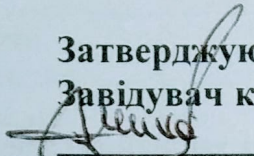
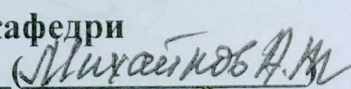


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту

Затверджую

Завідувач кафедри

« 8 » червня 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВНД 4 Міжнародний бізнес

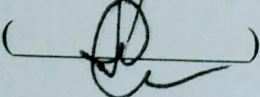
Спеціальність: 073 Менеджмент

Факультет: Економіки і менеджменту

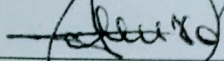
2020 – 2021 навчальний рік

Робоча програма з Міжнародного бізнесу для студентів спеціальності 053
«Менеджмент»

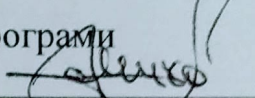
Розробник к.е.н., доцент кафедри менеджменту

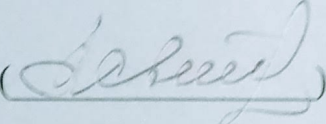
Турчіна С.Г. ()

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри менеджменту
Протокол від «9» червня 2020 року №12

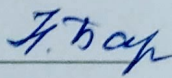
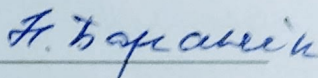
Завідувач кафедри  (Михайлов А.М.)

Погоджено:

Гарант освітньо-професійної програми
(керівник проектної групи)  (Михайлов А.М.)

Декан факультету економіки і менеджменту Строченко Н.І. ()

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації

Зареєстровано в електронній базі: 24.07 2020 р.

дата

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4,0	Галузь знань: <i>07 Управління та адміністрування</i>	<i>вибіркова</i>	
Модулів – 2	Спеціальність: <i>073 Менеджмент</i>	Рік підготовки: 2020-2021 рр.	
Змістових модулів: 3		Курс	
Індивідуальне науково-дослідне завдання: <i>Вирішення задач згідно варіанту</i>		2 м	-
		Семестр	
Загальна кількість годин – 120		3-й	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2,3 самостійної роботи студента – 1,8	Лекції		
	26 год.	-	
	Практичні, семінарські		
	26 год.	-	
	Лабораторні		
	-	-	
	Самостійна робота		
	60 год.	-	
Індивідуальні завдання:			
8 год.	-		
Вид контролю: залік			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання - (43,3 / 56,7 (52/68))

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

2.1 Мета вивчення навчальної дисципліни

Мета дисципліни: передбачає поглиблене вивчення студентами видів і форм сучасної міжнародної підприємницької діяльності; питань пов'язаних з: організацією та управлінням в міжнародному бізнесі, технологічною політикою транснаціональних корпорацій, механізмом дипломатичного забезпечення інтересів українського бізнесу на зовнішніх ринках.

2.2 Завдання навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни «Міжнародний бізнес» передбачає формування у студентів компетентностей

№	Вид програмних компетентностей	Програмна компетентність	Шифр
1	Загальні	Здатність до абстрактного мислення, аналізування та синтезу інформації, оцінювання її повноти та можливості використання	ЗК1
2		ЗК5. Здатність до усного і письмового професійного спілкування діловою мовою, з професійними групами різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) з використанням інформаційних та комунікаційних технологій	ЗК5
	Фахові (спеціальні)		
1		Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани	СК2

2.3 Програмні результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Міжнародний бізнес» студент повинен бути здатним продемонструвати такі результати навчання:

№	Програмні результати навчання	Шифр
1	Ідентифікувати проблеми в організації, що виникають у різних сферах діяльності (виробничій, соціально-економічній, інформаційній) та обґрунтовувати методи їх вирішення	ПРН2
2	Проектувати ефективні системи управління організаціями	ПРН3
3	Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї	ПРН4

4	Організувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті	ПРН7
5	Бути здатним нести відповідальність за формування дієвих структур управління для реалізації стратегій розвитку організацій в умовах стрімких змін в зовнішньому середовищі, вміти мотивувати співробітників рухатися до спільної мети	ПРН14
6	Вміти розробляти стратегії управління суб'єктами господарювання аграрного бізнесу на ринках для реалізації інноваційних проектів та оцінювати їх ефективність	ПРН15

3. Програма навчальної дисципліни

*Знаходиться на апробації
Протокол №12 від 09.06.2020 р.*

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади міжнародного бізнесу

Тема 1. Сутність поняття «міжнародний бізнес». Загальні основи ведення міжнародної підприємницької діяльності

Сутність та характеристика міжнародного бізнесу. Суб'єкти міжнародного бізнесу, його типи: приватний і державний. Організаційні форми суб'єктів міжнародного бізнесу. Основні етапи розвитку міжнародного бізнесу. Поняття і сфера міжнародного бізнесу. Мотивація міжнародного бізнесу: розширення збуту, придбання ресурсів і диверсифікація джерел постачання і збуту. Засоби досягнення цілей: операційні та функціональні. Інтернаціоналізація, транснаціоналізація, глобалізація й інтеграція як фактори розвитку міжнародного бізнесу. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного бізнесу в Україні.

Тема 2. Правові засади регулювання міжнародного бізнесу

Державне регулювання міжнародного бізнесу: органи державного управління в Україні, їх функції, форми та методи регулювання. Система наднаціональних органів управління міжнародним бізнесом. Функції МБРР та МВФ щодо регулювання міжнародної фінансової діяльності. Світовий досвід регулювання малого та середнього бізнесу. Роль та значення бізнес-інкубаторів для розвитку міжнародного бізнесу. Роль бізнес-інкубаторів у розвитку міжнародного малого бізнесу: основні проблеми малого та середнього бізнесу на сучасному етапі та шляхи їх вирішення в розвинених країнах світу.

Тема 3. Процеси глобалізації та їх вплив на розвиток міжнародного бізнесу

Глобалізація: суть, значення, передумови, наслідки для розвитку міжнародного бізнесу. Чинники впливу глобалізації на поведінку міжнародних компаній. Характеристика основних причин, що дають імпульс глобалізації, а саме зміна середовища міжнародного бізнесу та стратегічні потреби компанії.

Вплив процесів глобалізації на міжнародний бізнес (зміна умов ведення бізнесу). Глобалізація ринків та виробництва. Міжнародна кооперація і спеціалізація. Роль міжнародних компаній у глобалізації бізнесу

Тема 4. Зовнішнє середовище міжнародного бізнесу

Міжнародна корпорація і зовнішнє середовище. Основні елементи зовнішнього середовища міжнародного бізнесу. Особливості аналізу зовнішнього середовища міжнародного бізнесу. Економічний сектор міжнародного середовища. Постачальники ресурсів. Конкуренти. Технологічний сектор зовнішнього середовища. Вплив національних культур. Політичний сектор зовнішнього середовища. Модель SAMS-аналізу та синтезу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, визначення його конкурентоспроможності.

Змістовий модуль 2. Специфіка ведення міжнародного бізнесу

Тема 5. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі

Транснаціональні корпорації як суб'єкти міжнародного бізнесу. Цілі багатонаціональних корпорацій. Місце ТНК в міжнародному бізнесі. Визначення транснаціональної корпорації. Ознаки, сутність і класифікація транснаціональних корпорацій. Класифікація ТНК за ступенем інтернаціоналізації: інтернаціональні корпорації, багатонаціональні (мультинаціональні) корпорації (МНК), глобальні корпорації. Класифікація ТНК в залежності від принципів взаємовідносин материнської компанії з дочірніми підприємствами: етноцентричний тип, поліцентричний тип, регіоцентричний, геоцентричний. Форми ТНК на сучасному етапі. Тенденції розвитку транснаціонального бізнесу.

Тема 6. Моделі і мотивація інтернаціоналізації бізнесу

Причини інтернаціоналізації бізнесу. Географічне положення компанії. Географічні аспекти витрат виробництва. Географічна нерівномірність технологічного розвитку. Систематизація причин інтернаціоналізації бізнесу: ринки, технології, виробничі ресурси, конкуренція, фактор часу, швидкість реагування.

Моделі інтернаціоналізації бізнесу. Модель Йохансона (1975р.). Моделі Білки (1977р.), Кавугсіла (1980р.), Зінкоти, що відображають домаркетинговий період інтернаціоналізації бізнесу. Моделі маркетингового періоду інтернаціоналізації бізнесу.

Мотивація міжнародного бізнесу. Особливості сучасного розвитку світосподарських зв'язків, що сприяють інтернаціоналізації діяльності фірми: розвиток технології; дерегулювання економічної діяльності; спеціалізація і розвиток кооперації.

Класифікація компаній за ступенем інтернаціоналізації: національна фірма, нова міжнародна фірма; досвідчена міжнародна фірма, глобальна компанія. Порівняльна характеристика етапів інтернаціоналізації.

Тема 7. *Особлива роль культури у формуванні міжнародного бізнесу*

Сутність поняття «культура» та її детермінанти (соціальна структура, релігія, мова, освіта, політична філософія та економічна філософія). Типи культури корпорацій західних країн. Зміни в культурі та їх вплив на практику міжнародного бізнесу. Характеристика основних факторів змін культури: економічного прогресу та глобалізації. Етноцентризм, заходи попередження етноцентричної поведінки. Етика міжнародного бізнесу. Формування етики поведінки в закордонних країнах.

Тема 8. *Ділове спілкування та протокол у міжнародному бізнесі.*

Організація ділових переговорів

Роль і значення ділового спілкування у міжнародному бізнесі. Форми та особливості ділового спілкування в міжнародній підприємницькій діяльності. Особливості ділового протоколу в міжнародному бізнесі. Складові ділових переговорів. Встановлення робочих відносин з партнером. Основні етапи і тактичні прийоми переговорів (взаємне уточнення інтересів, точок зору, концепцій і позицій; обговорення, дискусія, подання аргументів і обґрунтування своїх пропозицій; узгодження позицій і досягнення домовленостей). Національні особливості ділових партнерів. Прийоми переконання в діловому спілкуванні.

Змістовий модуль 3. Особливості розвитку та управління міжнародним бізнесом

Тема 9. *Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі*

Завдання міжнародного стратегічного менеджменту. Стратегічні альтернативи міжнародного бізнесу. Сутність стратегій та причини їх вибору в контексті розвитку міжнародного бізнесу. Еволюція основних стратегій. Групи еталонних стратегій розвитку міжнародного бізнесу Стратегія та координація у міжнародному бізнесі. Передумови формування стратегії міжнародних фірм. Стратегічні рішення відносно міжнародної діяльності. Організація стратегічного планування в міжнародній фірмі, передумови формування стратегії міжнародних фірм. Види міжнародних стратегій. Алгоритми стратегічного планування. Корпоративні стратегії розвитку. Корпоративні стратегії здійснення закордонних операцій. Практика розробки і реалізації стратегічних планів багатонаціональних компаній (БНК).

Тема 10. *Маркетинг як інструмент міжнародного бізнесу*

Сутність і сфера дії міжнародного маркетингу. Маркетингове середовище міжнародного бізнесу. Особливості міжнародних маркетингових досліджень та сегментації міжнародних ринків. Характеристика основних стадій процесу проведення міжнародного маркетингового дослідження. Складові міжнародних маркетингових комунікацій. Етапи сегментування міжнародних ринків. Міжнародний маркетинг-мікс. Концепція 4 Р. Брендінг-маркетинг. Комунікативний міжнародний маркетинг.

Тема 11. *Технологічна політика в міжнародному бізнесі*

Сутність і тип технологічної політики в міжнародному бізнесі. Види міжнародних науково-технічних відносин. Особливості сучасного технологічного розвитку. Інтернаціоналізація технологічної політики. Характеристика міжнародного ринку технологій. Форми технологічного трансферту. Планування міжнародних НДДКР. Організація процесу реалізації НДДКР. Особливості міжнародного інжинірингу. Обмежувальна ділова практика у сфері передачі технологій та відповідальність за порушення патентних прав

Тема 12. *Міжнародний туризм в системі сучасного міжнародного бізнесу*

Теоретико-методичні засади функціонування міжнародного туристичного бізнесу. Значення міжнародного туризму для економічного розвитку держави. Ринок міжнародних туристичних послуг. Класифікація держав Світовою організацією туризму: держави-постачальники туристів (США, Бельгія, Данія, Німеччина, Голандія, Нова Зеландія, Канада, Англія, Швеція); держави-приймаючі туристів (Австралія, Італія, Швейцарія, Кіпр, Франція, Греція, Мексика, Португалія, Іспанія, Турція). Розвиток міжнародного туризму в Україні.

Тема 13. *Агробізнес в системі міжнародного співробітництва*

Поняття «міжнародний агробізнес». Передумови формування міжнародної системи агробізнесу. Система економічних відносин у міжнародному агробізнесі. Основні тенденції розвитку агропромислового виробництва. Перспективи розвитку агробізнесу в індустріально розвинутих країнах. Особливості становлення агробізнесу у країнах з перехідною економікою. Агропромислові комплекси країн, що розвиваються.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	Усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1. Теоретичні основи міжнародного бізнесу												
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади міжнародного бізнесу												
Тема 1. Сутність поняття «міжнародний бізнес». Загальні основи ведення міжнародної підприємницької діяльності	9	2	2			5						
Тема 2. Правові засади регулювання міжнародного бізнесу	9	2	2			5						
Тема 3. Процеси глобалізації та їх вплив на розвиток міжнародного бізнесу	8	2	2			4						
Тема 4. Зовнішнє середовища міжнародного бізнесу	8	2	2			4						
Разом за змістовим модулем 1	34	8	8			18						
Усього годин за модуль 1	34	8	8			18						
Модуль 2. Специфіка ведення та управління міжнародним бізнесом												
Змістовий модуль 2. Специфіка ведення міжнародного бізнесу												
Тема 5. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та	9	2	2			5						

особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі												
Тема 6. Моделі і мотивація інтернаціоналізації бізнесу	9	2	2			5						
Тема 7. Особлива роль культури у формуванні міжнародного бізнесу	17	2	2		8	5						
Тема 8. Ділове спілкування та протокол у міжнародному бізнесі. Організація ділових переговорів	9	2	2			5						
Разом за змістовим модулем 2	44	8	8		8	20						
Змістовий модуль 3. Особливості розвитку та управління міжнародним бізнесом												
Тема 9. Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі	9	2	2			5						
Тема 10. Маркетинг як інструмент міжнародного бізнесу	9	2	2			5						
Тема 11. Технологічна політика в міжнародному бізнесі	8	2	2			4						

Тема 12. Міжнародний туризм в системі сучасного міжнародного бізнесу	8	2	2			4						
Тема 13. Агробізнес в системі міжнародного співробітництва	8	2	2			4						
Разом за змістовим модулем 3	42	10	10			22						
Усього годин за модуль 2	86	18	18		8	42						
Усього годин	120	26	26	-	8	60						

5. Теми та план лекційних занять (для денної форми навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Сутність поняття «міжнародний бізнес». Загальні основи ведення міжнародної підприємницької діяльності 1. Сутність та економічний зміст міжнародного бізнесу 2. Суб'єкти міжнародного бізнесу, його типи. 3. Основні етапи розвитку міжнародного бізнесу	2
2	Тема 2. Правові засади регулювання міжнародного бізнесу 1. Державне регулювання міжнародного бізнесу 2. Система наднаціональних органів управління міжнародним бізнесом 3. Світовий досвід регулювання малого та середнього бізнесу	2
3	Тема 3. Процеси глобалізації та їх вплив на розвиток міжнародного бізнесу 1. Глобалізація: суть, значення, передумови, наслідки для розвитку міжнародного бізнесу 2. Чинники впливу глобалізації на поведінку міжнародних компаній	2
4	Тема 4. Зовнішнє середовища міжнародного бізнесу 1. Міжнародна корпорація і зовнішнє середовище 2. Основні елементи зовнішнього середовища міжнародного бізнесу 3. Особливості аналізу зовнішнього середовища міжнародного бізнесу	2

5	<p>Тема 5. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Транснаціональні корпорації як суб'єкти міжнародного бізнесу 2. Місце та цілі ТНК в міжнародному бізнесі 3. Ознаки, сутність і класифікація транснаціональних корпорацій 	2
6	<p>Тема 6. Моделі і мотивація інтернаціоналізації бізнесу</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Причини інтернаціоналізації бізнесу 2. Географічне положення компанії. Географічні аспекти витрат виробництва. 3. Моделі інтернаціоналізації бізнесу 	2
7.	<p>Тема 7. Особлива роль культури у формуванні міжнародного бізнесу</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність поняття «культура» та її детермінанти 2. Типи культури корпорацій західних країн їх вплив на практику міжнародного бізнесу 3. Характеристика основних факторів зміни культури 	2
8.	<p>Тема 8. Ділове спілкування та протокол у міжнародному бізнесі. Організація ділових переговорів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль і значення ділового спілкування у міжнародному бізнесі 2. Форми та особливості ділового спілкування в міжнародній підприємницькій діяльності 3. Особливості ділового протоколу в міжнародному бізнесі 4. Складові ділових переговорів 	2
9.	<p>Тема 9. Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Завдання міжнародного стратегічного менеджменту 2. Стратегічні альтернативи міжнародного бізнесу 3. Еволюція основних стратегій в контексті розвитку міжнародного бізнесу 	2
10	<p>Тема 10. Маркетинг як інструмент міжнародного бізнесу</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і сфера дії міжнародного маркетингу 2. Маркетингове середовище міжнародного бізнесу 3. Особливості міжнародних маркетингових досліджень та сегментації міжнародних ринків 	2
11	<p>Тема 11. Технологічна політика в міжнародному бізнесі</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і тип технологічної політики в міжнародному бізнесі 2. Види міжнародних науково-технічних відносин 3. Особливості сучасного технологічного розвитку 	2
12	<p>Тема 12. Міжнародний туризм в системі сучасного міжнародного бізнесу</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретико-методичні засади функціонування міжнародного туристичного бізнесу 2. Значення міжнародного туризму для економічного розвитку держави 3. Ринок міжнародних туристичних послуг 	2

13.	Тема 13. Агробізнес в системі міжнародного співробітництва 1. Поняття «міжнародний агробізнес». Передумови формування міжнародної системи агробізнесу. 2. Система економічних відносин у міжнародному агробізнесі.	2
	Разом	26

6. Теми практичних занять (для денної форми навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Сутність поняття «міжнародний бізнес». Загальні основи ведення міжнародної підприємницької діяльності	2
2.	Тема 2. Правові засади регулювання міжнародного бізнесу	2
3.	Тема 3. Процеси глобалізації та їх вплив на розвиток міжнародного бізнесу	2
4.	Тема 4. Зовнішнє середовища міжнародного бізнесу	2
5.	Тема 5. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі	2
6.	Тема 6. Моделі і мотивація інтернаціоналізації бізнесу	2
7.	Тема 7. Особлива роль культури у формуванні міжнародного бізнесу	2
8.	Тема 8. Ділове спілкування та протокол у міжнародному бізнесі. Організація ділових переговорів	2
9.	Тема 9. Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі	2
10.	Тема 10. Маркетинг як інструмент міжнародного бізнесу	2
11.	Тема 11. Технологічна політика в міжнародному бізнесі	2
12.	Тема 12. Міжнародний туризм в системі сучасного міжнародного бізнесу	2
13.	Тема 13. Агробізнес в системі міжнародного співробітництва	2
	Разом	26

7. Самостійна робота (для денної форми навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Сутність поняття «міжнародний бізнес». Загальні основи ведення міжнародної підприємницької діяльності 1. Мотивація міжнародного бізнесу 2. Засоби досягнення цілей: операційні та функціональні 3. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного бізнесу в Україні.	5
2.	Тема 2. Правові засади регулювання міжнародного бізнесу 1. Роль та значення бізнес-інкубаторів для розвитку	5

	міжнародного бізнесу 2. Бізнес-інкубатори у розвитку міжнародного малого бізнесу 3. Основні проблеми малого та середнього бізнесу на сучасному етапі та шляхи їх вирішення в розвинених країнах світу	
3.	Тема 3. Процеси глобалізації та їх вплив на розвиток міжнародного бізнесу 1. Характеристика зміни середовища міжнародного бізнесу 2. Вплив процесів глобалізації на міжнародний бізнес 3. Глобалізація ринків та виробництва. 4. Роль міжнародних компаній у глобалізації бізнесу	4
4.	Тема 4. Зовнішнє середовища міжнародного бізнесу 1. Економічний сектор міжнародного середовища 2. Постачальники ресурсів 3. Конкуренти. 4. Технологічний сектор зовнішнього середовища.	4
5.	Тема 5. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі 1. Класифікація ТНК за ступенем інтернаціоналізації 2. Класифікація ТНК в залежності від принципів взаємовідносин материнської компанії з дочірніми підприємствами 3. Форми ТНК на сучасному етапі 4. Тенденції розвитку транснаціонального бізнесу	5
6.	Тема 6. Моделі і мотивація інтернаціоналізації бізнесу 1. Мотивація міжнародного бізнесу 2. Особливості сучасного розвитку світосподарських зв'язків, що сприяють інтернаціоналізації діяльності фірми 3. Класифікація компаній за ступенем інтернаціоналізації: національна фірма	5
7.	Тема 7. Особлива роль культури у формуванні міжнародного бізнесу 1. Етноцентризм, заходи попередження етноцентричної поведінки 2. Етика міжнародного бізнесу. Формування етики поведінки в закордонних країнах.	5
8.	Тема 8. Ділове спілкування та протокол у міжнародному бізнесі. Організація ділових переговорів 1. Встановлення робочих відносин з партнером 2. Основні етапи і тактичні прийоми переговорів 3. Національні особливості ділових партнерів. Прийоми переконання в діловому спілкуванні	5
9.	Тема 9. Стратегічний менеджмент в міжнародному бізнесі 1. Стратегія та координація у міжнародному бізнесі 2. Передумови формування стратегії міжнародних фірм 3. Організація стратегічного планування в міжнародній фірмі, передумови формування стратегії міжнародних фірм 4. Види міжнародних стратегій.	5
10.	Тема 10. Маркетинг як інструмент міжнародного бізнесу 1. Характеристика основних стадій процесу проведення	5

	міжнародного маркетингового дослідження 2. Складові міжнародних маркетингових комунікацій 3. Етапи сегментування міжнародних ринків 4. Міжнародний маркетинг-мікс	
11.	Тема 11. Технологічна політика в міжнародному бізнесі 1. Інтернаціоналізація технологічної політики 2. Характеристика міжнародного ринку технологій 3. Форми технологічного трансферу 4. Особливості міжнародного інжинірингу. 5. Обмежувальна ділова практика у сфері передачі технологій та відповідальність за порушення патентних прав	4
12	Тема 12. Міжнародний туризм в системі сучасного міжнародного бізнесу 1. Класифікація держав Світовою організацією туризму 2. Розвиток міжнародного туризму в Україні	4
13	Тема 13. Агробізнес в системі міжнародного співробітництва 1. Основні тенденції розвитку агропромислового виробництва 2. Перспективи розвитку агробізнесу в індустріально розвинутих країнах 3. Особливості становлення агробізнесу у країнах з перехідною економікою 4. Агропромислові комплекси країн, що розвиваються	4
	Разом	60

8. Індивідуальні завдання

1. Вирішення задач згідно варіанту

9. Методи навчання

1. Методи навчання за джерелом знань:

1.1. Словесні: розповідь, пояснення, бесіда (евристична і репродуктивна), лекція, інструктаж, робота з книгою (читання, переказ, виписування, складання плану, рецензування, конспектування, виготовлення таблиць, графіків, опорних конспектів тощо).

1.2. Наочні: демонстрація, ілюстрація, спостереження.

1.3. Практичні: практична робота, вправа.

2. Методи навчання за характером логіки пізнання.

2.1. Аналітичний

2.2. Методи синтезу

2.3. Індуктивний метод

2.4. Дедуктивний метод

2.5. Традуктивний метод

3. Методи навчання за характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів.

3.1. Проблемний (проблемно-інформаційний)

- 3.2. Частково-пошуковий (евристичний)
- 3.3. Дослідницький
- 3.4. Репродуктивний
- 3.5. Пояснювально-демонстративний

4. Активні методи навчання

Використання технічних засобів навчання, мозкова атака, використання проблемних ситуацій, екскурсії, групові дослідження, самооцінка знань, імітаційні методи навчання, використання навчальних та контролюючих тестів, використання опорних конспектів лекцій.

5. Інтерактивні технології навчання

Kahoot, кейси

10. Методи контролю

1. Рейтинговий контроль за 100-бальною шкалою оцінювання ЄКТС
2. Проведення проміжного контролю протягом семестру (проміжна атестація)
3. Полікритеріальна оцінка поточної роботи студентів:
 - рівень знань, продемонстрований на практичних та лабораторних заняттях;
 - активність під час обговорення питань, що винесені на заняття;
 - експрес-контроль під час аудиторних занять;
 - самостійне опрацювання теми в цілому чи окремих питань;
 - виконання аналітично-розрахункових завдань;
 - написання рефератів, есе, звітів;
 - результати тестування;
 - письмові завдання при проведенні контрольних робіт;
 - виробничі ситуації, кейси тощо.
4. Пряме врахування у підсумковій оцінці виконання студентом певного індивідуального завдання :
 - навчально-практичне дослідження із презентацією результатів.

11. Розподіл балів, які отримують студенти (для денної форми навчання)

Поточне тестування та самостійна робота													С Р С	Разом за модулі та СРС	Атестація	Підсумковий тест - екзамен	Сума
Змістовий модуль 1 - 10 балів				Змістовий модуль 2 – 14 балів				Змістовий модуль 3 – 16 балів									
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	Т 10	Т 11	Т 12	Т 13	15	55 (40+15)	15	30	100
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4					

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 - 89	B	добре	
75 - 81	C		
69 - 74	D	задовільно	
60 - 68	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1- 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

12. Методичне забезпечення

1. Міжнародний бізнес: навчальний посібник / Михайлова Л.І., Данько Ю.І., Турчіна С.Г., Данілова І.С. Вид. 2-ге, доп. Суми: ФОП Литовченко Є.Б., 2018. 282 с.
2. Навчально – методичні матеріали на платформі Moodle

13. Рекомендована література Базова

1. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 229с.
2. Радченко С. Г. Етика бізнесу: навч. посіб. 2-ге вид., переробл. і допов. К.: Київ. нац. торг.екон. ун-т, 2014. 396 с.
3. Приятельчук О. А. Вплив корпоративної культури міжнародних компаній на реформування національних культур країн їх перебування / Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2013. Вип. 112(2). 120-128с.
4. Міжнародний бізнес: підручник / за ред.проф. В.А. Вергуна. К.: ВАДЕКС, 2014. 810 с

Допоміжна

1. Міжнародний бізнес: теорія і практика: монографія / Н. М. Лисиця, Я. О. Полякова, Л. В. Базалієва та ін. Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 140 с.
2. Циганкова, Т.М. Міжнародна торгівля : Навч. метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. / Т.М.Циганкова, Л.П.Петрашко, Т.В.Кальченко; Київ. нац. екон. ун-т. К., 2013.
3. Уткин Э. А. Этика бизнеса : учебник для вузов, М. : Изд. "Зерцало", 2010. – 256 с.
4. О.І. Рогача Теорії міжнародного бізнесу» К.: ВПЦ «Київський університет», 2018. 687 с.

5. Глобальна торговельна система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ: Монографія / Циганкова Т.М., Олефір А.О., Фурсова О.В. К.: КНЕУ, 2013. 660 с.

14. Інформаційні ресурси

1. <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Державна служба статистики України
2. <http://www.rada.gov.ua>. – Верховна Рада України
3. <http://www.kmu.gov.ua> – Кабінет Міністрів України
4. <http://www.liga.net.com.ua> – ЛігаБізнесІнформ
5. <http://www.niss.gov.ua> – Національний інститут стратегічних досліджень
6. <http://www.cpsr.org.ua> – Центр перспективних соціальних досліджень
7. <http://www.europe.eu.int> – Європейський союз
8. <http://www.imf.org> – Міжнародний валютний фонд
9. <http://www.worldbank.org> – Світовий банк
10. <http://www.wto.org> – Світова організація торгівлі