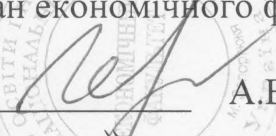


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ, ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ ТА
ЕКОНОМІКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету


А.В. Череп

« _____ » 2019

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ КОМПАНІЯМИ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

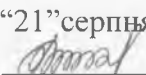
підготовки магістрів

спеціальності 051 «Економіка»

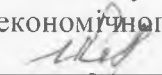
освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

Укладач Дугієнко Н.О., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки,
природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

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

Протокол № 1 від “21” серпня 2019 р.
Завідувач кафедри  Д.І.Бабміндра

Ухвалено науково-методичною радою
економічного факультету

Протокол №1 від “21” серпня 2019 р.
Голова науково-методичної ради
економічного факультету
 І.І. Колобердянко

2019 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 05 – Соціальні та поведінкові науки	вибіркова	
		Цикл професійної підготовки	
Загальна кількість годин - 120	Спеціальність: 051 Економіка Освітньо-професійна програма: Міжнародна економіка	Рік підготовки:	
		2-й	
		Лекції	
Тижневих аудиторних годин для денної форми навчання - 3	Рівень вищої освіти: магістерський	22 год.	
		Практичні	
		10 год.	
		Самостійна робота	
		88 год.	
		Вид контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Управління міжнародними компаніями» є надання знань студентам про об'єктивні закономірності, реальні процеси та специфічні особливості корпоративного менеджменту в ринкових умовах, а також формування практичних навичок здійснення класичного управління міжнародними компаніями – фінансами, кадрами, виробництвом, ресурсами, інвестиціями і т.д.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Управління міжнародними компаніями» є:

- вивчення теоретичних засад управління міжнародними компаніями;
- ознайомлення з основними організаційними формами міжнародних компаній;
- поглиблення знань сутності та завдань структурних елементів міжнародних компаній та рівнів управління в міжнародних компаніях;
- розкриття механізму кадрових стратегій міжнародних компаній;
- набуття навичок щодо особливостей міжнародної практики управління компаніями.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких компетентностей:

спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- володіння знаннями про природу, динаміку, принципи розвитку міжнародної економіки та сучасні тенденції розвитку світової економіки;
- здатність розуміти сутність процесів глобалізації та їх впливу на діяльність суб'єктів господарювання;
- здатність аналізувати стан економічних процесів та явищ на міжнародному рівні й визначати перспективи їх розвитку з використанням сучасних знань про методи, форми й інструменти регулювання;
- здатність організувати роботу зі збирання, систематизації і вивчення статистичної інформації, що характеризує показники діяльності міжнародних компаній на світових ринках;
- здатність обґрунтовувати та приймати управлінські рішення й спроможність забезпечувати їх результативність в сфері міжнародного бізнесу.
- здатність ідентифікувати особливості функціонування міжнародних компаній з урахуванням кон'юнктури світових ринків, презентувати результати, підсумовувати та розробляти рекомендації, заходи з адаптації змін зовнішнього середовища.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- базові положення корпоративного управління;
- особливості корпоративної організаційної структури, розуміти систему управління бізнес-процесами;
- суть та зміст основних елементів корпоративного менеджменту;
- етапи і процедури стратегічного управління міжнародною компанією;
- спеціальні види корпоративного менеджменту.

уміти:

- оцінювати ризик діяльності компанії у міжнародному середовищі, знати методи вимірювання ризику;
- проводити діагностику міжнародної компанії, застосовуючи різні види аналізу;
- володіти навиками в спеціальних видах корпоративного менеджменту.

Міждисциплінарні зв'язки. Курс «Управління міжнародними компаніями» має міждисциплінарний характер та інтегрує в собі знання з багатьох економічних дисциплін. Тому з метою найкращого засвоєння матеріалу студенти повинні до початку вивчення курсу опанувати знання і навички, отримані при вивченні дисциплін «Міжнародна торгівля», «Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства», «Торгівельна політика», «Міжнародний бізнес». Також курс «Управління міжнародними компаніями» є базовим для вивчення таких дисциплін, як: «Глобальні стратегії бізнесу», «Соціальні стратегії розвитку міжнародних компаній» та ін.

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. «Особливості діяльності міжнародних компаній в сучасних умовах»

Тема 1. Міжнародні компанії та їх роль в сучасному світі.

Глобалізація світової економіки. Термін глобалізація. Причини і рушійні сили глобалізації світової економіки. Основні ознаки процесу глобалізації. Форми прояву глобалізації на сучасному етапі розвитку. Наслідки глобалізації.

Міжнародний бізнес. Міжнародні компанії та їх роль в процесі глобалізації. Транснаціональні корпорації (ТНК). Багатонаціональні корпорації (БНК). Мультинаціональні корпорації (МНК). Критерії належності корпорації до ТНК: структурний критерій, критерій результативності, критерій поведінки.

Глобальний менеджмент в основі конкурентоспроможності компанії в світовій економіці. Концепції глобального управління: синонімічна, планетарна, наднаціональна і цивілізаційна.

Вплив транснаціональних компаній на світову економіку. Офшорні зони та офшорні компанії.

Тема 2. Організаційні форми міжнародних компаній.

Організаційні форми міжнародних компаній: трест, концерн, конгломерат, ФПГ, картель, синдикат, пул, консорціум, асоціація, спілка, стратегічний альянс.

Злиття та поглинання компаній. Сутність і історія злиттів і поглинань. Класифікація угод зі злиттів і поглинань. Рушійні сили / мотиви і цілі об'єднань міжнародних компаній. Транскордонні злиття і поглинання. Причини невдалих об'єднань компаній. Злиття автомобілебудівних компаній Daimler Benz і Chrysler.

Стратегічні альянси як перспективна форма інтеграції компаній. Цілі створення альянсів. Організаційні аспекти побудови стратегічних альянсів. Критерії вибору партнера по альянсу. Проблеми створення та функціонування стратегічних альянсів. Стратегічний альянс Renault і Nissan. Компанії майбутнього: трансформація управління в компаніях. Горизонтальні компанії. Мережеві компанії.

Тема 3. Організаційна побудова міжнародних компаній.

Основні структурні елементи міжнародних компаній: материнська компанія, дочірня, філія, спільне підприємство. Функції материнської компанії. Форми материнської компанії.

Рівні управління в міжнародних компаніях: вищий, середній, низовий. Функції органів вищого, середнього та низового рівнів управління. Спеціалізовані органи управління - комітети.

Моделі управління акціонерними товариствами. Дволанкова модель управління акціонерним товариством. Триланкова модель управління акціонерним товариством.

Трансформація організаційних структур управління в міжнародних компаніях. Стратегічні центри господарювання. Управління міжнародною діяльністю.

Тема 4. Планування і контроль діяльності міжнародної компанії.

Планування діяльності міжнародної компанії. Організація процесу планування. Система довгострокових, середньострокових і короткострокових (поточних) планів. Стратегічне планування в міжнародній компанії. Етапи стратегічного планування.

Етапи довгострокового планування міжнародної компанії: відповідність зарубіжної діяльності загальної спеціалізації компанії, найменування товарів і послуг, форма виходу на зарубіжний ринок, вибір приймаючих країн, передбачувані ділові партнери, шляхи досягнення результатів планових заходів.

Розділ 2. Механізм управління міжнародними компаніями

Тема 5. Корпоративна культура та імідж міжнародної компанії.

Корпоративна культура як важливий аспект управління компанією. Компоненти корпоративної культури. Корпоративний імідж. Особливості реалізації принципів корпоративної культури в міжнародних компаніях.

Рівні корпоративної культури. Фактори менеджменту в корпоративній культурі. Класифікація корпоративних культур та їх характеристики. Типи корпоративної культури: феодальна культура корпорації, «інвесторська», «культура участі», «акціонерна», «підприємницька». Принципи і цінності процвітаючих фірм. Корпоративна культура в російських компаніях

Тема 6. Управління персоналом та знаннями у міжнародних компаніях.

Кадрові стратегії міжнародних компаній. Управління міжнародними колективами. Стратегії підбору персоналу в міжнародних компаніях. Особливості праці міжнародних менеджерів. Корпоративна культура як міжнародний бізнес ресурс. Етика в міжнародному бізнесі.

Сутність і зміст знань як об'єкт управління в організаціях. Форми створення організаційних знань: придбання, спеціалізовані служби по створенню знань, ділові співтовариства, мережеві форми створення знань в корпораціях. Досвід міжнародних консалтингових компаній з управління знаннями: Arthur Andersen, KPMG, Pricewaterhouse, McKinsey, Ernst & Young

Тема 7. Управління конкурентоспроможністю міжнародної компанії.

Поняття конкуренції та конкурентоспроможності. Фактори конкурентоспроможності міжнародної компанії. Оцінка конкурентоспроможності бізнесу міжнародної компанії.

Управління ризиками в транснаціональному бізнесі. Поняття ризику, його джерела та системи класифікації. Методи оцінки ризику. Зовнішньоекономічні ризики фірми. Валютно-трансакційний ризик. Валютно-конкурентний ризик, ризики країни.

Тема 8. Особливості міжнародної практики управління компаніями

Менеджмент в компанії General Electric і Ford Motor. Історія компанії. Трансформація менеджменту в GE. Програма 6 Sigma. Інтернет-революція в GE. Історія компанії та еволюція менеджменту Ford Motor.

Менеджмент в компанії Toyota. Історія компанії. Принципи ведення бізнесу на Toyota: філософія довгострокової перспективи, 14 основних принципів роботи.

Менеджмент в скандинавських і азійських країнах. Менеджмент в міжнародних компаніях Швейцарії, Швеції, Норвегії, Фінляндії. Перспективи співпраці. Менеджмент Китаю і Кореї. Сучасні моделі менеджменту в компаніях Китаю і Кореї.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		л	с/п	лаб	сам.роб		л	с/п	лаб	сам.роб
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Розділ 1. «Особливості діяльності міжнародних компаній в сучасних умовах»										
Тема 1. Міжнародні компанії та їх роль в сучасному світі	12	2	2		8		2			
Тема 2. Організаційні форми міжнародних компаній	13	4	2		7		1			
Тема 3 Організаційна побудова міжнародних компаній	13	4	2		7		1			
Тема 4. Планування і контроль діяльності міжнародної компанії	12	2			10		2			
Разом за розділом 1	50	12	6		32					
Розділ 2. Механізм управління міжнародними компаніями										
Тема 5 Корпоративна культура та імідж міжнародної компанії	12	4	2		6		2			
Тема 6. Управління персоналом та знаннями у міжнародних компаніях	12	2			10		2			
Тема 7. Управління конкурентоспроможністю міжнародній компанії	13	2	2		9					
Тема 8. Особливості міжнародної практики управління компаніями	13	2			11		2			
Разом за розділом 2	50	10	4		36					
Індивідуальне завдання	20				20					
Усього годин	120	22	10		88		8	4		

5. Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Міжнародні компанії та їх роль в сучасному світі.	2
2.	Організаційні форми міжнародних компаній	4
3.	Організаційна побудова міжнародних компаній.	4
4.	Планування і контроль діяльності міжнародної компанії	2
5.	Корпоративна культура та імідж міжнародної компанії	4

6.	Управління персоналом та знаннями у міжнародних компаніях	2
7.	Управління конкурентоспроможністю міжнародній компанії	2
8.	Особливості міжнародної практики управління компаніями	2
Разом		22

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Міжнародні компанії та їх роль в сучасному світі.	2
2.	Організаційні форми міжнародних компаній	2
3.	Організаційна побудова міжнародних компаній.	2
4.	Планування і контроль діяльності міжнародної компанії	-
5.	Корпоративна культура та імідж міжнародної компанії	2
6.	Управління персоналом та знаннями у міжнародних компаніях	-
7.	Управління конкурентоспроможністю міжнародній компанії	2
8.	Особливості міжнародної практики управління компаніями	-
Разом		10

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Міжнародні компанії та їх роль в сучасному світі.	8
2.	Організаційні форми міжнародних компаній	7
3.	Організаційна побудова міжнародних компаній.	7
4.	Планування і контроль діяльності міжнародної компанії	10
5.	Корпоративна культура та імідж міжнародної компанії	6
6.	Управління персоналом та знаннями у міжнародних компаніях	10
7.	Управління конкурентоспроможністю міжнародній компанії	9
8.	Особливості міжнародної практики управління компаніями	11
9.	Індивідуальне завдання	20
Всього		88

Індивідуальне завдання

Індивідуальне завдання з «Управління міжнародними компаніями» передбачає підготовку доповіді та презентації за обраною студентом темою з переліку запропонованих тем. Захист відбувається на практичному занятті.

8. Види контролю і система накопичення балів

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

Вид контрольного заходу	Кількість балів
Поточний контроль	
Розділ 1	
Практичне заняття 1	5
Практичне заняття 2	5
Практичне заняття 3	5
<i>Контрольна робота №1</i>	5
<i>Поточна атестація №1 (тестування в системі moodle)</i>	10
Загальна кількість балів	30
Розділ 2	
Практичне заняття 4	5
Практичне заняття 5	5
<i>Контрольна робота №2</i>	10
<i>Поточна атестація №2 (тестування в системі moodle)</i>	10
Загальна кількість балів	30
Всього за поточний контроль знань	60
Підсумковий контроль	
Індивідуальне завдання	20
Залік	20
Всього за підсумковий контроль знань	40
Разом	100

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Робота на практичному занятті комплексно оцінюється викладачем, враховуючи такі критерії: правильність одержаних відповідей; повнота та логічність відповіді; наявність висновків та ілюстративних прикладів тощо. Практичне заняття складається з розгляду теоретичних питань, виконання практичних завдань, контрольного тестування.

Практичні заняття дозволяють студентам оволодіти практичними навичками з курсу. Результат участі студента на практичних заняттях оцінюється окремо за індивідуальне опитування (захист доповідей) - *2 бали* і виконання практичних завдань – *2 бали*:

- 2 бали – відповідь або завдання відзначається повнотою виконання без допомоги викладача. Студент володіє узагальненими знаннями з предмета, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє застосовувати вивчений матеріал; вирішує складні проблемні завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозування явищ; вміє ставити та розв'язувати проблеми.

- 1 бал – відповідь і завдання відзначаються неповнотою виконання без допомоги викладача. Студент може зіставити, узагальнити, систематизувати інформацію під керівництвом викладача; знання є достатньо повними; вільно застосовує вивчений матеріал у стандартних педагогічних ситуаціях. Відповідь його повна, логічна, обґрунтована, але з деякими неточностями. Здатен на реакцію відповіді іншого студента, опрацювати матеріал самостійно.

- 0,5 бали – відповідь і завдання відзначаються фрагментарністю виконання за консультацією викладача або під його керівництвом. Студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів; з допомогою викладача виконує елементарні завдання; контролює свою відповідь з декількох простих речень; здатний усно відтворити окремі частини теми; має фрагментарні уявлення про роботу з науково-методичним джерелом, відсутні сформовані уміння та навички.

Контрольне тестування складається з 10 тестових завдань. За правильну відповідь на одне запитання студент отримує 0,1 бала, таким чином, відповівши правильно на всі запитання, студент може отримати *1 бал*.

Кожен розділ завершується проведенням контрольної роботи, що включає ситуаційні завдання (контрольна робота №1 – 2 завдання, контрольна робота №2 – 4 завдання). За правильне виконання одного завдання студент отримує 2,5 бали.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ПОТОЧНОЇ АТЕСТАЦІЇ № 1 та № 2

Поточна атестація проводиться у формі тестування в системі MOODLE. Максимальна оцінка, яку студент може отримати за результатами кожного тестування, складає 10 балів. Тестування складається з 10 тестових завдань. За правильну відповідь на одне запитання студент отримує 1 бал, таким чином, відповівши правильно на всі запитання, студент може отримати 10 балів.

Якщо за результатами поточного контролю знань студент отримає менше 35 балів, то на залік він не допускається.

Підсумковий контроль проводиться після закінчення семестру в формі заліку.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ

Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання індивідуального завдання, становить 20 балів (15 балів - доповідь, 5 балів - презентація).

Критерії оцінювання доповіді:

15 балів – повне розкриття теми, наявність власної думки, висновків та списку використаних літературних джерел;

10-14 балів – тема розкрита не повністю, наявні помилки в оформленні;

5-9 балів – наявні матеріали, які не дозволили студенту розкрити тему, відсутня думка студента;

1-4 бали – наявні окремі матеріали, які не дозволяють оцінити думку студента щодо теми дослідження.

Критерії оцінювання презентації:

5 балів – презентація точно відповідає темі, містить важливу інформацію, має чітку, логічно вибудовану структуру, робота є прикладом високого рівня володіння комп'ютерними технологіями;

3-4 бали – загалом презентація відповідає темі і є досить інформативною, прослідковується певна структура в розміщенні інформації, проте естетичний вигляд дещо псує недостатньо чітка структура розміщення інформації та не зовсім доречна графіка оформлення.

1-2 бали – містить близький за тематикою матеріал, але не несе важливої інформативної функції, важко вловити структуру подання інформації, графіки і таблиці відсутні, естетичний вигляд незадовільний (відсутня чітка структура розміщення інформації, недоречна графіка оформлення).

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗАЛІКОВОЇ РОБОТИ

Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання залікової роботи, складає 20 балів. Залікова робота містить 20 тестових завдань, кожне з яких оцінюється в 1 бал.

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. Рокоча В., Плотніков О. Транснаціональні корпорації: навч. посібник. Київ:Таксон, 2001. 304 с.
2. Андрушків Б.М. Корпоративне управління: навч. посібник. Київ : Кондор, 2011. 528 с.
3. Мальська М.П. Корпоративне управління: теорія та практика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 360 с.
4. Мостенська Т.Л. Корпоративне управління: підручник. Київ : Каравела. 2008. 384 с.
5. Михайлова Л.І. Міжнародний менеджмент: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 200 с.
6. Міжнародна економіка: навч. посібник. / за ред. Козака Ю. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 608 с.
7. Македон В.В. Міжнародний менеджмент: підручник. Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2013. 616 с.
8. Порохня В. М. Стратегічне управління: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 224 с.
9. Вихор М. В. Міжнародний менеджмент : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2011. 488 с.
10. Якубовський С.О. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності. 2-ге вид. перероб. та доп.: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 472 с.

Додаткова:

1. Круш П.В. Формування та розвиток моделі корпоративного управління в трансформаційній економіці. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 302 с.
2. Демб Ада, Ф.-Фрідріх Найбауер. Корпоративне управління: віч-на- віч з парадоксами. [Пер. з англ.]. Київ : Основи, 1997. 302 с.
3. Євтушевський В.А. Корпоративне управління: підручник. Київ : Знання, 2006. 406 с.
4. Задихайло Д.В. Корпоративне управління: навчальний посібник. Харків: Еспада, 2003. 688 с.

5. Козаченко А.В., Воронкова А.Е. Корпоративное управление: учебник для вузов. Киев: «Либра», 2004. 368 с.
6. Соколенко С. Глобалізація і економіка України. Київ : Логос, 1999. – 539 с.
7. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: монографія / за ред. Д.Лук'яненка. Київ : КНЕУ, 2001. 538 с.
8. Карпухина Е. Международные стратегические альянсы: опыт исследования. Москва : «ДиС», 2005. 176 с.
9. Міжнародна економіка: навч. посібник. / За ред. Козака Ю. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 608 с.
10. Румянцев А.П., Климко Г.Н., Рокоча В.В. Міжнародна економіка: підруч. 2-е вид., виправл. і доповн. Київ : Знання, 2004. 449 с.

Інформаційні ресурси

1. Топ-100 найбільших компаній світу за ринковою капіталізацією. URL : [http:// www.pwc.com/ua](http://www.pwc.com/ua)
2. Енергетична Хартія. URL : <http://www.encharter.org>
3. Євростат. URL : <http://www.eurostat.com>
4. Індекс економічної свободи Heritage Foundation. URL : <http://www.heritage.org>
5. Світова організація торгівлі (СОТ). URL : <http://www.wto.org>
6. Офіційний сайт Coca-Cola. URL : [http:// www.coca-cola.ua](http://www.coca-cola.ua)
7. Офіційний сайт Innovation management. URL : <http://www.innovationmanagement.se>
8. Офіційний сайт Gartner URL : <http://www.gartner.com/technology/home.jsp>
9. Офіційний сайт Nokia URL : <http://www.nokia.ua/about-nokia/company/vision-and-strategy>

Погоджено
навчальний відділ

«25» вересня 2019р