

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ, ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ ТА  
ЕКОНОМІКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан економічного факультету  
А.В. Череп  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ГЛОБАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ БІЗНЕСУ**

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

підготовки магістрів  
Оочної форми здобуття освіти  
спеціальності 051 Економіка

освітньо-професійна програма Міжнародна економіка

**Укладачі:** Северина С.В., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму.

Обговорено та ухвалено  
на засіданні кафедри міжнародної  
економіки, природних ресурсів та економіки  
міжнародного туризму

Протокол № 1 від “28” серпня 2023 р.  
В. о. завідувача кафедри міжнародної  
економіки, природних ресурсів та економіки  
міжнародного туризму  
\_\_\_\_\_ Д.І.Бабміндра

Погоджено  
Гарант освітньо-професійної програми

\_\_\_\_\_ А.В. Переверзева

Ухвалено науково-методичною радою  
економічного факультету

Протокол № 1 від “28” серпня 2023 р.

Голова науково-методичної ради  
економічного факультету  
\_\_\_\_\_ Н.О.Дугієнко

2023 рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

1	2	3	
<b>Галузь знань, спеціальність, освітня програма рівень вищої освіти</b>	<b>Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі</b>	<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>	
		очна (денна) форма здобуття освіти	заочна (дистанційна) форма здобуття освіти
<b>Галузь знань</b> 05-Соціальні та поведінкові науки	Кількість кредитів – 5	<b>Вибіркова</b>	
<b>Спеціальність:</b> 051 Економіка	Загальна кількість годин –150	<b>Цикл дисциплін професійної і практичної підготовки</b>	
<b>Освітньо-професійна програма:</b> Міжнародна економіка		<b>Семестр:</b>	
	1 -й	-й	
	<b>Лекції</b>		
	*Змістових модулів –8	22 год.	год.
		<b>Практичні</b>	
		10 год.	год.
Рівень вищої освіти: <b>магістерський</b>	Кількість поточних контрольних заходів – 25	<b>Самостійна робота</b>	
		118 год.	год.
		<b>Вид підсумкового семестрового контролю:</b> залік	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою викладання навчальної дисципліни «Глобальні стратегії бізнесу» є формування у майбутніх фахівців розуміння сутності та необхідності створення і дотримання глобальної стратегії для будь-якої корпорації, що діє в умовах не лише глобального бізнесу, але й міжнародної та зовнішньоекономічної діяльності. Студенти отримають глибоке розуміння наявних глобальних і місцевих проблем економічного, соціального та політичного характерів, пов'язаних із присутністю міжнародних корпорацій, в тому числі транснаціональних, в країнах свого впливу. В курсі акцентується увага на усвідомленні та розвитку навичок в сфері генерації інноваційної глобальної стратегії корпорації, здатної забезпечити її довгостроковий розвиток та високий рівень економічної, соціальної та політичної ефективності в умовах невизначеності.**

**Основними завданнями курсу «Глобальні стратегії бізнесу» є:**

- ознайомитися з поняттями і сутністю глобальних стратегій бізнесу, їх основними напрямками;

- розуміти теорію та практику розвитку й функціонування глобальних стратегій бізнесу;
- набути уявлення про закономірності й тенденції розвитку глобальних стратегій бізнесу;
- опанувати теорію та практику стратегічного управління в умовах глобалізації;
- обґрунтувати порядок вибору та реалізації стратегії конкуренції промислових підприємств з іноземними інвестиціями;
- виробити вміння характеризувати сучасні економічні тенденції, процеси та економічні концепції;
- проводити стратегічний аналіз суб'єктів господарювання;
- застосовувати методи SWOT-аналізу для опрацювання стратегічних альтернатив;
- набути навичок аналізу економічних стратегічних альтернатив міжнародних компаній, аналітичного та методологічного інструментарію для обґрунтування характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

У результаті вивчення цієї дисципліни студенти повинні набути таких результатів і компетентностей:

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
1	2
<p>ІК Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та критичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.</p> <p>ЗК-02 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК-08 Здатність проводити дослідження на відповідному рівні.</p> <p>СК-01 Здатність застосовувати науковий, аналітичний та методологічний інструментарій для обґрунтування стратегій розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень.</p> <p>СК-11 Здатність планувати і розробляти проекти у сфері міжнародної економіки.</p> <p>СК-14 Здатність ідентифікувати особливості функціонування міжнародних компаній з урахуванням кон'юнктури світових ринків,</p>	<p>Репродуктивні методи (лекції, пояснення, робота з методичними матеріалами).</p> <p>Наочні методи (демонстрації та ілюстрації: схеми, моделі тощо).</p> <p>Метод проблемного викладу (постановка проблем і розкриття доказового шляху їхнього вирішення).</p> <p>Дискусійні методи.</p> <p>Практичні методи (складання схем, таблиць, виконання вправ тощо).</p> <p>Метод навчання з використанням Інтернет-технологій (електронне навчання).</p> <p>Науково-дослідний (частково пошуковий) метод.</p> <p>Самостійна робота.</p> <p>Репродуктивні методи (лекції, пояснення, робота з методичними матеріалами).</p> <p>Наочні методи (демонстрації та ілюстрації: схеми, моделі тощо).</p> <p>Метод проблемного викладу (постановка проблем і розкриття доказового шляху їхнього вирішення).</p> <p>Дискусійні методи.</p> <p>Практичні методи (складання схем, таблиць, виконання вправ тощо).</p>

<p>презентувати результати, підсумовувати та розробляти рекомендації, заходи з адаптації змін зовнішнього середовища.</p> <p>ПРН-05 Дотримуватися принципів академічної доброчесності.</p> <p>ПРН-12 Обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризику.</p> <p>ПРН-16 Здійснювати комплексний аналіз економічної ефективності міжнародної діяльності підприємства, формувати фінансові результати такої діяльності, здійснювати фінансово-економічне прогнозування і планування міжнародної діяльності на підприємстві.</p>	<p>Метод навчання з використанням Інтернет-технологій (електронне навчання).</p> <p>Науково-дослідний (частково пошуковий) метод. Самостійна робота.</p> <p><b>Контрольні заходи:</b> усне та письмове опитування, самостійна робота, практичні роботи, написання рефератів, тестова перевірка, ситуаційні завдання, виступи студентів, доповнення студентів, репліки студентів з місця (при умові їх відповідності питанню або темі, що розглядається).</p> <p><b>Поточний контроль</b> здійснюється у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування (через систему Moodle).</p> <p><b>Підсумковий контроль</b>, тобто залік за семестр, проводиться у письмовій формі за індивідуальним завданнями, а також за допомогою тестування (через систему Moodle).</p>
---	--

**Міждисциплінарні зв'язки.** Курс «Глобальні стратегії бізнесу» має міждисциплінарний характер та інтегрує в собі знання з багатьох економічних дисциплін. Тому з метою найкращого засвоєння матеріалу студенти повинні до початку вивчення курсу опанувати знання та навички в галузі міжнародних відносин при вивченні дисциплін «Міжнародні фінанси», «Міжнародна економіка», «Міжнародний менеджмент», «Міжнародна економічна діяльність», «Міжнародний бізнес», «Міжнародна економічна інтеграція».

### 3. Програма навчальної дисципліни

**Змістовний модуль 1.** Глобальні стратегії бізнесу. Види, особливості формулювання.

Тема 1. Особливості формулювання глобальних стратегій. Види стратегічних можливостей.

Особливості формулювання глобальних стратегій. Різниця між глобальними та багатонаціональними стратегіями. Мотиви глобальної стратегії. Види стратегічних можливостей. Елементи глобальної стратегії.

Тема 2. Форми і способи виходу організації на міжнародні ринки

Способи виходу на зовнішні ринки. Експортування. Спільна підприємницька діяльність. Стратегія прямого інвестування.

**Змістовний модуль 2.** Основні тенденції міжнародної конкуренції на сучасному етапі розвитку світової економіки.

Тема 3. Міжнародна конкуренція та конкурентоспроможність

Особливості здійснення міжнародної діяльності. Суб'єкти міжнародної господарської діяльності. Фактори міжнародного середовища. Сутність міжнародної конкуренції. Механізм формування конкурентних переваг у світовій економіці. Домінування недосконалої конкуренції на сучасних міжнародних ринках. Успішні конкурентні стратегії у сучасній світовій економіці.

**Змістовний модуль 3.** Особливості стратегічного планування в умовах глобального бізнес середовища.

Тема 4. Стратегічне планування: сутність, принципи, етапи розробки

Стратегічне планування, його сутність та складові стратегічного плану. Відмінності між довгостроковим і стратегічним плануванням. Етапи та підходи до стратегічного планування. Основні принципи стратегічного планування. Умови для стратегічного планування та альтернативні плани. Моделі стратегічного планування. Операції та процедури стратегічного планування. Процес бюджетування стратегічного планування.

**Змістовний модуль 4.** Стратегічний аналіз. Стратегічний контроль.

Тема 5. Стратегічний аналіз.

Застосування методу SWOT-аналізу для опрацювання стратегічних альтернатив. Генерування альтернативних стратегій розвитку корпорації на підставі SWOT-аналізу. Поняття SWOT-аналізу. Особливості SWOT-аналізу як управлінського інструменту. Місце SWOT-аналізу в опрацюванні стратегії корпорації. Методологія SWOT-аналізу. Схема процесу SWOT-аналізу та всі його етапи при виборі стратегії корпорації. Орієнтовний перелік характеристик для SWOT-аналізу корпорації (за Томнсоном-Стріклендом). Стратегічні дії корпорації, що впливають із SWOT-аналізу. Мета стратегічного аналізу. Схема стратегічного аналізу корпорації. Результати і рекомендовані інструменти стратегічного аналізу. Порівняльна характеристика SWOT-аналізу і стратегічного аналізу діяльності корпорації. Результати і рекомендовані інструменти стратегічного аналізу.

Тема 6. Стратегічний контроль.

Поняття стратегічного контролю. Модель стратегічного контролю. Етапи процесу стратегічного контролю. Аналіз моделі процесу стратегічного контролю. Дисфункціональний ефект при створенні системи стратегічного контролю. Критерії системи контролю реалізації стратегії. Предмет контролю реалізації стратегії корпорації по підсистемах системи менеджменту. Модель процесу контролю виконання стратегії. Методика формування й узгодження стратегічних варіантів.

**Змістовний модуль 5.** Стратегічне управління корпораціями. Вибір стратегії корпорації.

Тема 7. Стратегічне управління корпораціями.

Поняття і сутність стратегічного управління. Основні концепції стратегії управління. Стратегії корпорації в управлінському циклі. Етапи стратегічного управління корпорацією. Структурна схема стратегічного управління. Необхідність стратегічного управління. Порівняння оперативного і стратегічного управління. Ключові моменти сучасної системи поглядів на менеджмент. Відмінності управління шляхом вибору стратегічних позицій від стратегічного планування. Процес управління шляхом ранжування стратегічних задач. Особливості стратегічного управління. Система прийняття стратегічних рішень у корпорації. Визначення місії та формування цілей корпорації. Види стратегічного управління. Умови стратегічних несподіванок. Система надзвичайних заходів при стратегічних несподіванках.

#### Тема 8. Вибір стратегії корпорації.

Етапи стратегічного вибору корпорацій. Стратегічне бачення. Оцінка стратегічної ситуації. Виявлення стратегічних змін. Формування стратегічної позиції. Опрацювання стратегічного поведіння. Стратегічна сегментація. Оцінка факторів, що впливають на вибір стратегії. Альтернативи глобальних стратегій корпорації. Правила вибору стратегічного рішення. Напрямки підприємницької стратегії корпорації. Схема процесу вибору глобальної стратегії корпорації. Альтернативні варіанти стратегій. Загальні структури виробничого, маркетингового і фінансового менеджменту корпорації. Процес вибору загальної стратегії корпорації. Вибір рівня агресії ділових стратегій. Еталонні стратегії розвитку корпорації. Ресурсно-ринкова стратегія. Стратегія реструктуризації. «Стратегія як конкурентна позиція корпорації». «Стратегія як влада». «Стратегія як зразок». «Стратегія як система мотивації й контролю персоналу». «Стратегія як реакція на зовнішні виклики». Етапи розробки загальної стратегії розвитку корпорації. Етапи опрацювання стратегії діяльності корпорації на споживчому ринку. Етапи діяльності вищого керівництва корпорації на стадії реалізації стратегії. Процес реалізації стратегії за допомогою організаційної.

### **Змістовний модуль 6. Формування міжнародної маркетингової стратегії.**

#### Тема 9. Формування міжнародної маркетингової стратегії.

Фази розвитку (ускладнення) міжнародного маркетингу. Рівні застосування міжнародної маркетингової стратегії. Взаємозв'язок фаз розвитку (ускладнення) міжнародного маркетингу та рівнів застосування міжнародної маркетингової стратегії. Детермінанти міжнародної маркетингової стратегії. Елементи субстратегії маркетингової стратегії. Інструменти розроблення стратегії. Стратегічні рішення. Взаємозв'язок між складовими процесу формування маркетингової стратегії. Комплекс елементів міжнародної маркетингової стратегії підприємства.

**Змістовний модуль 7.** Врахування етичної складової при розробці глобальної стратегії бізнесу

Тема 10. Етика та соціальна відповідальність у глобальному бізнесі.

Значення етики в умовах ведення глобального бізнесу. Етика зі споживачами. Етика взаємовідносин із конкурентами. Етика відносин із суспільством. Міжнародна етика. Основні характеристики етичного ведення міжнародного бізнесу. Соціальна відповідальність міжнародного бізнесу

**Змістовний модуль 8.** Особливості розробки глобальних стратегій для українських підприємств

Тема 11. Особливості формування глобальних стратегій українськими підприємствами

Безпека участі України у глобальній економіці. Вплив військових дій на вибір стратегії українськими підприємствами.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Змістовний Модуль	Усього годин	Аудиторні (контактні) години					Самостійна робота		Система накопичення балів		
		Усього годин о/з ф	Лекційні Заняття		Практичні заняття				Теор. Зав-ня, к-сть балів	Практ. Зав-ня, к-сть балів	Усього балів
			о/д	з/дист ф	о/дф	з/дист ф	о/дф	з/дист ф			
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
1	15	6	4		2		9		6	5	11
2	15	3	2		1		12		3	3	6
3	15	3	2		1		12		3	3	6
4	15	6	4		2		9		6	3	9
5	15	6	4		2		9		6	3	9
6	15	3	2		1		12		3	3	63
7	15	3	2		1		12		3	3	6
8	15	2	2				13		3	4	7
Усього за змістові модулі	120	32	22		10		88		33	27	60
Підсумковий семестровий контроль <b>залік</b>	30						30		20	20	40
Загалом					150					100	

#### 5. Темі лекційних занять

№ з/м	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Особливості формулювання глобальних стратегій. Види стратегічних можливостей.	2
2	Тема 2. Форми і способи виходу організації на міжнародні ринки	2
3	Тема 3. Глобальне середовище бізнесу	2
4	Тема 4. Стратегічне планування: сутність, принципи, етапи розробки	2

5	Тема 5. Стратегічний аналіз.	2
6	Тема 6. Стратегічний контроль.	2
7	Тема 7. Стратегічне управління корпораціями.	2
8	Тема 8. Вибір стратегії корпорації.	2
9	Тема 9. Формування міжнародної маркетингової стратегії	2
10	Тема 10. Етика та соціальна відповідальність у глобальному бізнесі.	2
11	Тема 11. Особливості формування глобальних стратегій українськими підприємствами	2
	Разом	22

### **6. Теми практичних занять**

№ з/м	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Особливості формулювання глобальних стратегій. Види стратегічних можливостей.	1
2	Тема 2. Форми і способи виходу організації на міжнародні ринки	1
3	Тема 3. Глобальне середовище бізнесу	1
4	Тема 4. Стратегічне планування: сутність, принципи, етапи розробки	1
5	Тема 5. Стратегічний аналіз.	1
6	Тема 6. Стратегічний контроль.	1
7	Тема 7. Стратегічне управління корпораціями.	1
8	Тема 8. Вибір стратегії корпорації.	1
9	Тема 9. Формування міжнародної маркетингової стратегії	1
10	Тема 10. Етика та соціальна відповідальність у глобальному бізнесі. Тема 11. Особливості формування глобальних стратегій українськими підприємствами	1
	Разом	10



## 7. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
1	Теоретичне завдання - усне опитування за темами 1, 2	Відповідь на теоретичне питання навчального матеріалу за темами ЗМ 1	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання програми оцінюється в 1 бал	4
	Теоретичне завдання – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle за темами 1, 2	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі	Тестове завдання складається з 20 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,1 бала.	2
	Практичне завдання – ситуаційна задача.	Вимоги до виконання та оформлення: розв'язання задачі управлінського характеру у письмовому вигляді.	Розв'язання задачі управлінського характеру оцінюється у 2 бали. Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – відповідь поверхнева, необґрунтована; 2 бали – студент використав всі теоретичні знання викладені в лекції, доповнив відповідь прикладами обґрунтуванням.	2
	Практичне завдання – порівняльний аналіз.	Вимоги до виконання та оформлення: провести порівняння різних форм виходу на міжнародні ринки та систематизувати інформацію у вигляді таблиці	Таблиця порівнянь оцінюється у 3 бали. Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – таблиця потребує доповнення, інформація неповна; 2 бали – всі основні моменти висвітлені в таблиці, але інформація не структурована; 3 бали – інформація подана в повній мірі, студент зробив висновки по проведеному аналізу	3
Усього за ЗМ1 контр. заходів	4			11
2	Теоретичне завдання - усне опитування за темою 3	Відповідь на теоретичне питання навчального матеріалу за темами ЗМ 1	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання програми оцінюється в 1 бал	2
	Теоретичне завдання – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle за темами 3	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,1 бала.	1
	Практичне завдання – аналіз кейсів.	Вимоги до виконання та оформлення: аналіз успішних кейсів впровадження конкурентних стратегій у сучасній світовій економіці	Аналіз кейсів оцінюється у 3 бали. Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – кейси підбрано та проаналізовано з суттєвими помилками; 2 бали – кейси підбрано правильно, в аналізі наявні незначні помилки; 3 бали – кейси підбрано та проаналізовано без помилок.	3
Усього за ЗМ2	3			6

контр. заходів				
3	Теоретичне завдання - усне опитування за темою 4	Відповідь на теоретичне питання навчального матеріалу за темами ЗМ 1	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання програми оцінюється в 1 бал	2
	Теоретичне завдання – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle за темою 4	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,1 бала.	1
	Практичне завдання – ситуаційна задача.	Практичне завдання – ситуаційна задача: розробити комплекс заходів та дій для умовного підприємства на кожному етапі стратегічного управління.	Розв'язання ситуаційної задачі оцінюється у 3 бали. Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – задачу виконано з суттєвими помилками; 2 бали – задачу виконано з несуттєвими помилками, логіка розв'язання має певні зауваження; 3 бали – задачу розв'язано без помилок.	3
Усього за ЗМ3 контр. заходів	3			6
4	Теоретичне завдання - усне опитування за темами 5, 6	Відповідь на теоретичне питання навчального матеріалу за темами ЗМ 1	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання програми оцінюється в 1 бал	4
	Теоретичне завдання – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle за темами 5, 6	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,1 бала.	2
	Практичне завдання – SWOT-аналіз.	Вимоги до виконання: провести SWOT-аналіз для умовного підприємства	Проведення SWOT- аналізу оцінюється у 3 бали. Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – аналіз проведено із суттєвими помилками, висновки не відповідають дійсності; 2 бали – аналіз характеризується достатністю, присутні окремі неточності і помилки; 3 бали – аналіз здійснено без помилок на достатньо високому практичному рівні.	3
Усього за ЗМ4 контр. заходів	3			9
5	Теоретичне завдання - усне опитування за темами 7, 8	Відповідь на теоретичне питання навчального матеріалу за темами ЗМ 1	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання програми оцінюється в 1 бал	4
	Теоретичне завдання – тестові завдання у системі дистанційного навчання	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі	Тестове завдання складається з 20 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,1 бала.	2

	Moodle за темами 7, 8			
	Практичне завдання – аналіз кейсів.	Вимоги до виконання: аналіз реальних кейсів впровадження корпоративної стратегії, навести приклади як успішних так і невдалих кейсів	Аналіз кейсів оцінюється у 1,5 бали. Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бали – кейси підбрано та проаналізовано з суттєвими помилками; 2 бал – кейси підбрано правильно, в аналізі наявні незначні помилки; 3 бали – кейси підбрано та проаналізовано без помилок.	3
Усього за ЗМ5 контр. заходів	3			9
6	Теоретичне завдання – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle за темою 9	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,1 бала.	1
	Теоретичне завдання - усне опитування за темою 9	Відповідь на теоретичне питання навчального матеріалу за темами ЗМ 1	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання програми оцінюється в 1 бал	2
	Практичне завдання – ситуаційне завдання.	Вимоги до виконання: ситуаційне завдання по розробці маркетингової стратегії для умовного підприємства	Розробка маркетингової стратегії оцінюється у 3 бали. Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – стратегія розроблена зі значними помилками, аналіз проведено невідповідно вимогам; 2 бали – стратегія підготовлена з незначними помилками, присутні окремі неточності; 3 бали – стратегія розроблена без помилок на достатньо високому практичному рівні.	3
Усього за ЗМ6 контр. заходів	3			6
7	Теоретичне завдання - усне опитування за темою 10	Відповідь на теоретичне питання навчального матеріалу за темами ЗМ 1	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання програми оцінюється в 1 бал	2
	Теоретичне завдання – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle за темою 10	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,1 бала.	1
	Практичне завдання – ситуаційне завдання.	Вимоги до виконання: розробити внутрішній документ, який би враховував етичні норми ведення бізнесу в одній з країн ЄС та Азії	Ситуативне завдання оцінюється в 3 бали. Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – завдання виконано поверхнево, не враховані всі складові етичної поведінки, 2 бали – студент врахував не всі етичні складові, є зауваження, щодо точності проведеного аналізу; 3 бали – завдання виконано в повній мірі по кожній етичній складовій	3

			з урахуванням особливостей ведення бізнесу в двох країнах.	
Усього за ЗМ7 контр. заходів	3			6
8	Теоретичне завдання - усне опитування за темою 11	Відповідь на теоретичне питання навчального матеріалу за темами ЗМ 1	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання програми оцінюється в 1 бал	2
	Теоретичне завдання – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle за темою 11	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,1 бала.	1
	Практичне завдання – аналітична доповідь.	Вимоги до виконання: підготовка аналітичної доповіді «Проблеми розробки глобальних стратегій на українських підприємствах»	Аналітична доповідь оцінюється у 4 бали. Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – аналітична доповідь підготовлена зі значними помилками, наявна висока фрагментарність інформації; 2 бали – аналітична доповідь підготовлена з незначними помилками, присутні окремі неточності; 3 бали – доповідь виконано без помилок, але відсутні висновки; 4 бал – аналітичну доповідь виконано без помилок на достатньо високому теоретико-практичному рівні.	4
Усього за ЗМ8 контр. заходів	3			7
<b>Усього за змістові модулі контр. заходів</b>	<b>25</b>			<b>60</b>

### 8. Підсумковий семестровий контроль\*\*

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
Залік	Індивідуальне навчально-дослідне завдання	Виконання індивідуального навчально-дослідного завдання із заданої теми, презентаційний (графічний, наочний) матеріал, знання дослідженого матеріалу та здатність самостійно проаналізувати та ґрунтовно охарактеризувати матеріал дослідження	Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання індивідуального завдання, становить 20 балів (15 балів - доповідь, 5 балів - презентація). Критерії оцінювання доповіді: 15 балів - повне розкриття теми, наявність власної думки, висновків та списку використаних літературних джерел; 10-14 балів - тема розкрита не повністю, наявні помилки в оформленні; 5-9 балів - наявні матеріали, які не дозволили студенту розкрити тему, відсутня думка студента; 1-4 бали - наявні окремі матеріали, які не дозволяють оцінити думку студента щодо теми дослідження. Критерії оцінювання презентації: 5 балів - презентація точно відповідає темі, містить важливу інформацію, має чітку, логічно вибудовану структуру, робота є прикладом високого рівня володіння комп'ютерними технологіями; 3-4 бали - загалом презентація відповідає темі і є досить інформативною, прослідковується певна структура в розміщенні інформації, проте естетичний вигляд дещо псує недостатньо чітка структура розміщення інформації та не зовсім доречно графіка оформлення. 1-2 бали - містить близький за тематикою матеріал, але не несе важливої інформативної функції, важко вловити структуру подання інформації, графіки і таблиці відсутні, естетичний вигляд незадовільний (відсутня чітка структура розміщення інформації, недоречно графіка оформлення).	20
	Залікова контрольна робота	Залікова контрольна робота проходить у тестовій формі з використанням платформи Moodle	Залікова робота містить 20 тестових завдань, кожне з яких оцінюється в 1 бал	20
Усього за підсумковий семестровий контроль				40

## 9. Рекомендована література

### Основна:

1. Багатонаціональні підприємства та глобальна економіка: монграфія; за ред. О.І. Рогача. Київ : ЦУЛ, 2020. 368 с.
2. Глобальна економіка : навчальний посібник / О.В. Довгаль та ін. Івано-Франківськ : ФОП Супрун В.П., 2019. 262 с.
3. Зовнішньоекономічна діяльність: навч. посіб. / Ю.Г. Козак, Є.В. Савельєв [та ін.]. 6-е вид., перероб. та доп./ ред. Ю.Г. Козак. Київ: ЦУЛ, 2019. 292 с.
4. Алієва-Барановська В.М., Дахно І.І. Міжнародний туризм. Навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 344 с
5. Шталь Т. В. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник / Т. В. Шталь, І. Е. Астахова, В.О. Козуб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с.
6. Dmytro Solokha. Management of the 21st century: globalization challenges./ Prague. Nemoross.r.o. 2018. Czech Republic. 508 p
7. Managing the strategic potential of integrated regional development. Monograph. Edited by Dmytro Solokha. Podhájska : European institute of further education, 2019. 306 p

### Додаткова:

1. Бестужева С. В. Міжнародна економічна діяльність України : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 268 с.
2. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник / Т. В. Князева та ін. Київ : НАУ. 2019. 164 с.
3. Савельєв Є.В., Зварич І.Я. Міжнародна економіка : підручник. Тернопіл : ТНЕУ, 2018. 424 с.
4. Стратегічний менеджмент : навчальний посібник / М.П. Бутко та ін.; за заг. ред. М.П. Бутка. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 376 с.
5. Управління бізнесом : підручник / С.В. Панченко та ін. Харків : УкрДУЗТ, 2017. 288 с.
6. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств : монографія. Київ : Знання, 2007. 446 с.
7. Котлер Ф., Келлер К. Л., Павленко А. Ф. Маркетинговий менеджмент : підруч. Київ : Хімджест, 2008. 720 с.
8. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг : Теорія і господарські ситуації : навч. посіб. 2-е вид., перероб. Київ : Політехніка, 2004. 152 с.
9. Сасенко М. Г. Стратегія підприємства : підручник. Тернопіль: Економічна думка, 2006. 390 с. С. 132.
10. Циганкова Т. М. Оцінка розвитку ключових напрямів маркетингової діяльності українських експортерів. *Маркетинг в Україні*. 2004. №3(25). С. 40-45.
11. Bhattacharyya S. C. Energy Economics: Concepts, Issues, Markets and Governance. New York : Springer, 2011. 747 p.
12. Carley S., Lawrence S. Energy-Based Economic Development: How Clean Energy can Drive Development and Stimulate Economic Growth. London : Springer London Heidelberg New York Dordrecht, 2014. 165 p.
13. Michael J. Stahl, David N. Grigsby. Strategic Management for Decision Making. Boston: PWS-Kent Publishing Company, 1992. 999 p.
14. Richard Lynch Corporate strategy, Pitman Publishing, 1997.
15. Rue L.W., Holland P.G. Strategic Management: Concepts and Experiences. 2d ed. N.Y Mac Graw Hill. 1989.
16. Daniel W. Baack, Barbara Czarnecka, Donald Baack. International Marketing. SAGE, 2018. 672 p.
17. Sak Onkvisit, John J. Shaw. International Marketing: Strategy and Theory.

Routledge, 2009. 710 p.

**Інформаційні ресурси:**

1. Офіційний сайт журналу The Economist. URL : <http://www.economist.com>
2. Офіційний сайт журналу The Financial. URL : <http://www.ft.com>
3. Офіційний сайт журналу The Wall Street Journal. URL : <http://www.marketwatch.com>
4. Офіційний сайт міністерства закордонних справ України. URL : <http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/europeanintegration/ukraine-eu-trade>.
5. Офіційний сайт національного банку України. URL : <https://bank.gov.ua>
6. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL : <http://www.minfin.gov.ua/>.
7. Офіційний сайт ООН. Підрозділ статистики. Секція Business Statistics. URL: <https://unstats.un.org/unsd/business-stat/> (дата звернення: 01.08.2021).
8. Офіційний сайт Конференції ООН з торгівлі і розвитку. Секція World Investment Report URL: <https://unctad.org/publications> (дата звернення: 01.08.2021).
9. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації URL: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
10. Законодавчі і нормативні акти України. URL: <http://www.uaza>.