

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету менеджменту

І.Г. Шавкун

« 25 » м. серпня 2025

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

(назва навчальної дисципліни)

підготовки бакалавра

денної та заочної форм здобуття освіти

освітньо-професійної програми Менеджмент міжнародного бізнесу

спеціальності 073 Менеджмент

галузі знань 07 Управління і адміністрування

**ВИКЛАДАЧ:** Є.В. Маказан, к.е.н., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Обговорено та ухвалено  
на засіданні кафедри бізнес-адміністрування  
і менеджменту зовнішньоекономічної  
діяльності

Протокол № 1 від “ 25 ” серпня 2025 р.  
Завідувач кафедри бізнес-адміністрування і  
менеджменту зовнішньоекономічної  
діяльності

Д.Т. Бікулов

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми

С.В. Маркова

(підпис)

(ініціали, прізвище)

2025 рік

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Силабус навчальної дисципліни  
**ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**



**Зв'язок з викладачем (викладачами):**

**Викладач:** к.е.н., доцент Маказан Євгенія Василівна

**E-mail:** [e.v.makazan@gmail.com](mailto:e.v.makazan@gmail.com)

**Телефон:** (061) 289-41-39 (кафедра)

**Інші засоби зв'язку:** Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)

**Кафедра:** бізнес-адміністрування та менеджменту ЗЕД, бй корп. ЗНУ, ауд. 108 (1<sup>й</sup> поверх)

**1. Опис навчальної дисципліни**

*Метою* вивчення навчальної дисципліни «Організація міжнародного бізнесу» є формування у здобувачів вищої освіти цілісного комплексу знань і практичних навичок щодо методології та інструментарію організації та управління підприємствами, що здійснюють діяльність на міжнародних ринках, з урахуванням глобалізаційних тенденцій, культурних відмінностей та конкурентного середовища.

*Основними завданнями* вивчення дисципліни «Організація міжнародного бізнесу» є:

- засвоєння теоретичних засад функціонування та структури міжнародного бізнесу;
- вивчення методів організації зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- аналіз факторів, що впливають на вибір форми виходу на міжнародні ринки та структуру міжнародних компаній;

- набуття практичних умінь щодо організації ефективної діяльності підприємств на міжнародних ринках та управління міжнародними операціями.

«Організація міжнародного бізнесу» як компонент освітньо-професійної програми підготовки відповідає таким програмним компетентностям:

- ЗК7 Здатність спілкуватися іноземною мовою;
- ЗК14 Здатність працювати у міжнародному контексті;
- СК1 Здатність визначати та описувати характеристики організації;
- СК7 Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту;
- СК12 Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення;
- СК13 Розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності;
- СК17 Здатність оцінювати масштаби діяльності вітчизняних підприємств на іноземних ринках, прояви впливу міжнародного середовища на функціонування національних та регіональних підприємств, тенденції та перспективи транснаціоналізації світової економіки;

- СК18 Вміня визначати стратегічні пріоритети підприємств на зовнішніх ринках, обирати та застосовувати управлінський інструментарій із врахуванням сучасних систем бізнес-комунікацій.

«Організація міжнародного бізнесу» як компонент освітньо-професійної програми підготовки забезпечує такі програмні результати навчання (ПРН):

- РН4 Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень;
- РН16 Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- РН19 Вміти формувати цілі функціонування міжнародних організацій, визначати місію та цілі міжнародної діяльності, організувати їх реалізацію, планувати виробничу діяльність, управляти процесами прийняття управлінських рішень у міжнародному бізнесі;
- РН20 Вміти проводити аналітичну роботу щодо розвитку міжнародного бізнесу, прогнозувати зміни кон'юнктури світових і регіональних ринків, а також організувати функціональне забезпечення зовнішньоекономічних операцій та міжнародних торговельних угод з урахуванням принципів сталого розвитку економіки.

Курс «Організація міжнародного бізнесу» є фундаментальною дисципліною професійної підготовки бакалаврів з менеджменту міжнародного бізнесу та забезпечує поєднання теоретичних знань із практичними інструментами аналізу, планування й організації міжнародної діяльності підприємств.

Курс дає можливість:

- сформулювати ґрунтовні знання щодо принципів організації та управління міжнародними компаніями;
- оволодіти навичками планування та координації зовнішньоекономічних операцій;
- застосовувати сучасні методи управління міжнародними бізнес-процесами та міжнародними командами;
- використовувати зарубіжний досвід організації бізнесу для підвищення ефективності діяльності на зовнішніх ринках;

# ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

## Силабус навчальної дисципліни

– підготуватися до професійної діяльності у сфері міжнародного бізнесу, фінансового та стратегічного менеджменту.



*Необхідні навчальні компоненти* (пререквізити, кореквізити і постреквізити): Ризик-менеджмент та страхування в міжнародному бізнесі, Управління сталим розвитком підприємства, Планування та прогнозування діяльності міжнародних компаній, Інфраструктурне забезпечення міжнародного бізнесу, Міжнародна логістична діяльність, Виробнича практика, Кваліфікаційна робота бакалавра.

### Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	<b>Обов'язкова</b>	
Семестр	5 -й	5 -й
Кількість кредитів ECTS	<b>4</b>	
Кількість годин	120	
Лекційні заняття	28 год.	6 год.
Практичні заняття	14 год.	6 год.
Самостійна робота	78 год.	108 год.
Консультації	Консультації: середа 14:30 - очний формат: 108 кабінет 6 навчальний корпус, кафедра бізнес-адміністрування та менеджменту ЗЕД - дистанційний формат: Особистий ідентифікатор ZOOM 434 6285456 Код доступу 5GfWV4	
Вид підсумкового семестрового контролю:	<b>екзамен</b>	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	<a href="https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9396">https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9396</a>	

### 2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності / результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
<b>Компетентності</b>		
ЗК7 Здатність спілкуватися іноземною мовою	- лекції з використанням іноземної професійної термінології; - ділові ігри та переговори; - читання та аналіз міжнародної професійної літератури.	- усне опитування та дискусії; - презентації індивідуальних або групових проєктів; - письмові завдання іноземною мовою.
ЗК14 Здатність працювати у міжнародному контексті	- кейс-стаді міжнародних компаній; - рольові та ділові ігри з міжнародних сценаріїв; - аналіз міжнародних бізнес-практик.	- письмові аналітичні роботи; - презентації рішень у міжнародних кейсах; - тестування знань про міжнародні стандарти та практики.
СК1 Здатність визначати та описувати характеристики організації	- аналіз кейсів міжнародних організацій; - робота з аналітичними звітами компаній; - групові проєкти з оцінки структури організацій.	- письмові звіти та аналітичні роботи; - тести; - презентації характеристик організації.
СК7 Здатність обирати та використовувати	- практичні заняття з використання управлінських методів і моделей;	- практичні тести; - презентації використаних інструментів;

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Силабус навчальної дисципліни



сучасний інструментарій менеджменту	- аналіз управлінських рішень міжнародних компаній; - розв'язання практичних управлінських завдань.	- захист групових та індивідуальних проєктів.
СК12 Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення	- кейс-метод; - проблемні лекції; - групові дискусії та моделювання управлінських ситуацій.	- письмові аналітичні роботи; - презентації рішень; - оцінка ефективності обґрунтування рішень.
СК13 Розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності	- лекції та семінари з міжнародного права; - робота з нормативними документами та міжнародними угодами; - аналіз юридичних кейсів.	- письмові контрольні та аналітичні роботи; - тестування знань законодавства; - усне опитування та аналіз кейсів.
СК17 Здатність оцінювати масштаби діяльності вітчизняних підприємств на іноземних ринках, прояви впливу міжнародного середовища на функціонування національних та регіональних підприємств, тенденції та перспективи транснаціоналізації світової економіки	- аналіз міжнародних кейсів та аналітичних звітів; - дискусії; - робота над груповими проєктами з міжнародного бізнесу.	- письмові аналітичні роботи; - презентації результатів аналізу; - кейс-стаді; - тестування.
СК18 Вміння визначати стратегічні пріоритети підприємств на зовнішніх ринках, обирати та застосовувати управлінський інструментарій із врахуванням сучасних систем бізнес-комунікацій	- стратегічні сесії та моделювання рішень; - SWOT-, PESTEL-, GAP-аналіз міжнародних компаній; - ділові ігри та проєктна робота.	- захист стратегічних проєктів; - презентації; - письмові аналітичні роботи; - оцінка участі у ділових іграх; - тестування.
<b>програми результати навчання:</b>		
РН4 Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень	- кейс-метод міжнародних компаній; - аналіз проблемних ситуацій; - групові дискусії та рольові ігри.	- письмові аналітичні роботи; - презентації рішень; - оцінка участі у дискусіях.
РН16 Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним	- самостійні проєкти; - робота з міжнародними базами даних; - дискусії та аналіз кейсів.	- письмові аналітичні роботи; - презентації результатів; - оцінка участі у дискусіях.
РН19 Вміти формувати цілі функціонування міжнародних організацій, визначити місію та цілі міжнародної діяльності,	- стратегічні сесії та моделювання рішень; - SWOT- та PESTEL-аналіз; - проєктна робота з планування міжнародної діяльності.	- письмові аналітичні роботи; - презентації стратегічних проєктів; - захист командних проєктів.



<p>організувати їх реалізацію, планувати виробничу діяльність, управляти процесами прийняття управлінських рішень у міжнародному бізнесі</p>		
<p>PH20 Вміти проводити аналітичну роботу щодо розвитку міжнародного бізнесу, прогнозувати зміни кон'юнктури світових і регіональних ринків, а також організувати функціональне забезпечення зовнішньоекономічних операцій та міжнародних торговельних угод з урахуванням принципів сталого розвитку економіки</p>	<p>- практичні заняття; - кейс-аналіз міжнародних торговельних операцій; - робота з нормативними документами ЗЕД.</p>	<p>- розрахункові завдання; - письмові звіти; - презентації результатів аналізу; - тестування.</p>

### 3. Зміст навчальної дисципліни

#### *Змістовий модуль 1. Дефініції міжнародного бізнесу*

##### **ТЕМА 1.** Сутність та основи міжнародного бізнесу

Поняття та види міжнародного бізнесу. Міжнародна бізнес-середа. Правові аспекти міжнародного бізнесу. Основні принципи функціонування ТНК.

Роль глобальної економіки у розвитку міжнародного бізнесу. Етичні норми та корпоративна соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі. Вплив міжнародних фінансових і кредитних установ на бізнес. Тенденції транснаціоналізації та глобальної інтеграції. Взаємозв'язок міжнародного бізнесу з державними економічними політиками. Основні ризики міжнародного бізнесу та шляхи їх мінімізації. Особливості адаптації продуктів та послуг для різних ринків.

##### **ТЕМА 2.** Міжнародне бізнес-середовище: політичні, економічні та соціокультурні фактори

Сутність та структура міжнародного бізнес-середовища. Політичні фактори та їх вплив на міжнародний бізнес. Економічні фактори у міжнародному бізнесі. Соціокультурні особливості та їх значення для міжнародного бізнесу.

Юридичні та регуляторні фактори: міжнародні стандарти та угоди. Технологічні зміни та їх вплив на міжнародні бізнес-процеси. Екологічні та природоохоронні вимоги для міжнародних компаній. Міжнародні інституції та їх вплив на бізнес-середовище. Демографічні фактори та поведінка споживачів на глобальних ринках. Ризики політичної нестабільності та економічних криз. Взаємодія локальних і глобальних факторів у прийнятті стратегічних рішень.

##### **ТЕМА 3.** Міжнародна конкуренція

Аналіз конкурентного середовища. Глобальні конкурентні стратегії. Роль бренду у міжнародному бізнесі. Приклади успішних стратегій компаній.

Позиціонування та диференціація продуктів на світовому ринку. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Вплив інновацій та технологій на конкурентну перевагу. Використання стратегічного маркетингу для зміцнення позицій. Аналіз SWOT для міжнародних конкурентних стратегій. Управління репутацією та іміджем на глобальних ринках. Вплив цифрових платформ та e-commerce на конкуренцію.

##### **ТЕМА 4.** Управління операціями міжнародного бізнесу

Основні принципи управління міжнародними операціями. Організаційні структури та управлінські моделі в міжнародному бізнесі. Управління якістю продукції та послуг.

Координація виробничих процесів між країнами. Оптимізація ресурсів і витрат у міжнародних операціях. Управління ланцюгами постачання та логістикою. Впровадження стандартів ISO та сертифікація. Методи контролю та

аудиту міжнародних операцій. Управління ризиками у виробничих та операційних процесах. Використання ІТ-систем для планування та контролю операцій. Стратегії підвищення ефективності міжнародних операцій.

### ***Змістовий модуль 2. Міжнародне бізнес-середовище***

#### **ТЕМА 5. Фінансування міжнародного бізнесу**

Джерела фінансування міжнародних операцій. Валютне регулювання у міжнародному бізнесі. Податкове планування у міжнародному бізнесі. Бюджетування та контроль витрат.

Оцінка інвестиційної привабливості проектів. Міжнародні фінансові інструменти (кредити, облігації, фонди). Управління валютними ризиками. Планування грошових потоків у міжнародних операціях. Фінансовий контроль та аудит міжнародних проектів. Фінансові стратегії для транснаціональних корпорацій. Ризики фінансування та методи їх мінімізації.

#### **ТЕМА 6. Податкова політика та особливості оподаткування у міжнародному бізнесі**

Значення податкової політики для міжнародного бізнесу. Основні принципи оподаткування в міжнародному бізнесі: податки на прибуток, ПДВ, мита. Особливості податкових угод та їх вплив на бізнес-процеси. Стратегії оптимізації податків у міжнародних корпораціях.

Використання податкових пільг та стимулів у різних країнах. Податкове планування для транснаціональних компаній. Контроль та аудит податкових платежів. Податкові ризики та методи їх мінімізації. Вплив змін податкового законодавства на бізнес-стратегії. Податкові аспекти цифрового бізнесу та електронної комерції. Міжнародне співробітництво у сфері оподаткування.

#### **ТЕМА 7. Міжнародний маркетинг: особливості та інструменти просування товарів і послуг**

Поняття та значення міжнародного маркетингу. Відмінності між внутрішнім і міжнародним маркетингом. Інструменти просування товарів і послуг на міжнародному ринку. Особливості маркетингових стратегій в умовах глобалізації.

Сегментація міжнародних ринків. Брендинг і позиціонування продуктів на глобальних ринках. Стратегії ціноутворення для різних країн. Використання цифрового маркетингу та соціальних медіа. Крос-культурні аспекти маркетингу. Оцінка ефективності міжнародних маркетингових кампаній. Методи аналізу споживчих переваг у різних регіонах.

#### **ТЕМА 8. Логістика та управління ланцюгами постачання в міжнародному бізнесі**

Сутність і значення логістики в міжнародному бізнесі. Основні елементи та функції логістичних систем. Управління ланцюгами постачання. Особливості міжнародних транспортних систем і вибір логістичних стратегій.

Оптимізація витрат на транспортування та складування. Використання сучасних ІТ-систем у логістиці (ERP, SCM). Управління ризиками у міжнародних ланцюгах постачання. Вибір стратегій доставки для різних регіонів. Планування запасів та управління складськими операціями. Вплив глобальних криз (економічних, політичних) на логістику. Екологічні аспекти та сталий розвиток у логістиці.

### ***Змістовий модуль 3. Особливості міжнародного бізнесу***

#### **ТЕМА 9. Стратегії розвитку міжнародного бізнесу**

Альянси та партнерства у міжнародному бізнесі. Франчайзинг як модель розвитку. Стратегії диверсифікації ринків. Інновації у міжнародному бізнесі.

Злиття та поглинання як інструмент глобальної експансії. Розробка стратегічних планів для виходу на нові ринки. Ризики та методи їх управління при розширенні бізнесу. Використання стратегічного маркетингу для розвитку. Партнерські мережі та кооперації між компаніями. Аналіз конкурентних можливостей та тенденцій ринку. Стратегії інноваційного розвитку та R&D у міжнародних компаніях.

#### **ТЕМА 10. Правове забезпечення міжнародного бізнесу**

Контрактне право в міжнародному бізнесі. Митні та податкові аспекти. Врегулювання міжнародних суперечок. Дотримання стандартів корпоративної відповідальності.

Міжнародні стандарти трудового та екологічного законодавства. Юридичні ризики та методи їх мінімізації. Регулювання інтелектуальної власності та патентів. Правові аспекти електронної комерції та цифрових контрактів. Використання арбітражу та медіації у вирішенні спорів. Моніторинг змін у міжнародному законодавстві. Роль міжнародних організацій у правовому регулюванні бізнесу.

#### **ТЕМА 11. Інформаційні технології та цифровізація в міжнародному бізнесі**

Значення інформаційних технологій у міжнародному бізнесі. Цифровізація бізнес-процесів: тенденції та виклики. Вплив цифрових технологій на глобальні ринки та конкурентні стратегії компаній.

Автоматизація міжнародних бізнес-процесів. Впровадження CRM та ERP-систем для управління компанією. Використання аналітики великих даних (Big Data). Кібербезпека та захист корпоративної інформації. Електронна

# ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

## Силабус навчальної дисципліни



комерція та цифрові платформи. Інтеграція технологій у маркетинг та логістику. Технологічні інновації як конкурентна перевага. Виклики цифрової трансформації для транснаціональних компаній.

### **Змістовий модуль 4. Міжнародний бізнес в умовах глобалізації**

#### **ТЕМА 12. Міжнародний менеджмент: адаптація управлінських практик у глобальному середовищі**

Сутність та особливості міжнародного менеджменту. Фактори, що впливають на адаптацію управлінських практик у різних країнах. Основні моделі управління в міжнародному бізнесі.

Крос-культурне управління та міжкультурна комунікація. Лідерство та управлінські стилі у глобальних організаціях. Планування, координація та контроль міжнародних проєктів. Управління змінами та інноваціями. Організаційна культура та її вплив на ефективність. Розвиток командної роботи в міжнародному середовищі. Стратегії мотивації та управління персоналом у глобальних компаніях. Вплив глобальних трендів та міжнародних криз на управлінські рішення.

#### **ТЕМА 13. Тренди та перспективи розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації**

Вплив глобалізації на міжнародний бізнес: основні виклики та можливості. Сучасні тренди розвитку міжнародного бізнесу. Перспективи та стратегічні напрямки розвитку міжнародного бізнесу. Вплив цифровізації та інноваційних технологій на міжнародний бізнес. Зростання ролі сталого розвитку та ESG-політики у транснаціональних корпораціях.

Динаміка глобальних торговельних угод та інтеграційних процесів. Розвиток нових ринків та економік, що формуються (Emerging Markets). Еволюція глобальних ланцюгів постачання та стратегій дистрибуції. Зміни в поведінці споживачів на глобальних ринках та персоналізація пропозицій. Використання аналітики великих даних та штучного інтелекту для стратегічного управління. Тенденції глобальної конкуренції та нові моделі ведення міжнародного бізнесу (платформи, цифрові екосистеми).

#### **ТЕМА 14. Культура та комунікації в міжнародному бізнесі**

Вплив культурних відмінностей на бізнес. Комунікаційні стратегії в міжнародному середовищі. Етика в міжнародному бізнесі. Подолання культурних бар'єрів. Роль міжкультурної комунікації у формуванні довірчих відносин із партнерами. Стратегії адаптації маркетингових і рекламних кампаній під культурні особливості ринку.

Подолання мовних бар'єрів та ефективне використання перекладу і локалізації. Управління мультикультурними командами та розвиток командної ефективності. Вирішення конфліктів із урахуванням культурних відмінностей та традицій. Етичні стандарти у різних культурах та їх вплив на бізнес-рішення. Використання культурних особливостей у переговорах, продажах та переговорах щодо контрактів.

### **4. Структура навчальної дисципліни**

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф	з.ф	
Лекція 1	<b>ТЕМА 1.</b> Сутність та основи міжнародного бізнесу Поняття та види міжнародного бізнесу. Міжнародна бізнес-середа. Правові аспекти міжнародного бізнесу. Основні принципи функціонування ТНК	2	0,5	щотижня
Самостійна робота	<b>ТЕМА 1.</b> Сутність та основи міжнародного бізнесу Роль глобальної економіки у розвитку міжнародного бізнесу. Етичні норми та корпоративна соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі. Вплив міжнародних фінансових і кредитних установ на бізнес. Тенденції транснаціоналізації та глобальної інтеграції. Взаємозв'язок міжнародного бізнесу з державними економічними політиками. Основні ризики міжнародного бізнесу та шляхи їх мінімізації. Особливості адаптації продуктів та послуг для різних ринків.	6	8	щотижня
Лекція 2	<b>ТЕМА 2.</b> Міжнародне бізнес-середовище: політичні, економічні та соціокультурні фактори Сутність та структура міжнародного бізнес-середовища. Політичні фактори та їх вплив на міжнародний бізнес. Економічні фактори у міжнародному бізнесі. Соціокультурні особливості та їх значення для міжнародного бізнесу.	2	0,5	щотижня

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Силабус навчальної дисципліни



Практичне заняття 1	<p><b>ТЕМА 2.</b> Міжнародне бізнес-середовище: політичні, економічні та соціокультурні фактори.</p> <p>Виробнича компанія планує випуск нової лінії побутової техніки та вихід на міжнародний ринок. Інженерний відділ впевнений у високому попиту на продукцію та пропонує розпочати виробництво без рекламної кампанії. Водночас відділ маркетингу вважає, що для успішного просування необхідно запустити масштабну рекламну кампанію вартістю 1 000 000 доларів.</p> <p>Якщо реклама буде ефективною, очікуваний річний дохід складе 9 500 000 доларів. Проте існує 30% ймовірності, що рекламна кампанія не принесе очікуваного результату, і тоді річний дохід складе лише 2 000 000 доларів.</p> <p>Якщо ж реклама не проведеться, дохід залежатиме від реакції покупців:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- у 80% випадків продукція буде добре сприйнята, і дохід складе 4 000 000 доларів;</li> <li>- у 20% випадків покупці не зацікавляться, і дохід залишиться на рівні 2 000 000 доларів.</li> </ul> <p><b>Завдання:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Необхідно побудувати дерево рішень та обрати найвигідніший варіант для компанії.</li> <li>2. Розрахуйте очікуваний дохід для кожного варіанту рішення (з рекламною кампанією та без неї) з урахуванням ймовірностей успіху та провалу. Який варіант забезпечить вищий середній дохід для компанії?</li> <li>3. Проаналізуйте ризики кожного варіанту фінансування рекламної кампанії. Чи варто компанії залучати кредитні або інвестиційні кошти для проведення реклами, якщо власних ресурсів недостатньо?</li> </ol>	2	1	1 раз на 2 тижня
Самостійна робота	<p><b>ТЕМА 2.</b> Міжнародне бізнес-середовище: політичні, економічні та соціокультурні фактори</p> <p>Юридичні та регуляторні фактори: міжнародні стандарти та угоди. Технологічні зміни та їх вплив на міжнародні бізнес-процеси. Екологічні та природоохоронні вимоги для міжнародних компаній. Міжнародні інституції та їх вплив на бізнес-середовище. Демографічні фактори та поведінка споживачів на глобальних ринках. Ризики політичної нестабільності та економічних криз. Взаємодія локальних і глобальних факторів у прийнятті стратегічних рішень.</p>	6	8	щотижня
Лекція 3	<p><b>ТЕМА 3.</b> Міжнародна конкуренція</p> <p>Аналіз конкурентного середовища. Глобальні конкурентні стратегії. Роль бренду у міжнародному бізнесі. Приклади успішних стратегій компаній.</p>	2	0,5	щотижня
Самостійна робота	<p><b>ТЕМА 3.</b> Міжнародна конкуренція</p> <p>Позиціонування та диференціація продуктів на світовому ринку. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Вплив інновацій та технологій на конкурентну перевагу. Використання стратегічного маркетингу для зміцнення позицій. Аналіз SWOT для міжнародних конкурентних стратегій. Управління репутацією та іміджем на глобальних ринках. Вплив цифрових платформ та e-commerce на конкуренцію.</p>	6	8	щотижня
Лекція 4	<p><b>ТЕМА 4.</b> Управління операціями міжнародного бізнесу</p> <p>Основні принципи управління міжнародними операціями. Організаційні структури та управлінські моделі в міжнародному бізнесі. Управління якістю продукції та послуг.</p>	2	0,5	щотижня
Практичне заняття 2	<p><b>ТЕМА 4.</b> Управління операціями міжнародного бізнесу.</p> <p>Зовнішньоторговельна фірма з Німеччини отримала від торгового дому імпортера, розташованого в Канаді, замовлення на постачання 200 електроприладів. На основі пропозиції цін на умовах СІФ імпортер розраховує на торгіву надбавку в 10%. Транспортування триватиме, за припущеннями, 28 днів.</p> <p>Німецька зовнішньоторговельна фірма займається пошуком пропозицій від різних виробників і обирає якнайвигідніші умови:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ціна 200 одиниць приладів зі складу в Гамбурзі з пакуванням і транспортуванням – 750 000 EUR;</li> </ul>	2	1	1 раз на 2 тижня

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Силабус навчальної дисципліни



	<p>- знижка за кількість з боку виробника – 6% і знижка «сконто» 3% у разі сплати протягом 7 днів. Зовнішньоторговельна фірма працює з торговою надбавкою 14%. Вартість банківських послуг становить 1,8%. 3 транспортуванням товару до Канади пов'язані такі витрати: - експедиторські витрати від Гамбурга до Торонто – 22 500 EUR; - вантажно-розвантажувальні витрати – 3 200 EUR; - оформлення митної документації – 1 150 EUR; - розмір страхової премії – 4 200 EUR.</p> <p><b>Завдання:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Складіть експортну калькуляцію та розрахуйте ціну імпортера в Канаді.</li> <li>2. На скільки може скоротитися розрахована ціна в разі здійснення прямого експорту?</li> <li>3. Який рівень прибутку отримає німецька компанія від цієї угоди?</li> <li>4. Як змінилася б кінцева ціна для імпортера, якби торговельна надбавка зовнішньоторговельної фірми була 12% замість 14%?</li> <li>5. Який рівень митного збору (у відсотках) повинен бути встановлений у Канаді, щоб кінцева ціна імпортера зросла на 8%?</li> </ol>			
Самостійна робота	<p><b>ТЕМА 4.</b> Управління операціями міжнародного бізнесу Координація виробничих процесів між країнами. Оптимізація ресурсів і витрат у міжнародних операціях. Управління ланцюгами постачання та логістикою. Впровадження стандартів ISO та сертифікація. Методи контролю та аудиту міжнародних операцій. Управління ризиками у виробничих та операційних процесах. Використання ІТ-систем для планування та контролю операцій. Стратегії підвищення ефективності міжнародних операцій.</p>	6	8	
Лекція 5	<p><b>ТЕМА 5.</b> Фінансування міжнародного бізнесу Джерела фінансування міжнародних операцій. Валютне регулювання у міжнародному бізнесі. Податкове планування у міжнародному бізнесі. Бюджетування та контроль витрат.</p>	2	0,5	щотижня
Самостійна робота	<p><b>ТЕМА 5.</b> Фінансування міжнародного бізнесу Оцінка інвестиційної привабливості проектів. Міжнародні фінансові інструменти (кредити, облігації, фонди). Управління валютними ризиками. Планування грошових потоків у міжнародних операціях. Фінансовий контроль та аудит міжнародних проектів. Фінансові стратегії для транснаціональних корпорацій. Ризики фінансування та методи їх мінімізації.</p>	6	8	щотижня
Лекція 6	<p><b>ТЕМА 6.</b> Податкова політика та особливості оподаткування у міжнародному бізнесі Значення податкової політики для міжнародного бізнесу. Основні принципи оподаткування в міжнародному бізнесі: податки на прибуток, ПДВ, мита. Особливості податкових угод та їх вплив на бізнес-процеси. Стратегії оптимізації податків у міжнародних корпораціях.</p>	2	0,5	щотижня
Практичне заняття 3	<p><b>ТЕМА 6.</b> Податкова політика та особливості оподаткування у міжнародному бізнесі Міжнародна компанія здійснює виробництво продукції в країні А та реалізує її через дочірні підприємства в країнах ЄС і США. Компанія працює у сфері електронної комерції та здійснює транскордонні продажі.</p> <p><b>Вхідні дані:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- річний обсяг продажів - 5 млн дол. США;</li> <li>- податок на прибуток у країні А - 18%;</li> <li>- податок на прибуток у країнах ЄС - 22%;</li> <li>- податок на прибуток у США - 25%;</li> <li>- ставка ПДВ у країнах ЄС - 20%;</li> <li>- митні платежі - 5% від митної вартості товару;</li> <li>- діють міжнародні угоди про уникнення подвійного оподаткування;</li> <li>- компанія використовує податкові пільги для цифрового бізнесу в окремих юрисдикціях.</li> </ul> <p><b>Завдання:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проаналізувати вплив податкової політики різних країн на</li> </ol>	2	1	1 раз на 2 тижня

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Силабус навчальної дисципліни



	<p>міжнародну діяльність компанії.</p> <p>2. Визначити основні податкові ризики та напрями податкового планування.</p> <p>3. Запропонувати стратегію оптимізації оподаткування з урахуванням міжнародних податкових угод, контролю та аудиту податкових платежів.</p>			
Самостійна робота	<p><b>ТЕМА 6.</b> Податкова політика та особливості оподаткування у міжнародному бізнесі</p> <p>Використання податкових пільг та стимулів у різних країнах. Податкове планування для транснаціональних компаній. Контроль та аудит податкових платежів. Податкові ризики та методи їх мінімізації. Вплив змін податкового законодавства на бізнес-стратегії. Податкові аспекти цифрового бізнесу та електронної комерції. Міжнародне співробітництво у сфері оподаткування.</p>	6	8	<i>щотижня</i>
Лекція 7	<p><b>ТЕМА 7.</b> Міжнародний маркетинг: особливості та інструменти просування товарів і послуг</p> <p>Поняття та значення міжнародного маркетингу. Відмінності між внутрішнім і міжнародним маркетингом. Інструменти просування товарів і послуг на міжнародному ринку. Особливості маркетингових стратегій в умовах глобалізації.</p>	2	0,5	<i>щотижня</i>
Самостійна робота	<p><b>ТЕМА 7.</b> Міжнародний маркетинг: особливості та інструменти просування товарів і послуг</p> <p>Сегментація міжнародних ринків. Брендінг і позиціонування продуктів на глобальних ринках. Стратегії ціноутворення для різних країн. Використання цифрового маркетингу та соціальних медіа. Крос-культурні аспекти маркетингу. Оцінка ефективності міжнародних маркетингових кампаній. Методи аналізу споживчих переваг у різних регіонах.</p>	6	8	<i>щотижня</i>
Лекція 8	<p><b>ТЕМА 8.</b> Логістика та управління ланцюгами постачання в міжнародному бізнесі</p> <p>Сутність і значення логістики в міжнародному бізнесі. Основні елементи та функції логістичних систем. Управління ланцюгами постачання. Особливості міжнародних транспортних систем і вибір логістичних стратегій.</p>	2	0,5	<i>щотижня</i>
Практичне заняття 4	<p><b>ТЕМА 8.</b> Логістика та управління ланцюгами постачання в міжнародному бізнесі.</p> <p>Компанія «FreshTaste», що спеціалізується на виробництві органічних продуктів харчування, планує розширення бізнесу та вихід на європейський ринок. Основними товарами компанії є органічні соки, снеки та заморожені фрукти. Головним викликом є ефективна організація логістики та управління ланцюгами постачання, щоб забезпечити швидку та якісну доставку продукції споживачам.</p> <p>Першочергово необхідно визначитися з логістичною моделлю. Компанія може організувати власні склади в Європі або співпрацювати з місцевими дистриб'юторами. Важливо обрати варіант, який буде ефективнішим і економічно вигіднішим.</p> <p>Ще одним ключовим питанням є транспортування продукції. Оскільки товари швидко псуються, потрібно обрати оптимальний спосіб доставки. Авіап перевезення є швидким, але дорогим варіантом, тоді як морські перевезення дозволяють зекономити кошти, але займають більше часу. Важливо визначити, який спосіб буде найбільш доцільним для кожного виду продукції.</p> <p>Також компанії потрібно мінімізувати витрати на логістику, зберігаючи високу якість послуг та відповідність міжнародним вимогам. Це потребує розробки ефективної стратегії з оптимізації витрат.</p> <p>Окремо слід врахувати митні процедури та відповідність європейським стандартам якості. Продукція має відповідати всім вимогам, щоб безперешкодно потрапити на ринок.</p> <p><b>Завдання:</b></p> <p>1. Розробіть логістичну стратегію для компанії «FreshTaste», враховуючи міжнародні вимоги, ефективність транспортування та оптимізацію витрат.</p>	2	1	<i>1 раз на 2 тижня</i>

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Силабус навчальної дисципліни



	2. Запропонуйте найбільш вигідну модель постачання продукції в Європу та обґрунтуйте свій вибір.			
Самостійна робота	<b>ТЕМА 8.</b> Логістика та управління ланцюгами постачання в міжнародному бізнесі Оптимізація витрат на транспортування та складування. Використання сучасних IT-систем у логістиці (ERP, SCM). Управління ризиками у міжнародних ланцюгах постачання. Вибір стратегій доставки для різних регіонів. Планування запасів та управління складськими операціями. Вплив глобальних криз (економічних, політичних) на логістику. Екологічні аспекти та сталий розвиток у логістиці.	6	8	щотижня
Лекція 9	<b>ТЕМА 9.</b> Стратегії розвитку міжнародного бізнесу Альянси та партнерства у міжнародному бізнесі. Франчайзинг як модель розвитку. Стратегії диверсифікації ринків. Інновації у міжнародному бізнесі.	2	0,5	щотижня
Самостійна робота	<b>ТЕМА 9.</b> Стратегії розвитку міжнародного бізнесу Злиття та поглинання як інструмент глобальної експансії. Розробка стратегічних планів для виходу на нові ринки. Ризики та методи їх управління при розширенні бізнесу. Використання стратегічного маркетингу для розвитку. Партнерські мережі та кооперації між компаніями. Аналіз конкурентних можливостей та тенденцій ринку. Стратегії інноваційного розвитку та R&D у міжнародних компаніях.	5	8	щотижня
Лекція 10	<b>ТЕМА 10.</b> Правове забезпечення міжнародного бізнесу Контрактне право в міжнародному бізнесі. Митні та податкові аспекти. Врегулювання міжнародних суперечок. Дотримання стандартів корпоративної відповідальності.	2	0,5	щотижня
Практичне заняття 5	<b>ТЕМА 10.</b> Правове забезпечення міжнародного бізнесу. Компанія «TechGlobal», яка займається виробництвом електроніки, планує вихід на ринок США та укладення контракту з американськими дистриб'юторами. Для успішного розширення бізнесу необхідно врахувати правові аспекти міжнародної торгівлі, щоб уникнути можливих ризиків та правових конфліктів. Першим важливим питанням є вибір юридичної форми діяльності. Компанія може експортувати продукцію самостійно або зареєструвати дочірнє підприємство в США. Від цього вибору залежить фінансова та юридична ефективність роботи компанії на новому ринку. Другим аспектом є контрактні зобов'язання. Потрібно розробити договір з американськими партнерами, який відповідатиме міжнародним стандартам. У ньому слід чітко визначити умови поставки, відповідальність сторін і захист прав інтелектуальної власності, щоб уникнути можливих суперечок. Ще одним важливим питанням є митне та податкове регулювання. Компанія повинна відповідати всім вимогам митного законодавства США, а також знайти оптимальний спосіб сплати податків і зборів при імпорті товарів. Окрім цього, продукція має відповідати американським стандартам безпеки, тому необхідно отримати відповідні ліцензії та сертифікати. Процедура сертифікації може бути складною, але без неї продаж електроніки в США буде неможливим. <b>Завдання:</b> 1. Розробіть правову стратегію виходу компанії «TechGlobal» на ринок США. 2. Визначте, які юридичні вимоги потрібно виконати, які ризики можуть виникнути та як їх уникнути. 3. Запропонуйте найбільш безпечний і вигідний варіант міжнародної діяльності для компанії.	2	1	1 раз на 2 тижня
Самостійна робота	<b>ТЕМА 10.</b> Правове забезпечення міжнародного бізнесу Міжнародні стандарти трудового та екологічного законодавства. Юридичні ризики та методи їх мінімізації. Регулювання інтелектуальної власності та патентів. Правові аспекти електронної комерції та цифрових контрактів. Використання арбітражу та медіації у вирішенні спорів. Моніторинг змін у міжнародному законодавстві. Роль	5	8	щотижня

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Силабус навчальної дисципліни



	міжнародних організацій у правовому регулюванні бізнесу.			
Лекція 11	<b>ТЕМА 11.</b> Інформаційні технології та цифровізація в міжнародному бізнесі Значення інформаційних технологій у міжнародному бізнесі. Цифровізація бізнес-процесів: тенденції та виклики. Вплив цифрових технологій на глобальні ринки та конкурентні стратегії компаній.	2	0,5	щотижня
Самостійна робота	<b>ТЕМА 11.</b> Інформаційні технології та цифровізація в міжнародному бізнесі Автоматизація міжнародних бізнес-процесів. Впровадження CRM та ERP-систем для управління компанією. Використання аналітики великих даних (Big Data). Кібербезпека та захист корпоративної інформації. Електронна комерція та цифрові платформи. Інтеграція технологій у маркетинг та логістику. Технологічні інновації як конкурентна перевага. Виклики цифрової трансформації для транснаціональних компаній.	5	7	щотижня
Лекція 12	<b>ТЕМА 12.</b> Міжнародний менеджмент: адаптація управлінських практик у глобальному середовищі Сутність та особливості міжнародного менеджменту. Фактори, що впливають на адаптацію управлінських практик у різних країнах. Основні моделі управління в міжнародному бізнесі.	2	0,5	щотижня
Практичне заняття 6	<b>ТЕМА 12.</b> Міжнародний менеджмент: адаптація управлінських практик у глобальному середовищі. Розрахуйте індекс транснаціоналізації (TNI) міжнародної діяльності компанії «Samsung» та порівняйте його з аналогічним показником корпорації «Electrolux» за такими показниками: - Обсяг закордонних активів – 32,8 млрд. дол.; - загальний обсяг активів – 70,5 млрд. дол. ; - обсяг закордонних продажів – 42,3 млрд. дол.; - загальний обсяг продажів – 75,2 млрд. дол.; - чисельність зайнятих за кордоном – 190 тис. осіб - загальна чисельність зайнятих – 340 тис. осіб. Індекс транснаціоналізації діяльності компанії Electrolux становить 64%. <b>Завдання:</b> 1. Розрахуйте індекс транснаціоналізації (TNI) для компанії «Samsung». 2. Порівняйте отримане значення з показником «Electrolux». 3. Яка компанія має більш глобалізовану діяльність за показником TNI? 4. Як зміниться індекс «Samsung», якщо чисельність зайнятих за кордоном збільшиться до 210 тис. осіб? 5. Як зміниться індекс «Samsung», якщо обсяг закордонних активів зросте до 40 млрд. доларів?	2	1	1 раз на 2 тижня
Самостійна робота	<b>ТЕМА 12.</b> Міжнародний менеджмент: адаптація управлінських практик у глобальному середовищі Крос-культурне управління та міжкультурна комунікація. Лідерство та управлінські стилі у глобальних організаціях. Планування, координація та контроль міжнародних проектів. Управління змінами та інноваціями. Організаційна культура та її вплив на ефективність. Розвиток командної роботи в міжнародному середовищі. Стратегії мотивації та управління персоналом у глобальних компаніях. Вплив глобальних трендів та міжнародних криз на управлінські рішення.	5	7	щотижня
Лекція 13	<b>ТЕМА 13.</b> Тренди та перспективи розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації Вплив глобалізації на міжнародний бізнес: основні виклики та можливості. Сучасні тренди розвитку міжнародного бізнесу. Перспективи та стратегічні напрямки розвитку міжнародного бізнесу. Вплив цифровізації та інноваційних технологій на міжнародний бізнес. Зростання ролі сталого розвитку та ESG-політики у транснаціональних корпораціях.	2	-	
Самостійна робота	<b>ТЕМА 13.</b> Тренди та перспективи розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації	5	7	

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Силабус навчальної дисципліни



	Динаміка глобальних торговельних угод та інтеграційних процесів. Розвиток нових ринків та економік, що формуються (Emerging Markets). Еволюція глобальних ланцюгів постачання та стратегій дистрибуції. Зміни в поведінці споживачів на глобальних ринках та персоналізація пропозицій. Використання аналітики великих даних та штучного інтелекту для стратегічного управління. Тенденції глобальної конкуренції та нові моделі ведення міжнародного бізнесу (платформи, цифрові екосистеми).			
Лекція 14	<b>ТЕМА 14.</b> Культура та комунікації в міжнародному бізнесі Вплив культурних відмінностей на бізнес. Комунікаційні стратегії в міжнародному середовищі. Етика в міжнародному бізнесі. Подолання культурних бар'єрів. Роль міжкультурної комунікації у формуванні довірчих відносин із партнерами. Стратегії адаптації маркетингових і рекламних кампаній під культурні особливості ринку.	2	-	
Практичне заняття 7	<b>ТЕМА 14.</b> Культура та комунікації в міжнародному бізнесі Ви працюєте в міжнародній компанії, яка займається виробництвом технологічних пристроїв. Компанія вирішила поширити свою діяльність на ринки Азії, зокрема в Японії та Китаї. Оскільки ці ринки мають свої культурні особливості, важливо враховувати нюанси комунікації для успішного ведення бізнесу. <b>Завдання:</b> 1. Визначте культурні особливості та правила ведення переговорів в Японії та Китаї, які можуть вплинути на стратегію переговорів. Які нюанси потрібно врахувати для побудови довірчих відносин з японськими та китайськими партнерами? 2. Ви працюєте в мультикультурній команді, де є представники різних національностей. Як ви будете налагоджувати ефективну комунікацію в команді, враховуючи різні культурні традиції та стилі спілкування? 3. У вас виник конфлікт із колегою з Китаю через різні стилі комунікації та розуміння ролі авторитету в компанії. Як ви вирішите цей конфлікт, урахувавши культурні особливості та традиції Китаю? 4. Як адаптувати маркетингову стратегію для китайського та японського ринку, зокрема в плані реклами, просування бренду та взаємин із клієнтами?	2	-	
Самостійна робота	<b>ТЕМА 14.</b> Культура та комунікації в міжнародному бізнесі Подолання мовних бар'єрів та ефективне використання перекладу і локалізації. Управління мультикультурними командами та розвиток командної ефективності. Вирішення конфліктів із урахуванням культурних відмінностей та традицій. Етичні стандарти у різних культурах та їх вплив на бізнес-рішення. Використання культурних особливостей у переговорах, продажах та переговорах щодо контрактів.	5	7	
Разом		120	120	

**5. Види і зміст контрольних заходів**

Вид заняття/роботи	Вид поточного контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання *	Усього балів
1	2	3	4	5
На початку аудиторного заняття протягом семестру	Бліц-опитування	Проміжний оглядовий зріз знань за темами минулих лекцій і практичних занять (до 10 хвилин): самостійне опрацювання теоретичного (рівень «відтворення» та «розуміння») та практичного (рівень «застосування» та «створення») навчального матеріалу; формат - групові та індивідуальні завдання,	Передбачає надання повних відповідей і доповнень; спонукає здобувачів до систематичної самостійної роботи при підготовці до поточних занять; активізує абстрактне мислення із застосуванням методу аналізу та синтезу; не передбачає бального оцінювання.	-

		обговорення та дискусія.		
Поточний контроль				
Змістовий модуль 1				
Лекція №1-2	Тестування за змістовим модулем 1	<p>Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН 4, РН 16, РН 19 за матеріалом лекції №1-2.</p> <p>Питання для підготовки: Поняття та види міжнародного бізнесу. Міжнародна бізнес-середа. Правові аспекти міжнародного бізнесу. Основні принципи функціонування ТНК. Сутність та структура міжнародного бізнес-середовища. Політичні фактори та їх вплив на міжнародний бізнес. Економічні фактори у міжнародному бізнесі. Соціокультурні особливості та їх значення для міжнародного бізнесу.</p> <p><i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<p>Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано);</li> <li>– достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: <ul style="list-style-type: none"> <li>3-5 – 3 бали;</li> <li>6-8 – 4 бали;</li> <li>9-10 – 5 балів.</li> </ul> </li> </ul> <p>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</p>	5
Практичне заняття №1	Практичне завдання 1	<p>Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 4, РН РН 16 за матеріалом змістового модуля 1.</p> <p>Повністю виконане завдання передбачає побудову дерева рішень для запуску нової лінії побутової техніки, розрахунок очікуваного доходу за варіантами з рекламною кампанією та без неї з урахуванням ймовірностей успіху та невдачі, аналіз ризиків кожного варіанту, а також оцінку доцільності залучення кредитних або інвестиційних ресурсів для фінансування реклами з метою прийняття обґрунтованого управлінського рішення щодо просування продукції на міжнародному ринку.</p> <p><i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<p>Практичне завдання оцінюється комплексно максимально у 5 балів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано);</li> <li>– достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 3-5 балів (зараховано).</li> </ul>	5
Лекція №3-4	Тестування за змістовим модулем 1	<p>Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН 4, РН 16, РН 19 за матеріалом лекції №3-4.</p> <p>Питання для підготовки: Аналіз конкурентного середовища. Глобальні конкурентні стратегії. Роль бренду у міжнародному</p>	<p>Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано);</li> </ul>	5

		<p>бізнесі. Приклади успішних стратегій компаній. Позичування та диференціація продуктів на світовому ринку. Основні принципи управління міжнародними операціями. Організаційні структури та управлінські моделі в міжнародному бізнесі. Управління якістю продукції та послуг.</p> <p><i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<p>– достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: 3-5 – 3 бали; 6-8 – 4 бали; 9-10 – 5 балів.</p> <p>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</p>	
<b>Змістовий модуль 2</b>				
Лекція №5-6	Тестування за змістовим модулем 2	<p>Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН 4, РН 16, РН 20 за матеріалом лекції №5-6.</p> <p>Питання для підготовки: Джерела фінансування міжнародних операцій. Валютне регулювання у міжнародному бізнесі. Податкове планування у міжнародному бізнесі. Бюджетування та контроль витрат. Значення податкової політики для міжнародного бізнесу. Основні принципи оподаткування в міжнародному бізнесі: податки на прибуток, ПДВ, мита. Особливості податкових угод та їх вплив на бізнес-процеси. Стратегії оптимізації податків у міжнародних корпораціях.</p> <p><i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<p>Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: 3-5 – 3 бали; 6-8 – 4 бали; 9-10 – 5 балів.</p> <p>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</p>	<b>5</b>
Лекція №7-8	Тестування за змістовим модулем 2	<p>Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН 4, РН 16, РН 20 за матеріалом лекції №7-8.</p> <p>Питання для підготовки: Поняття та значення міжнародного маркетингу. Відмінності між внутрішнім і міжнародним маркетингом. Інструменти просування товарів і послуг на міжнародному ринку. Особливості маркетингових стратегій в умовах глобалізації. Сутність і значення логістики в міжнародному бізнесі. Основні елементи та функції логістичних систем. Управління ланцюгами постачання. Особливості міжнародних транспортних систем</p>	<p>Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: 3-5 – 3 бали; 6-8 – 4 бали; 9-10 – 5 балів.</p> <p>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</p>	<b>5</b>



		і вибір логістичних стратегій.  <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>		
Практичне заняття №4	Практичне завдання 2	Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 4, РН 16, РН 19, РН 20 за матеріалом змістового модуля 2. Повністю виконане завдання передбачає розроблення логістичної стратегії компанії, обґрунтований вибір моделі постачання та способів транспортування продукції до Європи з урахуванням оптимізації витрат і дотримання міжнародних вимог.  <i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Практичне завдання оцінюється комплексно максимально у 5 балів: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 3-5 балів (зараховано).	<b>5</b>
<b>Змістовий модуль 3</b>				
Лекція №9-10	Тестування за змістовим модулем 3	Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН 4, РН 16, РН 19, РН 20 за матеріалом лекції №7-8. Питання для підготовки: Альянси та партнерства у міжнародному бізнесі. Франчайзинг як модель розвитку. Стратегії диверсифікації ринків. Інновації у міжнародному бізнесі. Контрактне право в міжнародному бізнесі. Митні та податкові аспекти. Врегулювання міжнародних суперечок. Дотримання стандартів корпоративної відповідальності. Міжнародні стандарти трудового та екологічного законодавства. Юридичні ризики та методи їх мінімізації.  <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: 3-5 – 3 бали; 6-8 – 4 бали; 9-10 – 5 балів.  Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.	<b>5</b>
Практичне заняття №5	Практичне завдання 3	Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 4, РН 16, РН 19, РН 20 за матеріалом змістового модуля 3. Повністю виконане завдання передбачає розробку правової стратегії виходу компанії на ринок США з урахуванням вибору юридичної форми діяльності, контрактних зобов'язань, митно-	Практичне завдання оцінюється комплексно максимально у 5 балів: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 3-5 балів (зараховано).	<b>5</b>



		<p>податкових вимог та сертифікації продукції, а також оцінку ризиків і визначення оптимального способу міжнародної діяльності.</p> <p><i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>		
Лекція №11	Тестування за змістовим модулем 3	<p>Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН 4, РН 16 за матеріалом лекції №11.</p> <p>Питання для підготовки: Значення інформаційних технологій у міжнародному бізнесі. Цифровізація бізнес-процесів: тенденції та виклики. Вплив цифрових технологій на глобальні ринки та конкурентні стратегії компаній. Автоматизація міжнародних бізнес-процесів. Впровадження CRM та ERP-систем для управління компанією. Використання аналітики великих даних (Big Data). Кібербезпека та захист корпоративної інформації. Електронна комерція та цифрові платформи. Інтеграція технологій у маркетинг та логістику. Технологічні інновації як конкурентна перевага. Виклики цифрової трансформації для транснаціональних компаній.</p> <p><i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<p>Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано);</li> <li>– достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: <ul style="list-style-type: none"> <li>3-5 – 3 бали;</li> <li>6-8 – 4 бали;</li> <li>9-10 – 5 балів.</li> </ul> </li> </ul> <p>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</p>	<b>5</b>
<b>Змістовий модуль 4</b>				
Лекція №12-13	Тестування за змістовим модулем 4	<p>Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН 4, РН 16, РН 19 за матеріалом лекції №12-13.</p> <p>Питання для підготовки: Крос-культурне управління та міжкультурна комунікація. Лідерство та управлінські стилі у глобальних організаціях. Планування, координація та контроль міжнародних проєктів. Управління змінами та інноваціями. Організаційна культура та її вплив на ефективність. Розвиток командної роботи в міжнародному середовищі. Стратегії мотивації та управління персоналом у глобальних компаніях. Вплив глобальних трендів та міжнародних криз на управлінські рішення.</p>	<p>Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано);</li> <li>– достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: <ul style="list-style-type: none"> <li>3-5 – 3 бали;</li> <li>6-8 – 4 бали;</li> <li>9-10 – 5 балів.</li> </ul> </li> </ul> <p>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</p>	<b>5</b>



		<p>Вплив глобалізації на міжнародний бізнес: основні виклики та можливості. Сучасні тренди розвитку міжнародного бізнесу. Перспективи та стратегічні напрямки розвитку міжнародного бізнесу. Вплив цифровізації та інноваційних технологій на міжнародний бізнес. Зростання ролі сталого розвитку та ESG-політики у транснаціональних корпораціях.</p> <p><i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>		
Лекція №14	Тестування за змістовим модулем 4	<p>Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН 4, РН 16 за матеріалом лекції №14</p> <p>Питання для підготовки:</p> <p>Вплив культурних відмінностей на бізнес. Комунікаційні стратегії в міжнародному середовищі. Етика в міжнародному бізнесі. Подолання культурних бар'єрів. Роль міжкультурної комунікації у формуванні довірчих відносин із партнерами. Стратегії адаптації маркетингових і рекламних кампаній під культурні особливості ринку. Подолання мовних бар'єрів та ефективне використання перекладу і локалізації. Управління мультикультурними командами та розвиток командної ефективності. Вирішення конфліктів із урахуванням культурних відмінностей та традицій. Етичні стандарти у різних культурах та їх вплив на бізнес-рішення. Використання культурних особливостей у переговорах, продажах та переговорах щодо контрактів.</p> <p><i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<p>Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано);</li> <li>– достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: 3-5 – 3 бали; 6-8 – 4 бали; 9-10 – 5 балів.</li> </ul> <p>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</p>	5
Практичне заняття 7	Практичне завдання 4	<p>Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 4, РН 16 за матеріалом змістового модуля 4.</p> <p>Повністю виконане завдання передбачає аналіз культурних особливостей Японії та Китаю для ведення переговорів, налагодження ефективної комунікації в мультикультурній команді, вирішення конфліктів з</p>	<p>Практичне завдання оцінюється комплексно максимально у 5 балів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано);</li> <li>– достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 3-5 балів (зараховано).</li> </ul>	5

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Силабус навчальної дисципліни



		<p>урахуванням культурних традицій та адаптацію маркетингової стратегії для азійських ринків.</p> <p><i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>		
<b>Усього поточний контроль</b>	<b>12</b>			<b>60</b>
<b>Підсумковий контроль</b>				
<b>Екзамен</b>	Підсумкове тестове завдання	<p>Перевірка рівня теоретичної складової сформованих програмних результатів навчання РН 4, РН 16, РН 19, РН 20 здійснюється комплексно відповідно до змісту навчальної дисципліни (розділ 3). Теоретичне завдання представлено у форматі комплексного тесту, до якого включено 20 рівнозначних тестових питань з тем усіх змістових модулів. Тестування передбачає відповідь на теоретичні питання (вірною є лише один з альтернативних варіантів відповідей).</p> <p><i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<p>Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 20. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-20:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незадовільний рівень: 0-11 – 0 балів (не зараховано);</li> <li>– достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): <ul style="list-style-type: none"> <li>12-14 – 12-14 балів;</li> <li>15-17 – 15-17 балів;</li> <li>18-20 – 18-20 балів.</li> </ul> </li> </ul> <p><i>Тестове завдання розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<b>20</b>
	Практичне завдання	<p>Перевірка рівня практичної складової сформованих програмних результатів навчання РН 4, РН 16, РН 19, РН 20 здійснюється комплексно відповідно до змісту навчальної дисципліни (розділ 3) та передбачає розв'язування ситуаційного завдання.</p> <p><i>Ситуаційне завдання розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<p>Ситуаційна задач оцінюється максимально у 20 балів з урахуванням логічності та повноти відповіді на запитання щодо змісту, правил, обґрунтованості висновків тощо:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано);</li> <li>– прийнятний рівень (35% - 59% від максимального балу) – 7-11 балів (зараховано умовно);</li> <li>– достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 12-20 балів (зараховано).</li> </ul>	<b>20</b>
<b>Усього підсумковий контроль</b>	<b>2</b>			<b>40</b>

*\*Засоби діагностики рівня досягнення результатів навчання дисципліни та критерії оцінювання контрольних заходів.*

*Тестування.* Поточне та підсумкове оцінювання теоретичних завдань здійснюється у формі тестування з використанням платформи дистанційного навчання СЕЗН ЗНУ Moodle відповідно до календарного графіку поточних і підсумкового контролів. Проходження тестів відбувається після ідентифікації здобувача через його персональний акаунт на сторінці дисципліни при увімкненому відео-режимі Zoom- конференції за умови дистанційної присутності викладача та передбачає обмежену у часі відповідь на теоретичні питання: для поточних контролів (Тести 1-8) – до 20 хвилин, як правило, або під час лекційного заняття перед завершенням поточного змістового модуля, або під час консультації за встановленим графіком; для підсумкового (екзаменаційного) тесту – до 50 хвилин під час



підсумкового контролю за складеним розкладом.

*Процедура оцінювання практичних завдань.*

Оцінюванню підлягає виконання здобувачами практичних завдань для кожного змістового модуля під час аудиторних практичних занять і поза аудиторної самостійної роботи. Кожне практичне завдання виконується по мірі опанування здобувачем матеріалу тем відповідного змістового модуля, оформлюється у вигляді файлів MS Word, здається на перевірку через персональний акаунт у профілі цієї дисципліни в СЕЗН ЗНУ Moodle та після позитивного відгуку викладача захищається у передбачений спосіб (на практичному занятті та/або консультації). Якщо відгук має критичні зауваження з боку викладача, то робота з відповідними коментарями повертається здобувачеві на доопрацювання. Обов'язковою умовою зарахування роботи є усна перевірна комунікація «здобувач-викладач». У разі дистанційного навчання, захист робіт відбувається з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема при увімкненому відео-режимі Zoom-конференції.

*Критерії оцінювання практичних завдань:*

**5 балів** – роботу виконано самостійно та правильно, в повному обсязі із застосуванням раціональних методів; роботу здано на перевірку своєчасно, оформлено охайно; відповіді на запитання, зокрема уточнюючі, при захисті роботи повні та аргументовані, наявні змістовні висновки та ілюстративні приклади;

**4 бали** – роботу виконано самостійно, в повному обсязі, загалом правильно, але містять незначні помилки; роботу здано на перевірку своєчасно, оформлення має несуттєві зауваження; відповіді на запитання при захисті роботи в цілому повні з незначними недоліками;

**3 бали** – роботу виконано самостійно, в повному обсязі, загалом правильно, але наявні окремі помилки (наприклад, логічні); роботу здано на перевірку не своєчасно, але без порушення семестрового графіку освітнього процесу поточного навчального семестру; зміст роботи не структуровано, робота оформлена в межах вимог, але має виражений компілятивний характер/ містить ознаки використання ШІ; відповіді на запитання, зокрема уточнюючі та додаткові, при захисті роботи не повні або відсутні;

**0 балів** – роботу не виконано або виконано не самостійно з порушенням принципів академічної доброчесності, зокрема виконано інший варіант завдання, та/або не в повному обсязі; наявні численні арифметичні та змістовні помилки у розрахунках; роботу здано на перевірку з порушенням семестрового графіку освітнього процесу поточного навчального семестру; оформлення роботи не відповідає вимогам, відсутній додаток з розрахунками в таблицях MS Excel; при захисті роботи студент не володіє навчальним матеріалом та/або відповіді на запитання відсутні.

*Додаткові (заохочувальні) бали – до 10 балів.*

Бальна система стимулювання позааудиторної навчально-наукової активності здобувачів - це система додаткових балів, яку введено з метою заохочування здобувачів до планомірної, систематичної роботи з поглибленого опанування теоретичним матеріалом і стимулювання їх до творчого підходу та креативного мислення під час розв'язання практичних завдань, які передбачено цією дисципліною.

*Позааудиторна навчально-наукова активність* здобувача є однією із форм самоосвіти (неформальна/інформальна) при формуванні результатів навчання цієї дисципліни та має бути підтверджена відповідним документом (диплом, сертифікат, свідоцтво тощо). Зміст поза аудиторних навчально-наукових активностей, за які можуть нараховуватися додаткові (заохочувальні) бали, повинні корелювати з результатами навчання дисципліни, зокрема за такі підтверджені види діяльності:

- участь у студентських олімпіадах;
- представлення результатів науково-дослідних робіт здобувача на студентських конкурсах, конференціях;
- наявність власних розробок і підготовленої роботи та презентації в частині науково-дослідних та прикладних досліджень, які проводяться викладачем навчальної дисципліни та відповідають її спрямуванню;
- участь у програмах здобуття неформальної/інформальної освіти (онлайн-курси, розміщені на відкритих навчальних платформах, воркшопи, вебінари, майстер-класи, тренінги тощо - за наявності відповідних сертифікатів);
- інші види та форми активностей у контексті змісту та РН дисципліни.

Якщо результати навчання (знання й уміння), отримані здобувачем під час самоосвіти, відповідають повністю або частково корелюють (неповні, схожі, але зі спорідненої галузі знань тощо) із РН дисципліни, які перевіряються поточними контролями певного змістового модуля, викладач має право оцінити їх при складанні здобувачем з урахуванням цих додаткових балів, але не перевищуючи максимальний бал за цей поточний контроль відповідно до критеріїв оцінювання. Отримані додаткові бали додаються *понад тих балів*, які здобувач може отримати, виконавши всі обов'язкові види робіт і склавши усі поточні контролі, - ці додаткові бали можуть стати вирішальними для отримання більш високої оцінки за весь курс! Тому, **НАПОЛЕГЛИВО РЕКОМЕНДУЄМО** здобувачеві скористатися цією нагодою та підвищити свій загальний бал (*максимально до 10 балів*), отриманий після виконання всіх обов'язкових видів контрольних заходів. Результати неформальної / інформальної освіти зараховуються згідно «Положення Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти» (<https://surl.li/okfueu>).

*Підсумковий контроль.*

До підсумкового семестрового контролю допускаються здобувачі, яким на дату консультації перед цим контролем зараховано поточні контрольні заходи з усіх змістових модулів. Інакше, здобувач ліквідує існуючу поточну заборгованість на консультаціях і може бути допущений до підсумкового контролю за складеним графіком, узгодженим з екзаменатором та деканатом.

# ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

## Силабус навчальної дисципліни



Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі екзамену: здобувач проходить екзаменаційний тест на платформі СЕЗН ЗНУ Moodle та розв'язує ситуаційну задачу, включені в екзаменаційний білет, письмово готує відповіді на завдання білету та усно висвітлює свої відповіді екзаменатору.

Бальне оцінювання відповідей здобувача щодо розв'язку ситуаційної задачі враховує диференційований рівень розуміння (PP) ним опанованого навчального матеріалу на основі таксономії SOLO (Structure of the Observed Learning Outcomes - Структура результатів навчання, які можна спостерігати (як поведінку)), що дозволяє релевантно оцінити рівень сформованості практичної складової програмних результатів навчання (рекомендація МОНУ, лист №1/9-344 від 24.06.2020, <https://surl.li/uld1bv>):

- PP 1: «не знати / не розуміти» - 0 балів (не зараховано);
- PP 1+: «частково впоратися із завданням» - 7-11- балів (зараховано умовно);
- PP 2: «назвати / розпізнати / виконати дії» - 12 балів (зараховано);
- PP 3: «виконати послідовність дій / описувати» - 13-14 балів (зараховано);
- PP 4: «порівняти / показати зв'язки» - 14-15 балів (зараховано);
- PP 4+: «обґрунтувати / аналізувати» - 16-17 балів (зараховано);
- PP 5: «теоретизувати / генерувати гіпотези» - 18-19 балів (зараховано);
- PP 5+: «абстрагувати / створювати / формулювати» - 20 балів (зараховано).

Практичне завдання підсумкового контролю зараховується здобувачеві, якщо при відповіді на завдання продемонстровано рівень розуміння навчального матеріалу не нижче «PP 2».

Підсумковий контроль вважається *пройденим успішно*, якщо здобувачеві зараховано теоретичне (тестування) та практичне завдання, бали за які підсумовуються і він отримує від 24 до 40 балів, *інакше* бали за іспит не додаються до семестрової оцінки (вважаються рівними нулю), а *підсумкова оцінка із дисципліни є незадовільною*.

**Загальна семестрова бальна оцінка за дисципліну** складається як сума бальних оцінок за всі поточні контролі з усіх змістових модулів (з урахуванням додаткових балів за навчально-наукову активність) та за підсумковий контроль і не може перевищувати **100 балів**. Бальна оцінка переводиться у **національну** шкалу та шкалу **ECTS**.

### Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)		
E	60 – 69 (достатньо)	3 (задовільно)	Не зараховано
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

## 6. Основні навчальні ресурси

### Основна:

1. Міжнародний бізнес : навчальний посібник / С. В. Тарасенко, Ю. М. Петрушенко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 222 с.
2. Менеджмент міжнародного бізнесу в умовах Індустрії 4.0 : колективна монографія / за заг. ред. Д. Т. Бікулова, О. М. Олійника. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 424 с.
3. Селіщева А. В. Міжнародний менеджмент : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. 108 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/metodychky/2024/02/0056259.doc>.
4. Сучасні вектори розвитку менеджменту міжнародного бізнесу : колективна монографія / за заг. ред. Д. Т. Бікулова, О. М. Олійника. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. 446 с.
5. Сучасні концепції бізнес-адміністрування : колективна монографія / за заг. ред. Д. Т. Бікулова, О. М. Олійника. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2022. 352 с.
6. Тарасенко С. В., Петрушенко Ю. М. Міжнародний бізнес : навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2022. 222 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi68/0050148.pdf>.
7. Фомішин С. В., Колесник Ю. В. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. Львів : Новий Світ-2000, 2021. 357 с.

### Додаткова:

1. Архієреєв С. Економіко-теоретичні основи посттрансформаційної реорієнтації міжнародного бізнесу. Економічна теорія. 2022. № 1. С. 45–70.



2. Батченко Л. В., Бондар І. С., Русавська В. А. Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2021. 304 с.
3. Дугієнко Н. О. Міжнародний маркетинг : метод. рек. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 69 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/metodychky/2023/06/0052658.pdf>.
4. Куцмус, Н., Прокопчук, О., Усюк, Т., & Забуранна, Л. (2024). МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ. Економічний простір. (189). 123-128.
5. Міжнародний менеджмент : навч. посіб. / [О. Б. Чернега, В. С. Білозубенко, О. В. Озаріна, А. А. Семенов, І. А. Іваненко, П. Д. Камінський, О. Ю. Гохберг] ; за ред. О. Б. Чернеги. 2-ге вид., онов. і допов. Львів : 592 с.
6. Міжнародний бізнес: навч. посіб. / за заг. ред. Т. В. Орехової, М. В. Савченко. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. 464 с.
7. Міжнародний бізнес: рідручник В. А. Вергун, О. А. Приятельчук, О. І. Ступницький. – 2-ге вид., переробл. допов. Київ ВПЦ Київський університет. 2024. 703 с.

**Інформаційні ресурси:**

1. Бібліотека ім. В.І. Вернадського URL: [www.nbuv.gov.ua/](http://www.nbuv.gov.ua/)
2. Верховна Рада України. URL: <https://www.rada.gov.ua/>
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Державна фіскальна служба України. URL: <http://sfs.gov.ua/>
5. Кабінет міністрів України. URL : <http://www.min.gov.ua>
6. Міністерство фінансів України <https://mof.gov.ua/uk/>
7. Нормативно-правова база України <http://zakon3.rada.gov.ua/>
8. Торгово-промислова палата України. URL: <https://ucci.org.ua/>
9. Центр соціально-економічних досліджень. URL: [www.caseukraine.com.ua](http://www.caseukraine.com.ua).

**7. Регуляції і політики курсу**

*Інтерактивний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування практичних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску. Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання шляхом виконання індивідуального письмового завдання.*

*Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% невідпрацьованих пропущених занять, до відпрацювання не допускаються.*

**Політика академічної доброчесності**

*Усі письмові роботи, що виконуються слухачами під час проходження курсу, перевіряються на наявність плагіату за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення. Відповідно до чинних правових норм, плагіатом вважатиметься: копіювання чужої наукової роботи чи декількох робіт та оприлюднення результату під своїм іменем; створення суміші власного та запозиченого тексту без належного цитування джерел; рерайт (перефразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело.*

*Виконавці індивідуальних дослідницьких завдань обов'язково додають до текстів своїх робіт власноруч підписану Декларацію академічної доброчесності.*

*Роботи, у яких виявлено ознаки плагіату, до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання. Якщо ви не впевнені, чи підпадають зроблені вами запозичення під визначення плагіату, будь ласка, проконсультуйтеся з викладачем.*

*Висока академічна культура та європейські стандарти якості освіти, яких дотримуються у ЗНУ, вимагають від дослідників відповідального ставлення до вибору джерел. Посилання на такі ресурси, як Wikipedia, бази даних рефератів та письмових робіт (Studopedia.org та подібні) є неприпустимим. Рекомендовані бази даних для пошуку джерел:*

*Електронні ресурси Національної бібліотеки ім. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua>*

*Цифрова повнотекстова база даних англomовної наукової періодики JSTOR: <https://www.jstor.org/>*

**Використання комп'ютерів/телефонів на занятті**

*Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). Будь ласка, не забувайте активувати режим «без звуку» до початку заняття.*

*Під час виконання заходів контролю (термінологічних диктантів, контрольних робіт, іспитів) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.*

**Комунікація**

# ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

## Силабус навчальної дисципліни



Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.

Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт, коди доступу до сесій у CiscoWebex та ін. – регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам».

Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу [e.v.makazan@gmail.com](mailto:e.v.makazan@gmail.com). У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.

### ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

**ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ НА 2025-2026 н.р.** доступний за адресою: [https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj\\_viddil/1635.ukr.html](https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/1635.ukr.html).

**НАВЧАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ.** Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методик проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ <https://lnk.ua/gk4x2wkVy>.

**ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН.** Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (у тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Процедура повторного вивчення визначається [Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ](https://lnk.ua/9MVwgEpVz): <https://lnk.ua/9MVwgEpVz>.

**ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ.** Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://lnk.ua/EYNg6GpVZ>.

Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://lnk.ua/QRVdWGwe3>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://lnk.ua/3R4avGqeJ>.

**ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА.** Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

**УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ** Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**  
Електронна адреса: [v\\_banakh@znu.edu.ua](mailto:v_banakh@znu.edu.ua)  
Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

**РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ.** Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Спеціалізована допомога: (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://lnk.ua/5pVJr17VP>.

### РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

**НАУКОВА БІБЛІОТЕКА:** <https://library.znu.edu.ua/>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

**СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (СЕЗН ЗНУ):** <https://moodle.znu.edu.ua/>.

Посилання для відновлення паролю: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

**ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ:** <https://sites.znu.edu.ua/child-advance/>.