювати і прогнозувати економічні та соціальні явища, системність у прийнятті обґрунтованих рішень</i>	12
<i>Фахові компетентності за освітньою програмою</i>		
4	Здатність обґрунтовувати особливості реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях	3, 4, 9
5	Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них	3, 4, 9
8	Здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними	5, 6, 7, 8, 9
16	Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань,	1, 2

	генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності	
17	<i>Знання вітчизняної і зарубіжної практики проведення міжнародних бізнес-операцій</i>	3, 5, 7, 13
18	<i>Здатність аналізувати статистичну та фінансову звітність з метою визначення конкурентних позицій міжнародних бізнес-суб'єктів</i>	5, 16
19	<i>Розуміння організації діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах глобалізації та регіоналізації, в тому числі здатність визначати митну вартість товарів, нараховувати митні платежі</i>	13, 17
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
4	Систематизувати й упорядковувати отриману інформацію щодо процесів і явищ у світовому господарстві; оцінювати та пояснювати вплив ендогенних і екзогенних факторів на них; формулювати висновки і розробляти рекомендації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища	3, 4, 10
7	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати	1, 2, 10, 11, 12
8	Розуміти, виділяти й описувати нові явища, процеси й тенденції глобального розвитку, механізми й інструменти реалізації економічної політики та світових інтеграційних / дезінтеграційних процесів, у тому числі та євроатлантичної інтеграції	8, 9, 16, 17
10	Ідентифікувати та виокремлювати особливості функціонування суб'єктів міжнародних відносин та моделей їх економічного розвитку	5, 6, 7, 8, 9, 13, 14, 15, 17
11	Обґрунтовувати власну думку щодо конкретних умов реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях	4, 11, 12, 14
13	Підбирати і вміло застосовувати аналітичний інструментарій дослідження стану та перспектив розвитку окремих сегментів міжнародних ринків товарів і послуг з використанням сучасних знань про методи, форми й інструменти регулювання міжнародної торгівлі	11, 12, 14
23	Усвідомлювати необхідність навчання впродовж життя з метою підтримки професійної компетентності на високому рівні	1, 2, 12
25	Презентувати результати дослідження на базі яких, розробляються рекомендації та заходи з адаптації до змін міжнародного середовища	10, 12, 14

✓ *Міжнародний маркетинг (ОС бакалавр), 2022 р. набору*

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
---------------------------	----------------------	---

<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
3	Здатність навчатися та бути сучасно навченим.	1, 2, 3, 15
4	Здатність планувати та управляти часом	14
7	Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.	12
8	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу	11, 12
11	Здатність працювати в команді	5, 6, 15, 16
12	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	1, 3, 5, 7, 8, 9
<i>Фахові компетентності за освітньою програмою</i>		
4	Здатність обґрунтовувати особливості реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях	3, 9, 15
5	Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них.	3, 4, 9
8	Здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними	5, 6, 7, 8, 9
11	Здатність проводити дослідження економічних явищ та процесів у міжнародній сфері з урахуванням причиннонаслідкових та просторово-часових зв'язків.	1, 3, 5, 7, 8, 9
16	Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності	1, 2, 14
18	<i>Здатність забезпечувати процес організації товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємства на зарубіжних ринках.</i>	14
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
1	Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.	1, 2, 16
5	Володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути зрозумілим для представників інших бізнес-культур та професійних груп різного рівня (з фахівцями з інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності, толерантності та поваги до них.	5, 6, 15
7	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.	1, 2, 10, 11, 12
9	Розуміти і вміти застосовувати, відповідно до інших вимог освітньої програми, сучасні теорії та методи розв'язання спеціалізованих складних задач і практичних проблем у сфері міжнародної торгівлі товарами та послугами, міжнародного руху капіталу, міжнародних валютно-фінансових та кредитних відносин, мобільності людських ресурсів, міжнародного трансферу технологій	2, 4, 11, 12

11	Обґрунтовувати власну думку щодо конкретних умов реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях	1, 3, 5, 7, 8, 9
18	Досліджувати економічні явища та процеси у міжнародній сфері на основі розуміння категорій, законів; виділяючи й узагальнюючи тенденції, закономірності функціонування та розвитку світового господарства з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків	2, 4, 14, 15, 17
22	Застосовувати відповідні методи, правила і принципи функціонування міжнародних економічних відносин для розвитку зовнішньоекономічної діяльності України	13, 15
24	Обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, економіко-статистичні методи обчислення, складні техніки аналізу та методи моніторингу кон'юнктури світових ринків.	3, 11, 12, 14
25	Презентувати результати дослідження на базі яких, розробляються рекомендації та заходи з адаптації до змін міжнародного середовища.	10, 12, 14
27	Оцінювати конкурентоспроможність товару на внутрішньому та глобальному ринку; розробляти заходи щодо планування та оптимізації асортименту продукції підприємства (ТНК) залежно від споживчих вподобань; оцінювати маркетингові ризики виведення нового товару на зовнішній ринок.	3, 4, 5, 6

✓ *Міжнародна торгівля (ОС бакалавр), 2022 р. набору*

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
3	Здатність навчатися та бути сучасно навченим	1, 2, 3, 15
4	Здатність планувати та управляти часом	14
7	Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій	4, 11, 12
11	Здатність працювати в команді	15, 16
<i>Фахові компетентності за освітньою програмою</i>		
16	Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності	1, 2
17	<i>Знання вітчизняної і зарубіжної практики проведення зовнішньоторговельних операцій, в тому числі здатність визначати митну вартість товарів, нараховувати митні платежі.</i>	3, 5, 7, 13
19	<i>Розуміння організації діяльності суб'єктів міжнародної торгівлі в умовах глобалізації та регіоналізації.</i>	13, 17
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		

1	Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін	1, 2, 16
6	Планувати, організовувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу.	3, 11,12, 14
15	Визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.	4, 11, 12, 14
23	Усвідомлювати необхідність навчання впродовж життя з метою підтримки професійної компетентності на високому рівні	1, 2, 12
29	<i>Мати здатність оцінювати зміни товарної кон'юнктури на внутрішньому та зовнішньому ринках та приймати управлінські рішення у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.</i>	5, 6, 7, 8, 9, 13, 14, 15, 17

✓ *Міжнародний готельний бізнес (ОС магістр)*

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
<i>ЗК1</i>	<i>Діяти на засадах розуміння цивілізаційних гуманітарних цінностей та глобалізаційних процесів, національного розвитку</i>	1, 2, 3, 8, 15
<i>ЗК2</i>	<i>Здатність до системного творчого мислення, наполегливість у досягненні мети професійної та науково-дослідницької діяльності</i>	5, 6, 7, 10
<i>ЗК8</i>	<i>Здатність до пошуку, опрацювання та узагальнення професійної і науково-технічної інформації</i>	4, 9, 11, 12, 17
<i>Фахові компетентності за освітньою програмою</i>		
<i>ФК1</i>	<i>Знання теорії, закономірностей, методів (алгоритмів) і способів діяльності, що достатні для формування та впровадження власної моделі професійної діяльності, в тому числі в екстремальних умовах та відповідно до міжнародного контексту</i>	2, 3, 10, 11, 12
<i>ФК3</i>	<i>Здатність використовувати методи наукових досліджень у сфері гостинності</i>	2, 9, 12
<i>ФК4</i>	<i>Розуміння завдань національної політики та механізмів регулювання індустрії гостинності, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани її розвитку у міжнародному середовищі</i>	1, 5, 7, 8, 9

<i>ФК10</i>	<i>Здатність управляти комерційною, маркетинговою, фінансовою діяльністю, розробляти антикризові програми діяльності корпорацій, готельних та ресторанних мереж, суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, розробляти стратегічні напрями їх розвитку корпорацій у міжнародному середовищі</i>	3, 14, 15, 16, 17
<i>ФК12</i>	<i>Здатність до підприємницької діяльності на міжнародному рівні</i>	9, 12, 15
<i>ФК15</i>	<i>Здатність до визначення стратегічних завдань у розвитку готельного і ресторанного бізнесу, оцінювання нових ринкових можливостей, формулювання бізнес-ідей та стратегічних маркетингових заходів</i>	8, 13, 14, 15, 17
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
<i>РН1</i>	<i>Знання передових концепцій, методів науково-дослідної та професійної діяльності в сфері гостинності</i>	2, 3, 10, 11
<i>РН5</i>	<i>Здатність оцінювати кон'юнктуру ринку, інтерпретувати результати дослідження та прогнозувати напрями розвитку суб'єкта підприємницької діяльності в сфері гостинності</i>	4, 9, 12, 15
<i>РН11</i>	<i>Вільно володіти державною мовою і використовувати її в професійній діяльності</i>	1, 2, 9
<i>РН12</i>	<i>Практикувати використання іноземних (ної) мов (мови) у професійній діяльності</i>	15, 16
<i>РН13</i>	<i>Діяти у полікультурному середовищі</i>	4, 15, 16, 17

✓ *Міжнародний туристичний бізнес (ОС магістр)*

<i>Номер в освітній програмі</i>	<i>Зміст компетентності</i>	<i>Номер теми, що розкриває зміст компетентності</i>
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
<i>ЗК1</i>	<i>Діяти на засадах розуміння цивілізаційних гуманітарних цінностей та глобалізаційних процесів, пріоритетів національного розвитку</i>	1, 2, 3, 8, 10, 15
<i>ЗК3</i>	<i>Уміння працювати в міжнародному та вітчизняному професійному середовищі</i>	4, 9, 11, 12, 15
<i>ЗК4</i>	<i>Вільне володіння та здатність спілкуватися діловою англійською та іншою (шими) іноземною (ними) мовою (мовами) в професійній діяльності</i>	6, 15, 16
<i>Фахові компетентності за освітньою програмою</i>		
<i>СК5</i>	<i>Здатність до організації та управління туристичним процесом на локальному, регіональному, національному та міжнародному рівнях в туристичній дестинації, на туристичному підприємстві</i>	9, 15
<i>СК8</i>	<i>Розуміння механізмів взаємодії суб'єктів світового та національного туристичного ринків і положень соціально-відповідального бізнесу в туризмі та рекреації</i>	8, 16
<i>СК10</i>	<i>Здатність до підприємницької діяльності на національному</i>	7, 9, 13, 17

	<i>та міжнародному туристичному ринку</i>	
СК11	<i>Здатність до визначення стратегічних завдань у розвитку міжнародного туристичного бізнесу</i>	5, 7, 8, 14
СК12	<i>Здатність до соціальної та академічної мобільності в сфері міжнародної туристичної діяльності, міжкультурної взаємодії в сфері туризму</i>	2, 16
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
ПРН6	<i>Здатність здійснювати управління підприємством та їх інтеграційними об'єднаннями підприємств (корпорацією) індустрії туризму та рекреації</i>	8, 9, 14, 15
ПРН10	<i>Практикувати використання іноземних (ної) мов (мови) у професійній діяльності</i>	12, 15, 16
ПРН11	<i>Діяти у полікультурному середовищі</i>	4, 15, 16, 17

✓ *Облік і оподаткування в міжнародному бізнесі (ОС магістр)*

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
ЗК04	<i>Здатність проведення досліджень на відповідному рівні</i>	1, 2, 3, 4, 11, 12
ЗК07	<i>Здатність працювати в міжнародному контексті</i>	5, 9, 13, 15
<i>Фахові компетентності за освітньою програмою</i>		
СК01	<i>Здатність формувати та використовувати облікову інформацію для прийняття ефективних управлінських рішень на всіх рівнях управління підприємством в цілях підвищення ефективності, результативності та соціальної відповідальності в частині міжнародного бізнесу</i>	5, 6, 7, 10, 11, 12, 15, 16, 17
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
ПР01	<i>Вміти розвивати та підвищувати свій загальнокультурний і професійний рівень, самостійно освоювати нові методи роботи та знання щодо комплексного бачення сучасних проблем економіки та управління</i>	2, 3, 8, 9, 15, 17

4. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Міжнародний бізнес: сутність, еволюція, основні характеристики

Вступ до дисципліни. Предмет дисципліни. Мета та завдання вивчення дисципліни. Інтегровані вимоги до знань та вмій з навчальної дисципліни. Структурно-логічна схема вивчення дисципліни.

Основні риси та особливості міжнародного бізнесу. Економічна сутність міжнародного бізнесу як явища та процесу. Характерні риси міжнародного бізнесу та його особливості. Причини формування та розвитку міжнародного бізнесу. Аспекти мотивації до міжнародного бізнесу.

Історичні етапи еволюції міжнародного бізнесу. Етапи формування та розвитку міжнародного бізнесу: комерційна ера, ера експансії, ера концесій, ера національних держав, ера глобалізації. Порівняльна характеристика етапів розвитку міжнародного бізнесу: періодизація, суспільно-політичні ознаки, рушійні сили та результати.

Передумови формування сучасної моделі міжнародного бізнесу. Історичний контекст завдань підприємницької діяльності: епоха масового виробництва, епоха масового збуту, постіндустріальна епоха. Періоди еволюції умов діяльності підприємств: стабільність, реакція на проблеми, передбачення, дослідження, творчість, адаптація. Сучасні умови, ознаки та тенденції міжнародної підприємницької діяльності.

Міжнародний бізнес в умовах глобалізації. Рушійні та гальмівні фактори розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. Нові риси міжнародного бізнесу в умовах глобалізації.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-5.

Додатковий: 3, 4, 8, 12, 13, 17, 20-22, 28.

Інтернет-ресурси: 1, 2

Тема 2. Теоретична база становлення сучасної моделі міжнародного бізнесу

Теоретичне підґрунтя інтернаціоналізації міжнародного бізнесу. Інтернаціоналізація міжнародного бізнесу як явище та процес. Теорії та концепції, що становлять теоретичне підґрунтя інтернаціоналізації міжнародного бізнесу. Меркантилізм. Теорія абсолютних переваг. Теорія порівняльних переваг. Теорія Хекшера-Оліна. Теорія подібності. Теорія глобальної стратегічної конкуренції. Теорія конкурентних переваг М. Портера. Класична теорія. Марксистська теорія. Неокласична теорія. Неокейнсіанська теорія. Теорія економічного розвитку та підприємницької функції Й. Шумпетера. Теорія дихотомії індустрії та бізнесу Т. Веблена.

Теорія життєвого циклу продукту Р. Вернона. Теорія спадаючих витрат виробництва. Теорія «технологічного розриву». Теорія глобальних ланцюгів створення вартості Г. Джереффі. Глобальні продуктові ланцюги. Глобальні виробничі ланцюги Н. Коу. Концепція нової торгової революції Г. Хемілтона.

Парадигми транснаціоналізації та їх еволюція. Транснаціоналізація як якісно новий етап інтернаціоналізації міжнародного бізнесу. Парадигми транснаціоналізації: рання (теорія ринкової влади С. Геймера), еkleктична, сучасна. Базові категорії парадигм інтернаціоналізації.

Теорії та концепції транснаціоналізації. Мотиви та умови міжнародної підприємницької діяльності згідно з теоріями транснаціоналізації. Технологічна концепція Дж. Гелбрейта. Теорія монополістичних переваг (недосконаlostі ринку) С. Хаймера, Ч. Кіндлебергера. Парадигма «журавлиного клину» К. Акамацу. Теорія наздоганяючого циклу К. Акамацу. Теорія олігополістичного захисту Ч. Ніккербоккера. Теорія інтерналізації П. Бакклі та М. Кесона. Теорія трансакційних витрат. Еkleктична теорія Дж. Даннінга (парадигма OLI). Теорія шляхів інвестиційного розвитку Дж. Даннінга

Новітні концепції та моделі міжнародного бізнесу. Теорія стратегічного підходу (Strategic Approach). Інноваційні моделі інтернаціоналізації. Етапи інтернаціоналізації міжнародного бізнесу відповідно до інноваційних моделей. Упсальська модель інтернаціоналізації. Еволюційна модель інтернаціоналізації. Концепція Халмштадського університету.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-5.

Додатковий: 3, 5, 6, 18, 32-42.

Інтернет-ресурси: 8.

Тема 3. Форми реалізації міжнародного бізнесу

Суб'єкти міжнародного бізнесу. Ознаки суб'єкта міжнародного бізнесу. Суб'єкти міжнародного бізнесу: окремі особи, підприємства, транснаціональні структурні утворення, міжнародні організації й асоціації, інтеграційні (регіональні) угруповання, держави.

Прийняття рішення щодо інтернаціоналізації бізнесу. Етапи прийняття рішення щодо інтернаціоналізації бізнесу: аналіз закордонних ринків, оцінка альтернативних закордонних ринків. Критерії оцінювання закордонних ринків: потенціал ринку, рівень конкуренції, правове та політичне середовище, вплив соціокультурних чинників. Передумови вибору способу входження на закордонні ринки: переваги володіння цінними активами, переваги розташування, переваги інтерналізації операцій, необхідність контролю, доступність ресурсів, тип міжнародної стратегії.

Альтернативи входження на закордонні ринки. Експорт товарів та послуг, його форми: прямий експорт, непрямий експорт, внутрішньокорпоративна торгівля. Проактивні та реактивні мотиви експортної діяльності. Чинники вибору форми експорту: державна політика, маркетингові та логістичні аспекти, розподіл товарів. Експортні посередники. Типи посередницьких фірм у міжнародному бізнесі: компанії з управління експортом, експортні асоціації Уебба-Померена, міжнародні торговельні компанії, торговельні та експортні агенти промислових компаній, брокери із експортно-імпортних операцій, транспортно-експедиторські агенції. Міжнародне ліцензування та міжнародний франчайзинг: учасники, умови та особливості реалізації. Спеціалізовані способи проникнення на закордонні ринки: контрактне виробництво, контракти на управління, проекти «під ключ». Прямі іноземні інвестиції у міжнародному бізнесі: структура, динаміка, чинники впливу, тенденції. Типи прямих іноземних інвестицій: будівництво нових підприємств, придбання існуючих підприємств, участь у сумісних підприємствах.

Сучасні організаційні форми та моделі міжнародного бізнесу. Міжнародна мережева економічна структура. Альянси. Модель глобального бізнесу «Netchising». Онлайнві ринки як міжорганізаційні інформаційні системи. Використання CRM-технологій (Customer Relationship Marketing / Management). Міжнародний аутсоринг та його види: виробничий аутсорсинг, аутсорсинг бізнес-процесів, ІТ-аутсорсинг. Інноваційні бізнес-моделі: принципи та напрями розробки.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4-5.

Додатковий: 15, 22.

Інтернет-ресурси: 8.

Тема 4. Середовище міжнародного бізнесу

Поняття та елементи міжнародного середовища підприємства.

Класифікація середовища за Д. Баллом: внутрішнє (ендогенне), зовнішнє (екзогенне) макро- та мікросередовище. Близьке та далеке середовище. Міжнародне середовище. Чинники міжнародного середовища: економічні, правові, технологічні, політичні, соціокультурні. Етапи аналізу середовища міжнародного бізнесу.

Економічне середовище. Динаміка показників економічного зростання як характеристика економічного середовища міжнародного бізнесу. Показники економічного зростання: валовий національний продукт, валовий внутрішній продукт, зовнішньоторговельний обіг, розмір державних запозичень. Динаміка та структура чисельності населення. Забезпеченість економічними ресурсами: за наявністю, за вартістю, за дефіцитністю.

Правове середовище. Відмінності між правовими системами та їх складові: загальне, статутне, цивільне, релігійне, бюрократичне право. Закони приймаючої країни: орієнтовані на внутрішній ринок, такі, що регулюють міжнародні ділові операції. Закони, спрямовані проти іноземних компаній. Вирішення спорів та врегулювання ділових конфліктів у міжнародному бізнесі.

Технологічне середовище. Ресурсна забезпеченість як підґрунтя технологічного середовища країни. Інвестиції та передача технологій як засоби вдосконалення технологічного середовища країни. Захист інтелектуальної власності. Патентна практика різних країн як джерело конфліктів у міжнародному бізнесі.

Політичне середовище. Геополітичний вимір сучасного міжнародного бізнесу. Вплив змін урядової політики у приймаючій країні на міжнародну ділову активність. Практика страхування від трансформації політичної ситуації.

Соціокультурне середовище. Характеристики культури у контексті міжнародного бізнесу. Елементи культури: соціальна структура, мова, засоби комунікації, релігія, цінності та настанови. Соціальна стратифікація, її вплив на діяльність міжнародних компаній. Соціальна мобільність. Мовні та комунікативні аспекти міжнародного бізнесу. Вплив релігії на міжнародний бізнес. Чинники ціннісних настанов суспільства у міжнародному бізнесі: час, вік, освіта, соціальний статус.

Список рекомендованих джерел

Основний: 3-5.

Додатковий: 7, 15, 22.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 3, 4.

Тема 5. Транснаціональні корпорації та їх визначальна роль у міжнародному бізнесі

Сутність та еволюція транснаціональних корпорацій. Транснаціональні корпорації як суб'єкти міжнародного бізнесу. Етапи еволюції (покоління) ТНК. Джерела ефективності діяльності ТНК. Систематизація ключових аспектів діяльності ТНК: критерії належності корпорації до ТНК, основні риси, переваги, сучасні тенденції розвитку, наслідки діяльності.

Трансформація ТНК на сучасному етапі розвитку. Роль ІТ-технологій в діяльності ТНК. Етапи впровадження ІТ-технологій в діяльність ТНК: первинна автоматизація, повна автоматизація, міжфункціональна інтеграція, системна інтеграція, системна оптимізація. Сучасні тенденції в діяльності ТНК: декомпозиція, спеціалізація, делокалізація, інтернаціоналізація, екстерналізація, інтеграція, координація, рекомбінація. Рекомбінація як визначальний чинник трансформації ТНК. Види рекомбінації: виробнича, трансакційна, стратегічна.

Показники транснаціоналізації компанії. Показники, що описують діяльність ТНК: закордонні активи (FA), загальні активи (TA), обсяг закордонних продажів (FS), загальний обсяг продажів (TS), чисельність закордонних співробітників (FE), чисельність співробітників (TE), кількість закордонних філій (FAF), загальна кількість філій (TAF). Індeksi, що характеризують закордонну експансію ТНК: індекс транснаціоналізації компанії (Transnationality Index TNI), індекс інтернаціоналізації (Internationality Index II), індекс концентрації (Concentration Index CI), індекс розгалуженості мережі філій (Network Spread Index NSI).

Оцінювання привабливості потенційних споживчих ринків збуту ТНК. Алгоритм оцінювання привабливості потенційного споживчого ринку збуту ТНК. Критерії привабливості потенційного ринку збуту: прогнозоване зростання ринку, зміни рентабельності ринку, нестабільність на міжнародному рівні.

Список рекомендованих джерел

Основний: 2-5.

Додатковий: 6, 16, 20, 25.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 5.

Тема 6. Транснаціональні банки в міжнародному бізнесі

Соціально-економічна природа транснаціональних банків. Історичні передумови виникнення транснаціональних банків (ТНБ). Критерії належності до транснаціональних банків. Мобільність як головний принципи діяльності ТНБ. Рейтингова система ТНБ Базельського комітету банківського нагляду. Рейтинг інформаційної агенції Блумберг. Основні принципи, напрями діяльності та функції ТНБ. Стратегії ТНБ: проникнення на ринок, розвиток ринку, розробка нового товару, диверсифікація. Визначальні особливості діяльності ТНБ.

Основні операції транснаціональних банків на міжнародному ринку. Кредитні операції як основний вид діяльності ТНБ. Реалізація ТНБ функції вільного переливу капіталу. Довго-, середне- та короткострокове кредитування ТНБ. Позики промисловим підприємствам. Розрахункові операції. Лізинг. Комісійні операції. Роль ТНБ в обслуговуванні міжнародної торгівлі та виробництва. Міжнародний факторинг. Форфейтинг. Проектне фінансування.

Організаційна структура транснаціональних банків. Чинники впливу на вибір організаційної структури ТНБ. Принципи побудови структури ТНБ: функціональний, географічний, товарний (ринковий). Організаційна структура підрозділу ТНБ: представницький офіс, міжнародний департамент, закордонний операційний відділ. Агенції як форма міжнародної банківської діяльності. закордонні філії банку. Дочірні та сумісні банки. Інтернет-підрозділи як нова організаційна форма ТНБ. Самостійна та інтегрована моделі Інтернет-банків.

Транснаціональні банки в системі регулювання окремих країн. Контроль за створенням філій та відділів ТНБ: досвід Німеччини, Італії, Нідерландів. Функціонування органів банківського нагляду: досвід Великобританії, Італії, Нідерландів, Франції. Етапи банківського нагляду: ліцензування, перевірка звітності, інспектування на місцях, контроль за дотриманням банками вимог наглядових органів. Світовий досвід банківського нагляду за діяльністю фінансових конгломератів. Досвід законодавчого регулювання діяльності ТНБ в США та Німеччині.

Список рекомендованих джерел

Основний: 2-5.

Додатковий: 16, 20, 25.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 5.

Тема 7. Мале та середнє підприємництво в сфері міжнародного бізнесу

Сутність та критеріальні ознаки малого та середнього бізнесу. Економічна сутність малого бізнесу. Економічна сутність середнього бізнесу. Функції малого та середнього бізнесу в економіці. Критеріальні ознаки малого та середнього бізнесу: суб'єкти, чисельність працюючих за рік, дохід від реалізованої продукції за рік, форма власності. Порівняння критеріальних ознак малого та середнього бізнесу в Україні, США, ЄС.

Форми співпраці малих та середніх підприємств з ТНК. Основні форми співпраці МСП і ТНК: аутсорсинг, субпідряд, франчайзинг, лізинг, венчурне фінансування, кластеризація. Характеристика моделей взаємодії МСП та ТНК: американська, японська, індійська, європейська, турецька.

Віртуальні підприємства як суб'єкти міжнародного бізнесу. Підходи до визначення сутності віртуального підприємства. Особливості віртуальних підприємств: конкурентний тиск на традиційні організації, конкуренція з боку нетрадиційних підприємств, активізація міжнародної співпраці, сприяння оновленню і розширенню асортименту продуктів та послуг. Етапи створення віртуального підприємства: проектування процесів, прив'язка до ресурсів, експлуатація підприємства, моніторинг процесів, управління підприємством. Принципи утворення віртуального підприємства. Модель організаційних складових бізнес-інкубатора.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-5.

Додатковий: 4, 8, 9, 19, 25.

Інтернет-ресурси: 6, 7, 9, 10, 11.

Тема 8. Стратегічні альянси в міжнародному бізнесі

Роль стратегічних альянсів у розвитку міжнародного бізнесу. Співробітництво міжнародних компаній як невід'ємна складова сучасного бізнесу. Стратегічний альянс: сутність та передумови створення.

Міжнародний стратегічний альянс (МСА) та його ознаки: походження партнерів, взаємна стратегічна значущість. Переваги учасників МСА: спрощення виходу на новий ринок, розподіл ризиків, обмін досвідом та знаннями, синергія. Можливі втрати та переваги від міжнародного співробітництва компаній.

Вибір партнера при створенні міжнародного стратегічного альянсу. Критерії вибору партнера при створенні альянсу: сумісність, характер товарів або послуг потенційного партнера, відносна безпека союзу, можливості навчання в рамках альянсу. Ключові причини нежиттєздатності стратегічних альянсів: несумісність партнерів, доступ до інформації, конфлікти при розподілі доходів, втрата автономності, зміни умов ведення бізнесу. Причини завершення діяльності альянсів.

Форми стратегічних альянсів. Двосторонні та багатосторонні альянси. Національні та міжнародні альянси. Галузеві та міжгалузеві альянси. Альянси рівних партнерів та змішані альянси. Партнерства неконкуруючих компаній: транснаціональні сумісні компанії, вертикальне партнерство, міжгалузеві угоди. Альянси компаній-конкурентів: інтеграційні, псевдоконцентраційні, комплементарні.

Секторальні особливості створення міжнародних альянсів. Галузеві чинники успішності альянсів. Сфери конкуренції та співробітництва альянсів високотехнологічних галузей. Міжнародні стратегічні альянси у сфері послуг. Найбільш привабливі для створення альянсів сектори економічної діяльності.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1, 2-5.

Додатковий: 8, 15.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 5.

Тема 9. Секторальні особливості міжнародного бізнесу

Міжнародний бізнес в інноваційній сфері. Інноваційна сфера як явище та процес. Інформаційний глобалізм. Джерела мотивації та результат міжнародного бізнесу в інноваційній сфері за умов інформаційного глобалізму. Особливості функціонування компаній на ринку високотехнологічних товарів. Технологічні стратегії розвитку міжнародного бізнесу: стратегія раннього лідерства, стратегія пізнього лідерства, стратегія технологічного наступництва. Стартапи в міжнародному бізнесі. Напрями стимулювання інноваційної діяльності в міжнародному бізнесі. Екстра концесії та податкові кредити.

Інфраструктурне забезпечення міжнародного бізнесу. Інноваційна інфраструктура бізнесу та її елементи. Технополіси та їх національні модифікації: технологічні парки, технокополіси, наукові парки, дослідницькі промислові парки, парки-клуби і ділові комплекси, бізнес-

парки, інноваційні центри. Функції та національні прототипи технологічних парків. Національні особливості діяльності бізнес-інкубаторів. Світові моделі організації інноваційного бізнесу.

Міжнародні та регіональні торговельно-збутові мережі. Основні терміни і поняття міжнародних логістичних систем: логістика, глобальна логістика, міжнародна логістична інфраструктура, глобальні логістичні системи, макрологістичні системи, мегалогістичні системи. Концепція розвитку глобальних логістичних систем (ГЛС). Характеристика моделей глобальних логістичних систем ГЛС. Функції глобальних логістичних систем. Типологізація міжнародних і регіональних торгових мереж. Місце торговельно-збутової діяльності в системі виробничого ланцюга нарощення доданої вартості. Види міжнародних систем торговельно-збутової діяльності. Показники оцінювання ефективності функціонування глобальних торговельних мереж (ГТМ).

Особливості міжнародного бізнесу в розрізі окремих видів економічної діяльності. Особливості міжнародного бізнесу за галузями: енергетика, сільське господарство, хімічна промисловість, металургійна промисловість, машинобудування.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-5.

Додатковий: 9, 10, 24, 26.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 3, 4.

Тема 10. Специфіка ризиків середовища міжнародного бізнесу

Ризик у підприємницькій діяльності. Поняття ризику у підприємницькій діяльності. Принципи управління ризиками. Загальна схема процесу управління ризиком. Основні методи управління ризиками: уникнення, зменшення ступеня ризику, прийняття ризику.

Характеристика ризику в міжнародному бізнесі. Поняття ризику міжнародного бізнесу. Складові ризику міжнародного бізнесу: ризик, зумовлений специфікою приймаючої країни та комерційний ризик. Витоки концепції ризику країни. Структура ризику країни: комерційний ризик (альфа-ризик) та політичний ризик (бета-ризик).

Складові ризику країни та їх взаємодія. Складові ризику країни: економічний, фінансовий, валютний, політичний. Динаміка ВВП та ВНП як показники економічного ризику країни. Параметри фінансового ризику країни: зовнішні боргові зобов'язання, динаміка погашення зовнішніх боргових зобов'язань, економічний ризик країни. Види валютного ризику країни: операційний, трансляційний, економічний. Фактори ризику країни за Ч. Кеннеді.

Політичні ризики в закордонній діяльності. Політичний ризик: сутність поняття та еволюція розуміння. Політичні системи за Ч. Кеннеді: авторитарно-традиційна, авторитарно-мобілізаційна, ліберально-демократична, нова незалежні. Класифікація політичних ризиків за Ч. Кеннеді. Глобальні та спеціальні політичні ризики. Макроризик та мікроризик. Класифікація політичних ризиків за Дж. де ла Торе та Д. Некаром. Основні чинники політичного ризику. Вплив політичного ризику на закордонні операції: прямі інвестиції, закордонні запозичення, портфельні інвестиції.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4-5.

Додатковий: 2, 4.

Інтернет-ресурси: 3, 8.

Тема 11. Методи та техніка аналізу ризиків приймаючої країни

Методи аналізу ризиків приймаючої країни. Якісні методи аналізу ризиків: «old hands» та «grand tours». Кількісний підхід до оцінювання ризиків. Комбінований підхід до оцінювання ризиків (Gestalt-підхід). Порівняльні та аналітичні методи в аналізі ризиків країни.

Рейтингові системи в оцінюванні ризиків приймаючої країни. Метод прогнозу фірми Credit Risk International. Методика страхової фірми «Гермес». Методика аналізу рівня ризику країни Швейцарської банківської корпорації. Рейтингові системи оцінювання ризику країни: Bank of America World Information Services (BoA). Business Environment Risk Intelligence (BERI). S.A. Control Risks Group (CRG). Economist Intelligence Unit (EIU). Euromoney (E/M). Institutional Investor (II). International Country Risk Guide (ICRG). Moody's Investor Service (MIS). Political Risk Services (PRS). Standard & Poor's Ratings Group (S&P).

Сучасна аналітична техніка оцінювання ризиків приймаючої країни. Метод спеціального відліку. Методи оцінки ймовірності несприятливих подій: метод побудови дерева подій, метод «події – наслідки», метод дерева відмов. Соціологічний підхід. Динамічне сегментування. Метод експертних систем. Економетричні методи. Послідовний дискримінаційний аналіз.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4-5.

Додатковий: 2, 3, 27.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 5.

Тема 12. Прийняття рішень в умовах невизначеності середовища міжнародного бізнесу

Невизначеність як економічна категорія: сутність та джерела виникнення. Невизначеність в економіці. Види невизначеності: природна, імовірнісна, статистична, поведінкова (ігрова). Джерела невизначеності: невизначеність зовнішнього та внутрішнього середовища суб'єкта міжнародного бізнесу; випадкова або навмисна протидія з боку інших економічних суб'єктів; дія випадкових несподіваних зовнішніх чинників.

Чинники невизначеності середовища міжнародного бізнесу. Макрорівневі та мікрорівневі чинники невизначеності. Міжнародні чинники невизначеності: загальноекономічні, науково-технологічні, військово-політичні, інституційно-економічні.

Оцінювання сприятливості бізнес-середовища приймаючої країни як засіб подолання невизначеності. Індекс економічної свободи Heritage Foundation (IEC). Індекс глобальної конкурентоспроможності The Global Competitiveness Index. Індекс легкості ведення бізнесу Всесвітнього банку Doing Business Index. Індекс залучення країн до міжнародної торгівлі Всесвітнього економічного форуму Enabling Trade Index. Глобальний інноваційний індекс The Global Innovation Index. Глобальний індекс економіки знань Європейської Комісії ООН (ГІЕЗ ЄЕКООН). Глобальний індекс інновацій міжнародної бізнес-школи INSEAD (Франція).

Методи прийняття рішень щодо міжнародного бізнесу в умовах невизначеності. Прийняття управлінських рішень щодо здійснення міжнародного бізнесу в умовах невизначеності. Критерій максимуму (принципу гарантованого результату, критерій Вальда). Критерій максимума (принцип оптимізму). Критерій Гурвіця. Критерій мінімаксного жалю (принцип Севіджа). Критерій Лапласа.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4-5.

Додатковий: 2, 3, 27.

Інтернет-ресурси: 11, 12, 13, 14.

Тема 13. Міжнародний бізнес у вільних економічних та офшорних зонах

Вільні економічні зони в системі міжнародного бізнесу: сутність та цілі створення. Підходи до визначення поняття «вільна економічна зона»: територіальний, галузевий (функціональний), системний. Цілі створення ВЕЗ: економічні, соціальні, науково-технічні. Умови створення ВЕЗ. Характерні риси ВЕЗ: пільги та стимули (зовнішньоторговельні, податкові, фінансові, адміністративні), система управління, державна підтримка.

Типи вільних економічних зон та їх основні характеристики. Типи вільних економічних зон та їх основні характеристики: вільні митні (податкові) зони, вільні торговельні зони, вільні експортні зони, зони вільної банківської та/або страхової діяльності, зони вільного

підприємництва, вільні технологічні та зони, парки (технополіси). Американська модель ВЕЗ. Китайська модель ВЕЗ.

Офшорні зони в системі міжнародного бізнесу. Сутність поняття «офшорна зона». Сфери використання офшорних зон в міжнародному бізнесі: лізингова діяльність, інвестиційна діяльність, банківська діяльність, торговельна діяльність, володіння майном. Стратегічні цілі держави про створенні офшорної зони: економічні, соціальні, науково-технічні. Характерні ознаки офшорних зон та умови, які вони створюють для ведення міжнародного бізнесу: пільгове оподаткування, фінансова таємниця, валютний контроль, розвинена система комунікацій, просте законодавство.

Особливості функціонування фірм, що зареєстровані та діють у офшорних зонах. Основні аспекти організації міжнародного бізнесу в деяких офшорних зонах (Багамські острови, Віргінські острови, Панама, Сейшели, Беліз, Гонконг). Особливості реєстрації бізнесу в офшорній зоні. Класифікація офшорних зон за умовами, що створені для бізнесу: класичні офшори, умовні офшори, низькоподаткові зони. Офшорні зони згідно з розпорядженнями Кабінету Міністрів України. Схема завищення декларованої ціни експорту за участю сумнівних суб'єктів господарювання. Схема завищення декларованої ціни експорту за участю сумнівних суб'єктів господарювання та суб'єкта господарювання-виробника. Схема мінімізації зобов'язань з ПДВ шляхом заниження митної вартості товару за участю сумнівних суб'єктів господарювання. Схема мінімізації податкового зобов'язання із торговою офшорною компанією.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-5.

Додатковий: 11, 17, 018, 19, 24.

Інтернет-ресурси: 6, 7, 10.

Тема 14. Формування стратегії міжнародного бізнесу компанії

Сутність та структура стратегії міжнародного бізнесу. Рівні формування стратегії міжнародного бізнесу компанії: загальнокорпоративний, бізнес-стратегія, функціональний. Загальнокорпоративна стратегія міжнародного бізнесу: стратегія концентрованого зростання, стратегія інтегрованого зростання, стратегія диверсифікованого зростання, стратегія скорочення. Ділові стратегії міжнародного бізнесу: диференціація, лідерство у витратах, фокусування.

Оцінка перспектив міжнародного бізнесу компанії. Критерії оцінки перспектив міжнародного бізнесу: перспективи галузевого зростання, перспективи галузевої рентабельності, рівень стабільності національного бізнес-середовища, рівень стабільності міжнародного бізнес-середовища. Алгоритм оцінки перспектив міжнародного бізнесу.

Еталонні стратегії міжнародного бізнесу. Групи еталонних стратегій міжнародного бізнесу: стратегії стадійної інтернаціоналізації міжнародного

бізнесу, стратегії міжнародного формування цінності компанії, стратегії глобального розміщення активів та ресурсів компанії (модель міжнародного портфелю). Стратегії стадійної інтернаціоналізації: початкові (експорт, ліцензування, франчайзинг), розвинуті (багатонаціональна, глобальна). Стратегії міжнародного формування цінності компанії: мультівнутрішня, міжнародна, транснаціональна, глобальна. Стратегія глобального розташування джерел постачання, виробництва та збуту. Процес формування і реалізації стратегії міжнародного бізнесу.

Ігрові моделі у виборі стратегії міжнародного бізнесу компанії. Основні терміни теорії ігор. Гра з нульовою сумою. Платіжна матриця гри. Методика вибору змішаної стратегії гри без сідлової точки. Використання теорії ігор при моделюванні конкурентної взаємодії та вибору стратегії у міжнародному бізнесі.

Список рекомендованих джерел

Основний: 3-5.

Додатковий: 6, 9, 10, 12.

Інтернет-ресурси: 8.

Тема 15. Національні моделі міжнародного бізнесу

Національні особливості міжнародного бізнесу. Критерії ідентифікації моделей економічного розвитку: цілі розвитку, завдання розвитку, організаційна структура, ключові ресурси, роль і місце у світовому господарстві. Основні характеристики, переваги та недоліки національних стратегій міжнародного бізнесу. Особливості сучасних міжнародних моделей управління бізнесом: міжнародна, багатонаціональна, глобальна, транснаціональна. Підходи до вивчення національної культури організації міжнародного бізнесу: модель Г. Хофстеда, модель Г. Дістефано, модель У. Оучі. Особливості японської та американської моделей організації бізнесу за У. Оучі.

Національні моделі міжнародного бізнесу. Особливості національних моделей міжнародного бізнесу країн сходу: модель Східної Азії (китайська модель) та модель ієрархічного корпоративізму (японська модель). Порівняльна характеристика західних моделей ведення бізнесу: ліберальна модель, модель демократичного корпоративізму, соціально-ринкова європейська модель.

Проблеми та перспективи формування національної моделі міжнародного бізнесу в Україні. Проблеми формування національної моделі міжнародного бізнесу в Україні. Тенденції розвитку міжнародного бізнесу в Україні. Моделі економічного розвитку, що співіснують сьогодні в Україні: модель соціалізму, модель державно-монополістичного капіталізму, модель капіталізму.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-5.

Додатковий: 15, 16, 19.

Інтернет-ресурси: 8.

Тема 16. Соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі

Сутність та джерела соціальної відповідальності бізнесу. Сутність, об'єкти та переваги корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Джерела КСВ: зовнішні (суспільний договір) та внутрішні (корпорація як моральний агент). Комплексна модель соціальної відповідальності А. Керолла. Концепція зацікавлених сторін (стейкхолдерів) Е. Фрімена.

Національні моделі корпоративної соціальної відповідальності. Англо-американська (англосаксонська) модель КСВ. Європейська модель. Скандинавська модель соціально відповідального бізнесу. Японська модель корпоративної соціальної відповідальності.

Міжнародні стандарти корпоративної звітності. Структура та зміст стандарту соціальної відповідальності. Основні теми, що регламентуються стандартами соціальної відповідальності. Стандарт SA 8000:1997 і його друге видання SA 8000, Серія стандартів ISO. Стандарт ISO 26000:2010. Стандарт ISO 9000 (якість продукції). Кодекси КСВ. Глобальний договір ООН. Принципи корпоративного управління (1999, ОЕСР).

Нефінансова звітність як інструмент соціально відповідального міжнародного бізнесу. Соціальна відповідальність бізнесу та звітування. Вигоди нефінансової звітності для компаній. Формати нефінансової звітності: звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору ООН, звітність за вимогами системи GRI, соціальний звіт за показниками, які визначаються компанією. Нефінансова звітність міжнародних корпорацій. Звітність представництв міжнародних компаній в Україні. Відображення національних пріоритетів сталого розвитку у звітах міжнародних компаній. Світовий досвід регулювання нефінансової звітності.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1, 3.

Додатковий: 8, 14, 15, 23, 25.

Інтернет-ресурси: 4, 8.

Тема 17. Інтеграційні процеси в міжнародному бізнесі

Значення інтеграційних операцій в міжнародному бізнесі. Трансформація ключових орієнтирів розвитку великих компаній. Злиття та поглинання як розповсюджений прийом розвитку успішних компаній. Підходи до ідентифікації процесів злиття та поглинання (M&A). Угоди M&A на дружній основі та з використанням агресивних методів. Практика «рейдерських захоплень».

Класифікація угод злиття та поглинання. Критерії класифікації угод злиття та поглинання: характер інтеграції компаній, національна

приналежність, відношення до злиття, спосіб поєднання потенціалу, умови злиття, механізм злиття. Види злиття залежно від характеру інтеграції компаній: горизонтальні, вертикальні, родові, конгломератні. Різновиди конгломератного злиття: з розширенням продуктової лінії, з розширенням ринку, чисті конгломератні злиття. Види злиття залежно від національної приналежності компаній: національні та транснаціональні. Види злиття залежно від способу поєднання потенціалу: корпоративні альянси та корпорації. Види злиття залежно від відношення управлінського персоналу: «дружні», «ворожі». Тип рейдерства: «чорне», «сіре», «біле».

Світові хвилі розвитку злиттів та поглинань. Хвилі розвитку процесів злиттів та поглинань та їх характеристика: перша (1887-1904 рр.), друга (1916-1929 рр.), третя (1960-1970 рр.), четверта (1980-ті рр.), п'ята (з 1990-х рр.). Рейтинг крупніших світових угод M&A.

Механізми захисту від рейдерських захоплень. Форми рейдерства: шахрайство, «грінмейл», силове захоплення, банкрутство, адміністративні методи, скупка акцій. Основні прийоми захисту компанії від «ворожого поглинання» до публічного оголошення про угоду: зміни до статуту, зміна місця реєстрації, «ядовита пілюля», зміна емісії акцій, викуп з використанням запозичених засобів. Основні прийоми захисту компанії від «ворожого поглинання» після публічного оголошення про угоду: захист Пекмена, тяжба, злиття з «білим лицарем», «зелена броня», контракт на управління, реструктуризація активів, реструктуризація зобов'язань.

Список рекомендованих джерел

Основний: 2-5.

Додатковий: 8, 21, 23, 25.

Інтернет-ресурси: 1, 2.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ¹

Основний

1. Вергун В.А. Вступ до спеціальності «Міжнародний бізнес» : навч. посібник / В.А. Вергун, В.С. Карп. – К.: ВАДЕКС, 2019. – 404 с.
2. Міжнародні економічні відносини : підручник / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Л.П. Кудирко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 612 с.
3. Міжнародний бізнес : навчальний посібник / О. М. Файчук, С. В. Сидоренко. – К.: НУБіП України, 2016. – 236 с.
4. Рогач О.І. Міжнародні портфельні інвестиції : підручник / О.І. Рогач, П.В. Дзюба. – К.: КНЕУ, 2016.- 950 с.
5. Рогач О.І. Теорії міжнародного бізнесу: підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / О.І. Рогач. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2018. – 687 с.

Додатковий

1. Актуальні проблеми міжнародного бізнесу: кол. монографія / С. І. Архієреєв, В. О. Бабенко, Є. М. Воробйов та ін. ; за наук. ред. С. І. Архієреєва, В. І. Сідорова. – Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2019. – 264 с.
2. Економічна безпека національної економіки за умов глобальних викликів: монографія / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, В.В. Юхименко [та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2010. – 623 с.
3. Енциклопедія інновацій / Мазаракі А.А. Дяків Р.С., Бохан А.В., Голуб В.П. та ін. / за ред. Р.С. Дяківа. – К.: МЕФ, 2012. – 559 с.
4. Ефременко Д. Влияние крупного бизнеса на теорию и практику глобальной экологической политики / Д. Ефременко // Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – № 11. – С. 61-68.
5. Михайлишин Л.І. Теорії транснаціоналізації: основи формування і критичні аспекти / Л.І. Михайлишин // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2015. – № 5. – С. 117-121.
6. Ільчук П.Г. Основні етапи інтернаціоналізації та показники, що їх характеризують, відповідно до інноваційних теорій інтернаціоналізації підприємств / П.Г. Ільчук // БізнесІнформ. – 2013. – № 12. – С. 259-264.
7. Управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності : підручник / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, О.В. Генералов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 312 с.
8. Корпоративні структури у глобальному конкурентному просторі : монографія / Ю. М. Уманців. – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. – 408 с.

¹ Курсивом виділені джерела, що є у бібліотеці ДТЕУ

9. Мазаракі А.А. Регуляторна політика у сфері зовнішньої торгівлі: монографія. / Мазаракі А.А., Мельник Т.М. – К.: КНТЕУ. – 2010. – 470 с.
10. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с.
11. Мельник Т.М. Ілєгалізація сфери зовнішньої торгівлі товарами в Україні / Т.М. Мельник, Т.Л. Вишинська // Економічний часопис. – 2014. – №7-8. – С. 13-36.
12. Москвітіна Т. Д. Міжнародна логістика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Т. Д. Москвітіна ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К. КНТЕУ, 2012. – 215 с.
13. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л. В. Оболенцева. – Х.: ХНАМГ, 2015. – 249 с.
14. Макаревич С.С. Перспективи розвитку корпоративної соціальної відповідальності українських підприємств / С.С. Макаревич // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – Вип. 1(10). Т. 1. – 2014. - С. 356 -362.
15. Онищенко В.П. Сучасні організаційні форми та моделі міжнародного бізнесу В.П. Онищенко // Зовнішня політика: економіка, фінанси, право. – 2015 . – №3(80) . – С. 20-31.
16. Рогач О.І. Транснаціоналізація світової економіки: переосмислення парадигми / О.І. Рогач // Економіка і управління. – 2014 . – №1. – С. 5-12.
17. Го Шухун. Еволюція вільних економічних зон в Китаї / Го Шухун // Журнал Європейської економіки. – 2012. - №2. – С.190-198.
18. Леось О.Ю. Аналіз розвитку та особливостей функціонування вільних економічних зон (досвід інших країн) / О.Ю. Леось // Економіка та держава. – 2013. - №2. – С. 106-109.
19. Ватченко О.Б. Світовий досвід розвитку малого бізнесу / О.Б. Ватченко Вісн. Нац. ун-ту “Львів. політехніка”. – 2011. - №720. - С. 365-370.
20. Транснаціональні корпорації: Підручник. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2009. – 399 с.
21. Світова економіка: навчальний посібник. Ч.1 / Рогач О.І., Намонюк В.Є., Анісімова О.Ю. – К.: ІМВ, 2012. – 186 с.
22. Світова економіка: навчальний посібник. Ч.2 / Рогач О.І., Намонюк В.Є., Анісімова О.Ю. – К.: ІМВ, 2012. – 171 с.
23. Воробей В. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу / В. Воробей, І. Журовська. – К.: ФОП Костюченко О.М., 2010. – 84 с.
24. Структурна переорієнтація зовнішньої торгівлі у системі факторів економічного зростання: монографія /А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, В.В. Юхименко [та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2011. – 652 с.
25. Уманців Ю.М. Активізація діяльності транснаціональних корпорацій за умов глобалізації / Ю. М. Уманців // Міжнародні відносини. Серія

«Економічні науки». – 2014. – № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2455/2187

26. Дугінець Г.В. Транснаціоналізація світового ринку туристичних послуг / Г.В. Дугінець // Інфраструктура ринку. Електронний науково-практичний журнал. – 2017. – № 9. – С. 123-127.

27. Дугінець, Г. В. Глобальні ланцюги вартості : монографія / Г. В. Дугінець. Київ : КНТЕУ, 2018. – 412 с.

28. Kalyuzhna N. Analyzing Ukraine's ranking in major international knowledge economy indexes / N. Kalyuzhna // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. — 2015. — № 14. Ч. I. — С. 16–18.

29. Mazaraki A.A. Foreign-trade Sector of Ukrainian Economy/ A.A. Mazaraki, T.M. Melnyk // Herald of Kyiv national university of trade and economics. – 2013. – № 6 (92). – P. 5-27.

30. Duginets Ganna, Sai Valeriy Foreign Economic Activity of Ukrainian SMEs: Status and Prospects / G. Duginets, V. Sai // KNOWLEDGE–ECONOMY–SOCIETY. – 2019. – P. 273-283.

31. Deep and comprehensive free trade agreement with the EU: advantages and downsides for the Ukrainian society : monograph / G. Duginets, O. Diachenko, N. Mazaraki, O. Golovachova ; edited by Ganna Duginets. – Kyiv : Kyiv National University of Trade and Economics, 2019. – 212 p .

32. Ukrainian economy growth imperatives : Monograph / A.Mazaraki, S.Melnichenko, G.Duginets et al.; edied by A.Mazaraki. Prague: Coretex CZ SE, 2018.

33. Maksymets O. Comparative Analysis of International Competitiveness of Swedish, US and Ukrainian Forest Industries: Preconditions, Evolution and Threats / O. Maksymets, L. Lunnstedt // Swedish University of Agricultural Science Working Paper. – Uppsala, Sweden., 2013. – 82 p.

34. International Business with Global Resource CD, PowerWeb and World Map, Charles W. L. Hill, McGraw-Hill/Irwin; 4th edition, April 15, 2015.

35. Leonidou L. C. The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models / L. C. Leonidou, C. S. Katsikeas // Journal of International Business Studies. – Volume 27, Issue 3. – Pp. 517 – 551.

36. Bilkey W. The export behavior of smaller sized Wisconsin manufacturing firms / W. Bilkey, G. Tesar // Journal of International Business Studies. – 1977. – Volume 8, Issue 1. – Pp. 93 – 98.

37. Cavusgil S. T. On the internationalization process of finns / S. T. Cavusgil // European Research. – 1980. – Volume 8 (November). – Pp. 273 – 81.

38. Reid S. The Decision-Maker and Export Entry and Expansion / S. Reid // Journal of International Business Studies. – 1981. – Volume 12, Issue 2. – Pp. 101 – 112.

39. Czinkota M. R. Export Development Strategies : U.S. promotion policy / M. R. Czinkota. – NY.: Praeger Publishers, 1982. – 151 p.

40. Moon H. On the Internal Correlates of Export Stage Development: An Empirical Investigation in the Korean Electronics Industry / H. Moon, H. Lee // International Marketing Review. – 1990. – Volume 7, Issue 5. – Pp. 16 – 26.
41. Lim J. An empirical test of an export adoption model / J. Lim, T. Sharkey, K. Kim // Management International Review. – 1991. – Volume 31, Issue 1. – Pp. 51 – 61.
42. Rao T. R. Are the stages of internationalization empirically supportable? / T. R. Rao, G. M. Naidu // Journal of Global Marketing. – 1993. – Volume 6, Issue 1/2. – Pp. 147 – 170.
43. Crick D. An investigation into the targeting of UK export assistance / D. Crick // European Journal of Marketing. – 1995. – Volume 29, Issue 8. – Pp. 76 – 94.

Інтернет-ресурси

1. World Trade Organization. URL: <http://www.wto.org>
2. World Bank. URL: <http://www.worldbank.org>
3. International Energy Statistics. URL: <http://www.eia.gov>
4. Climate Change and Global Warming Introduction. URL: <http://www.globalissues.org>
5. International Monetary Fund. URL: <http://www.imf.org>
6. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>
7. Держкомстат України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Національна бібліотека України імені академіка Володимира Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>
9. Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики. URL: <http://ckd.ukr.org.ua>
10. Державна підтримка українського експорту. URL: <http://ukrexport.gov.ua>
11. The Global Competitiveness Index. URL: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index/>
12. Index of Economic Freedom. URL: <http://www.heritage.org/index/>
13. Enabling Trade Index. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GETR_2016_report.pdf
14. Doing Business. URL: <http://www.doingbusiness.org/Rankings>