1. Поясніть, яким чином підприємство може здійснювати свою діяльність на міжнародному ринку.
2. Охарактеризуйте фактори, що слід враховувати для вибору способу виходу фірми на зовнішні ринки.
3. Укажіть способи виходу на міжнародний ринок і проведіть їх порівняльний аналіз.
4. Визначте економічне обґрунтування створення спільного підприємства.
5. Які загрози для підприємства може мати вибір такої формі виходу на зовнішній ринок, як ліцензування?
6. Наведіть приклади компаній, що здійснюють діяльність на міжнародному ринку у формі експорту чи на договірних засадах.
7. Проаналізуйте діяльність і параметри компаній, що вибрали інвестування як спосіб присутності на міжнародному ринку.
8. Визначте, за якими критеріями необхідно оцінювати посередників на міжнародному ринку за організації такої форми збуту, як непрямий експорт.
9. Чи відрізняються параметри оцінювання партнерів з торгівельної діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках?
10. . Охарактеризуйте переваги експортної кооперації та визначте основні функції структур експортної кооперації.
11. Охарактеризуйте цінові стратегії підприємства на зовнішньому ринку та визначте, які основні фактори впливають на рівень цін на міжнародному ринку.
12. Охарактеризуйте сутність технології реалізації міжнародної цінової стратегії.
13. Висвітліть етичні та правові аспекти, що мають враховуватись у розробленні міжнародної цінової політики.
14. . Укажіть, які фактори впливають на рівень цін на міжнародному ринку.
15. На які види розподіляють світові ціни залежно від типу ринку?
16. У яких випадках та яким чином компанія на міжнародному ринку реалізує цінову стратегію "глибокого проникнення на ринок"?
17. Яким чином умови поставки Інкотермс2010 впливають на контрактну ціну товару?
18. Охарактеризуйте основні етапи ціноутворення в міжнародному маркетингу.
19. Поясніть принципи ціноутворення в ТНК.
20. Проаналізуйте вплив Інтернету на цінову політику на зовнішніх ринках.
21. Визначте сутність і склад системи розподілу на міжнародному ринку.
22. Які критерії вибору збутового каналу з боку товаровиробника є найдоцільніші?
23. Визначте специфіку каналів розподілу товарів і послуг на зовнішніх ринках.
24. Поясніть сутність і методику застосування пушстратегії та пулстратегії для дистрибуції товару на міжнародному ринку.
25. У чому полягають особливості горизонтальних маркетингових систем управління розподілом на міжнародному ринку?
26. Охарактеризуйте вертикальні маркетингові системи управління розподілом на міжнародному ринку.
27. Висвітліть основні функції міжнародної маркетингової логістики.
28. Здійсніть порівняльний аналіз послуг логістичних посередників 3 та 4 рівнів при розподілі товарів на міжнародних ринках.
29. Порівняйте стратегії забезпечення мінімальних витрат та надання максимального сервісу при плануванні збутової діяльності на міжнародному ринку.
30. Які методи оптимізації товароруху застосовуються при організації розподілу продукції?
31. Визначте маркетингові стратегії, що залежать від стану попиту на зовнішньому ринку.
32. У чому полягає сутність і необхідність використання міжнародного факторингу?
33. Розкажіть про системи критеріїв оцінювання привабливості ринку і ділової активності підприємства.
34. Охарактеризуйте процедуру розроблення стратегії маркетингу залежно від ступеня охоплення ринку та глибини сегментації.
35. Охарактеризуйте стилі поведінки компаній на світовому ринку.
36. Визначте особливості й основні характеристики функціонування глобальних і мультинаціональних компаній.
37. Наведіть приклади маркетингових стратегій іноземних підприємств в Україні. Від яких факторів залежать стратегічні дії суб'єкта міжнародного бізнесу?
38. Розкрийте етапи маркетингового планування для експорта.
39. Охарактеризуйте інструментарій стратегічного планування міжнародної маркетингової діяльності.
40. Висвітліть принципи та методику формування бюджету для планування міжнародного маркетингового комплексу.
41. Визначте сучасні тенденції розвитку міжнародного маркетингу.
42. Проаналізуйте вплив глобалізації на міжнародний маркетинг.
43. Розкрийте філософію усвідомленого маркетингу.
44. Визначте роль інформаційних технологій у міжнародному маркетингу.
45. Поясніть сутність інноваційного маркетингу, маркетингу ціннісних достоїнств та маркетингу з усвідомленням своєї місії
46. Охарактеризуйте особливості транснаціонального маркетингу.
47. Соціальні мережі – як інструмент провадження маркетингової діяльності на зарубіжному ринку.
48. Визначте особливості маркетингової діяльності в Україні.
49. Охарактеризуйте сучасний стан національної системи міжнародного маркетингу.
50. Проаналізуйте товарні стратегії, які використовують глобальні компанії на українському ринку. Порівняйте їх із стратегіями на ринках економічно розвинених країн.