

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ, ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ І
ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ОСНОВИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ»

підготовки бакалаврів

напрямів підготовки

6.020303 – Філологія, 6.010201 – Фізичне виховання, 6.030601 –
Менеджмент, 6.020302 – Історія

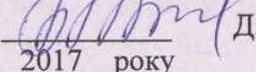
2017-2018 навчальний рік

Робоча програма «Основи міжнародного бізнесу» для студентів напрямів підготовки 6.020303 «Філологія», 6.010201 «Фізичне виховання», 6.030601 «Менеджмент», 6.020302 «Історія» «25» серпня 2017 року – 9 с.

Розробники: Дугієнко Н.О., к.е.н., доцент, Венгерська Н.С., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів і економічної теорії

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів і економічної теорії

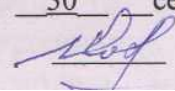
Протокол від «28» серпня 2017 р. № 1

Завідувач кафедри  Д.І. Бабміндра
«28» серпня 2017 року

Схвалено науково-методичною радою економічного факультету

Протокол від «30» серпня 2017 р. № 2

Голова НМР

 І. І. Колобердянко

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань	за вибором	
Розділів – 2	Напрямок підготовки	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 90	6.020303 – Філологія, 6.010201 – Фізичне виховання, 6.030601 – Менеджмент, 6.020302 – Історія	3-й	-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 8	Рівень вищої освіти: бакалаврський	18 год.	-
		Практичні	
		-	-
		Самостійна робота	
		72 год.	-
		Вид підсумкового контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета вивчення дисципліни «Основи міжнародного бізнесу» – надати студентам необхідний обсяг знань про основи функціонування сучасного міжнародного бізнесу, особливості його міжнародного середовища та формування стратегій проникнення на зарубіжні ринки.

Основні завдання курсу: розуміння сутності та форм міжнародного бізнесу; ідентифікація міжнародного середовища; характеристика процесу управління соціальною відповідальністю в компаніях, що здійснюють господарські операції на міжнародному рівні; оцінка стратегій проникнення міжнародних підприємств на зарубіжні ринки; аналіз питань управління виробничим процесом, людськими ресурсами у міжнародному бізнесі; визначення перспектив розвитку основних галузей міжнародного бізнесу.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є ділові операції господарської діяльності та тенденції розвитку міжнародних компаній.

За підсумками вивчення курсу студенти повинні

знати:

- сутність та форми міжнародного бізнесу;
- фактори та основні напрямки глобалізації міжнародного бізнесу.
- концептуальні підходи до аналізу зовнішнього середовища міжнародного бізнесу;
- основні проблеми, пов'язані з теоретичним обґрунтуванням зовнішньоекономічних стратегій українських підприємств.

• Вміти

- на основі теорій міжнародного бізнесу аналізувати його стан для прийняття відповідних управлінських рішень;
- здійснювати відбір статистичних даних про стан міжнародного бізнесу в конкретній сфері на основі публікацій національних і міжнародних економічних організацій;
- виявити макро- і мікрочинники мотивації виходу фірм на зарубіжні ринки;
- вибрати найбільш оптимальний спосіб виходу на зарубіжний ринок;
- використовувати отримані знання про функціонування міжнародного бізнесу стосовно особливостей ведення бізнесу та його державного регулювання в різних країнах.

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ I. Теоретичні основи міжнародного бізнесу.

Тема 1. Загальна характеристика міжнародного бізнесу.

Тема 2. Міжнародне середовище бізнесу.

Тема 3. Роль культури в міжнародному бізнесі.

Тема 4. Етика і соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі.

Розділ II. Організація міжнародного бізнесу.

Тема 5. Міжнародний стратегічний менеджмент.

Тема 6. Аналіз закордонних ринків і стратегії проникнення компаній на зарубіжні ринки.

Тема 7. Міжнародний маркетинг.

Тема 8. Міжнародний операційний менеджмент.

Тема 9. Міжнародне управління людськими ресурсами та трудовими відносинами.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви тематичних розділів і тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		л	с/п	лаб	с.р.		л	с/п	лаб	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Розділ I. Теоретичні основи міжнародного бізнесу.										
Тема 1. Загальна характеристика міжнародного бізнесу.	6	2			4					
Тема 2. Міжнародне середовище бізнесу.	8	2			6					
Тема 3. Роль культури в міжнародному бізнесі.	8	2			6					
Тема 4. Етика і соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі.	8	2			6					
Разом розділом I	30	8			22					
Розділ II. Організація міжнародного бізнесу.										
Тема 5. Міжнародний стратегічний менеджмент.	8	2			6					
Тема 6. Аналіз закордонних ринків і стратегії проникнення компаній на зарубіжні ринки.	8	2			6					
Тема 7. Міжнародний маркетинг.	8	2			6					
Тема 8. Міжнародний операційний менеджмент.	8	2			6					
Тема 9. Міжнародне управління людськими ресурсами та трудовими відносинами.	8	2			6					
Разом за розділом II	40	10			30					
Усього годин	70	18			52					
Індивідуальне завдання	20				20					
Усього годин	90	18			72					

5. Теми лекційних занять

№ теми з/прогр	Назва теми	Кількість годин
1	Загальна характеристика міжнародного бізнесу.	2
2	Міжнародне середовище бізнесу.	2
3	Роль культури в міжнародному бізнесі.	2
4	Етика і соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі.	2
5	Міжнародний стратегічний менеджмент.	2
6	Аналіз закордонних ринків і стратегії проникнення компаній на зарубіжні ринки.	2
7	Міжнародний маркетинг.	2
8	Міжнародний операційний менеджмент.	2
9	Міжнародне управління людськими ресурсами та трудовими відносинами.	2
	Разом	18

6. Самостійна робота

№ теми з/прогр	Назва теми	Кількість годин
1	Загальна характеристика міжнародного бізнесу.	4
2	Міжнародне середовище бізнесу.	6
3	Роль культури в міжнародному бізнесі.	6
4	Етика і соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі.	6
5	Міжнародний стратегічний менеджмент.	6
6	Аналіз закордонних ринків і стратегії проникнення компаній на зарубіжні ринки.	6
7	Міжнародний маркетинг.	6
8	Міжнародний операційний менеджмент.	6
9	Міжнародне управління людськими ресурсами та трудовими відносинами.	6
	Індивідуальне завдання	20
	Разом	72

7. Індивідуальне завдання

Індивідуальне завдання (ІЗ) з курсу «Основи міжнародного бізнесу» передбачає виконання проекту «Ідея реалізації власної міжнародної компанії» та його презентація. Необхідно розробити ідею реалізації власної міжнародної компанії, виконуючи такі пункти:

1) сформулювати назву та місію компанії, її логотип або фірмовий знак, товарну номенклатуру, стратегічні і тактичні цілі компанії;

2) здійснити розрахунки планових фінансових, трудових, матеріальних витрат на відкриття даного проекту;

3) розробити стратегію проникнення на зовнішні ринки в дві країни (з низькоконтекстуальною і висококонтекстуальною культурою);

4) запропонувати рекламу певного товару або послуги Вашої компанії та рекламний слоган для двох країн (з низькоконтекстуальною і висококонтекстуальною культурою).

Із передбачає підготовку проекту у паперовому варіанті та презентацію.

Паперовий варіант не повинен перевищувати 30 друкованих сторінок та містити такі структурні елементи: титульний аркуш; зміст; вступ; основна частина; висновки; перелік посилань; додатки.

Презентація повинна містити такі логічні блоки: 1) Титульний аркуш. На ньому вказуються установа, в якому виконана робота, назва теми, прізвище та ініціали автора; 2) Вступ (зміст презентації). Другий слайд повинен містити коротке перерахування всіх основних питань, які будуть розглянуті; 3) Основна частина, в якій дається опис проблем, що існують у досліджуваній сфері; 4) Висновки повинні містити основні результати, отримані у ході роботи, власну позицію до проблем, що виникають та шляхи їх вирішення.

8. Види контролю і система накопичення балів

Система накопичення балів – це сума всіх балів, які отримає студент за семестр. Розподіл балів наведено в таблиці.

Поточний контроль знань				Підсумковий контроль знань		Сума
Атестація 1	бали	Атестація 2	бали	Індивідуальне завдання	Залік	
Тестування	20	Тестування	20			
20 балів		20 балів		40 балів	20 балів	100 балів

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ АТЕСТАЦІЇ № 1 та № 2

Атестація проводиться у формі тестування в системі MOODLE. Максимальна оцінка, яку студент може отримати по результатам кожної атестації складає 20 балів. Атестація складається з 10 тестових завдань. Тест містить 4 відповіді, одна з яких є вірною. За правильну відповідь на одне запитання студент отримує 2 бали, таким чином, відповівши вірно на всі запитання студент може отримати 20 балів.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ

Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання індивідуального завдання, складає 40 балів. Із оцінюється:

1) Критерії оцінки ІЗ:

1. Проект оцінюється в 30 балів.

Оцінювання проводиться за наступними критеріями:

- науковість

- 7,5 бали;

- актуальність - 6 бали;
- системність і повнота у розкритті теми - 6 балів;
- аргументованість висновків - 3,0 бал;
- грамотність викладу та культура оформлення - 1,5 бали;
- захист роботи - 3,0 бали
- активна участь у веденні дискусій - 3,0 бал.

2. Презентація до проекту оцінюється в 10 балів.

Бал	Зміст презентації	Мультимедіа
8-10	Відображено глибокий пошук матеріалу, логічно, оригінально та послідовно викладено матеріал презентації	Використані різноманітні елементи мультимедіа. Технічних недоліків практично немає.
5-7	Елементи презентації показують оригінальність роботи, але недостатньо послідовно та логічно подано матеріал.	Використання мультимедійних ефектів сприяють розкриттю теми, але є деякі технічні незручності.
3-5	Презентація сфокусована на темі, але не розкриті основні аспекти теми презентації	Не зовсім вдала організаційна структура медіаефектів, що ускладнює сприйняття змісту презентації.
0-2	Наявні значні фактичні помилки, незрозумілості та нерозуміння теми	Мультимедіа ефектів немає в презентації

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗАЛІКУ

Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання завдань на заліку, складає 20 балів. Залік містить 40 тестів, кожен з яких оцінюється в 0,5 бали.

Шкала оцінювання: 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)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		

FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)		

9. Рекомендована література

Основна

1. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділового спілкування : Навч. посібник / Н. В. Ботвина . – Київ : АртЕк, 2000. – 189 с.
2. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе: от столкновения к взаимопониманию. – М. : Дело. – 2001. – 568 с.
3. Майер Д.М. Міжнародне середовище бізнесу : конкуренція та регулювання у глобальній економіці / Д.М. Майер. – К. : Либідь. – 2002. – 245 с.
4. Международный бизнес : Стратегия альянсов / М.А. Бобина, М.В. Грачев / Академия народного хозяйства при правительстве РФ. – М. : Дело, 2006. – 240 с.
5. Международный менеджмент : Учебник для вузов / С.Э. Пивоваров, Л.С. Тарасевич. – 4-е изд. – М.; СПб. и др. : Питер, 2008. – 720 с.
6. Міжнародний бізнес : українська бізнес-енциклопедія / Л. А. Віднійчук-Вірван, Н. В. Вірван / Мін-во освіти і науки України. – Чернівці : Наші книги, 2008. – 376 с.
7. Международный бизнес. Учебно-методический комплекс : Учеб.пособие для вузов / Под общ.ред. В.И. Черенкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 576 с.
8. Мирровая экономика и международный бизнес : Учебник для вузов / Под общ. ред. В.В. Полякова, Р.К. Щенина. – 5-е изд., стереотип. – М. : КНОРУС, 2008. – 688 с.
9. Рогач О.І. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій : підруч. для студ. / О.І. Рогач. – К. : Либідь. – 2005. – 577 с.
10. Стратегії та тактики міжнародних торговельно-економічних переговорів: Міжпредметний комплексний тренінг / [Циганкова Т.М., Євдоченко О.О., Олефір А.О., Солодковська Г.В., Солодковський Ю.М.] – К.: КНЕУ, 2010. – 484 с.

Додаткова

1. Международный офшорный бизнес : Учеб. пособие для вузов / О.В. Климовец. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. – 320 с.
2. Мирровая экономика и международный бизнес : Учебник для вузов / Под общ. ред. В.В. Полякова, Р.К. Щенина. – 5-е изд., стереотип. – М. : КНОРУС, 2008. – 688 с.
3. Міжнародний банківський бізнес : базові категорії, поняття, терміни : навч. посібник / Л. А. Віднійчук-Вірван. – Львів : Магнолія 2006, 2007. – 312 с.

4. Міжнародний маркетинг : Теорія і господарські ситуації : навч. посібник для вузів / О. Л. Каніщенко ; М-во освіти і науки України, Нац. технічний ун-т України, "Київський політехнічний ін-т". – 2-ге вид., перероб. – К. : Кондор, 2007. – 152 с.
5. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств : моногр. / О. Л. Каніщенко; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К. : Знання, 2007. – 446 с.
6. Міжнародний агробізнес : навч. посібник для вузів / за ред. І. Ю. Сіваченка, О. В. Захарченка ; Мін-во освіти і науки України, Одеський держ. економічний ун-т. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К. : Центр учб. літ., 2008. – 266 с.
7. Организация и техника внешнеторговых операций: Учеб. пособие для студ. вузов / Ю. Макогон, Н. Фомичева. – Донецк : ДонНУ, 2002. – 547 с.
8. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.:Знання, 2008. – 458 с.
9. Транснаціональні корпорації: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Л.В. Руденко — К.: КНЕУ, 2003. – 654 с.
10. Міжнародні економічні відносини: аналіз стану, реалії і проблеми: Навчальний посібник / Г. А. Семенов, М. О. Панкова, А. Г. Семенов. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 232 с.

Інформаційні ресурси

1. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>
2. Національний інститут стратегічних досліджень.[Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>
3. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ier.com.ua>
4. «Российский внешнеэкономический вестник» [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://www.vavt.ru>.
5. Журнал «Forbes. Украина» [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://forbes.ua>.
6. Журнал «Эксперт. Украина» [Електронний ресурс] — Режим доступу : www.expert.ua.
7. Journal of world trade [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.kluwerlawonline.com/toc.php?pubcode=TRAD>
8. Журнал «Торговая политика» [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://tradepolicyjournal.hse.ru/issuejournal>