

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЗ „ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА”**

**Кафедра** економіки, маркетингу та підприємництва  
(назва кафедри)

**СИЛАБУС**

навчальної дисципліни «**Міжнародний бізнес**»  
(назва дисципліни)

для другого (магістерського) рівня вищої освіти

спеціальності 051 «Економіка»

ОПП «Економіка»



**1. Назва дисципліни:**

Міжнародний бізнес

**2. Код дисципліни.**

[Економіка\_маг\_дфн\_21].[2.1.4]

**3. Тип дисципліни.**

Обов'язкова.

**4. Рік (роки) навчання.**

1-й

**5. Семестр / семестри.**

2-й

**6. Кількість кредитів ECTS.**

6,0

**7. Відомості про викладача (викладачів).**

- **Чеботарьова Наталія Миколаївна** – доцент кафедри економіки, маркетингу та підприємництва, кандидат економічних наук, доцент; e-mail: lug.ukr\_37@i.ua.

**Мета вивчення дисципліни (в термінах результату навчання й компетенції).**

Метою дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня системи знань з нормативно-правового регулювання міжнародних економічних відносин, організації міжнародного бізнесу, аналізу міжнародного економічного середовища, необхідних для подальшої успішної практичної роботи економіста.

**Основними завданнями** навчальної дисципліни «Міжнародний бізнес» є набуття здобувачами вищої освіти компетентностей із засвоєння теоретичних знань та розв'язання актуальних практичних завдань фахівцями-економістами в міжнародній сфері.

**Навчальна дисципліна забезпечує формування ряду загальних та спеціальних (фахових, предметних) компетентностей:**

**Інтегральна:** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, що характеризуються комплексністю і невизначеністю умов у економіці, або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій і методів економічної науки.

**Загальна компетентність (ЗК):**

ЗК7. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

**Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):**

СК1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень.

СК2. Здатність до професійної комунікації в сфері економіки іноземною мовою.

СК5. Здатність визначати й урахувати ключові тренди світової економіки, соціально-економічного і людського розвитку та використовувати відповідні моделі.

**У результаті вивчення навчальної дисципліни студент спеціальності 051 «Економіка» має досягти певних програмних результатів, такі як:**

ПРН1. Формулювати, аналізувати та синтезувати рішення науково-практичних проблем.

ПРН3. Вільно спілкуватися з професійних та наукових питань державною та іноземною мовами усно і письмово.

ПРН4. Розробляти та управляти соціально-економічними проектами і системою комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням сучасних зовнішніх тенденцій розвитку

та цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень господарювання.

ПРН5. Проводити міждисциплінарні та комплексні фахові дослідження й дотримуватися принципів академічної доброчесності.

ПРН8. Збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань.

ПРН11. Визначати та критично оцінювати стан та тенденції соціально-економічного розвитку, формувати та аналізувати моделі економічних систем та процесів.

ПРН16. Обґрунтовувати та оцінювати управлінські рішення щодо діяльності підприємств малого та середнього бізнесу агропродовольчої сфери регіону з урахуванням вирішення задач забезпечення сталого соціально-економічного розвитку ОТГ.

**9. У процесі викладання дисципліни використовуються наступні методи оцінювання:**

- Словесні (вербальні), наочні (ілюстрація);
- Командні (групові);
- Проектні;
- Дослідницькі, проблемно-пошукові;
- Інтерактивні (рольові ігри; дискусії);
- Практичні (самостійна робота за конкретним завданням викладача, вправи, самостійні спостереження, узагальнення власного життєвого досвіду).

#### 10. Зміст освітнього компоненту.

№	Змістовні модулі та їхня структура	Денна форма навчання			
		загальна кількість	лекції	практичні заняття	самостійна робота
<b>Змістовий модуль 1</b>					
1.1.	<b>Тема 1.</b> Міжнародний бізнес в сучасних умовах	18	2	2	14
1.2.	<b>Тема 2.</b> Вплив культури на формування міжнародного бізнесу	18	2	2	14
1.3.	<b>Тема 3.</b> Інтернаціоналізація бізнесу	18	4	2	12
1.4.	<b>Тема 4.</b> Багатонаціональні компанії	18	2	4	12
1.5.	<b>Тема 5.</b> Стратегії міжнародних компаній	18	2	2	14
	<b>Разом 1 модуль</b>	<b>90</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>66</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>					
2.1.	<b>Тема 6.</b> Організаційні аспекти розвитку міжнародних компаній	22	2	2	18
2.2.	<b>Тема 7.</b> Способи виходу фірми на зарубіжні ринки	22	2	2	18
2.3.	<b>Тема 8.</b> Особливості міжнародного аграрного бізнесу	23	4	4	5
2.4.	<b>Тема 9.</b> Економічний аналіз суб'єктів міжнародного бізнесу	23	4	4	15
	<b>Разом 2 модуль</b>	<b>90</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>66</b>
	<b>ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ГОДИН</b>	<b>180</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>132</b>

#### 11. Список рекомендованої навчальної літератури

##### Основна література:

1. Гриценко Т.Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д. Етика ділового спілкування: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 344 с. URL: [http://www.cul.com.ua/preview/Etika\\_dilovogo\\_spilku\\_Gricenko.pdf](http://www.cul.com.ua/preview/Etika_dilovogo_spilku_Gricenko.pdf).

2. Давидова І.О., Величко К.Ю., Печенка О.І. Транснаціональні корпорації. Харків: Видавництво «Форт», 2018. 175 с. URL: <https://elib.hduht.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2672/1/%D0%A2%D0%9D%D0%9A%20%D0%B3%D0%B5%20%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F.%D0%BD%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0%20%D0%B2%20%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%D1%85%20%D1%82%D0%B0%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%8F%D1%85.pdf>.
3. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях: підруч. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 228 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5440/1/%D0%9C%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0%20%D0%B2%20%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%D1%85%20%D1%82%D0%B0%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%8F%D1%85.pdf>.
4. Михайленко О.Г. Посібник до вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес». Дніпро: Видавництво «КИТ», 2017. 128 с.
5. Міжнародний бізнес: Підручник./ за ред. проф. В. А. Вергуна. Київ: ВАДЕКС, 2014. 810 с. URL: <https://vadex.com.ua/knizhki/17-mizhnarodnij-biznes-pidruchnik-9789669725394.html>.
6. Поліщук О. В. Міжнародний бізнес: Вступ до спеціальності: навч. посіб. Київ: НАУ, 2013. 132 с.
7. Рокоча В.В., Одягайло Б. М., Терехов В. І. Міжнародний бізнес та стратегічні зміни: навчальний посібник; за заг. ред. В. В. Рокочої. Київ: Університет "КРОК", 2019. 215 с.
8. Рокоча В.В., Одягайло Б. М., Терехов В. І. Бізнес-стратегії європейських компаній: навчальний посібник; під заг. ред. В. В. Рокочої. Київ: Університет економіки та права «КРОК», 2018. 312 с. URL: [https://library.krok.edu.ua/media/library/category/navchalni-posibniki/rokocha\\_0006.pdf](https://library.krok.edu.ua/media/library/category/navchalni-posibniki/rokocha_0006.pdf).
9. Старостіна А.О., Каніщенко О.Л., Кузьома О.Ю. та ін. Міжнародна економіка: термінологічний словник. За заг. ред. проф. А.О. Старостіної. Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2016. 250 с.
10. Транснаціональні корпорації: конспект лекцій: навчальний посібник для студентів спеціальності 051 «Економіка» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад. Т. Є. Моїсеєнко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 226 с. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/38286/1/Transnational-corporations\\_lecture-notes\\_2020.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/38286/1/Transnational-corporations_lecture-notes_2020.pdf).
11. Українсько-російсько-англійський словник основних термінів з дисципліни «Міжнародні економічні відносини» для студентів економічних спеціальностей. Київ: НТУУ «КПІ», 2014. 18 с. URL: <http://management.fmm.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/01/MEV-slovyk-Dergachova-Manayenko.pdf>.
12. Ушакова Н.Г., Величко К.Ю., Печенко О.І. Управління міжнародним бізнесом: конспект лекцій для студентів економічного спрямування, аспірантів, викладачів. Харків: Форт, 2016. 126 с.
13. Harris S., Kuivalainen O., Stoyanova V. International Business: New Challenges, New Forms, New Perspectives. London: Palgrave Macmillan, 2012. 288 p.
14. Hurn B.J., Tomalin B. Cross-Cultural Communication. Palgrave Macmillan, 2013. 328 p. URL: <https://www.coursehero.com/file/p115ecj/Hurn-BJ-and-Tomalin-B-2013-Cross-Cultural-Communication-Theory-and-Practice-1st/>.

**Додаткова література:**

15. Батракова Т.І., Гайдай І.О. Розвиток міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 30. С. 15-20.
16. Давидюк Л.П., Кліщук Ю.О. Тенденції розвитку міжнародного бізнесу в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 37. С. 31-36. <https://doi.org/10.32843/infrastruct37-5>.
17. Медведєва І.В. Концепції культури в міжнародному бізнесі. *Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. 2017. Випуск 16. С. 58-63. URL: <http://global-national.in.ua/archive/16-2017/13.pdf>.
18. Петренко В. С., Карнаушенко А.С. Мотивація створення спільних підприємств в умовах глобалізації економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 17. Част. 1. С. 118-122. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/17\\_1\\_2018ua/28.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/17_1_2018ua/28.pdf).
19. Поляков М.В. Особливості розвитку міжнародного бізнесу в умовах становлення глобальної економіки знань. *Економічний простір*. 2017. № 121. С. 47-57. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/espros\\_2017\\_121\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/espros_2017_121_6) (дата звернення: 27.08.2021).
20. Прушківська Е.В. Основи розвитку новітніх форм міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2018. № 2. 119-125 с. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu\\_2018\\_2\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2018_2_15) (дата звернення: 27.08.2021).
21. Хилл Ч. *Міжнародний бізнес*. [8-е изд.] СПб.: Питер, 2013. С. 405.
22. Guffey M.E. *Business Communication: Process and Product (with Info Trac)*. N.Y.: South-Western College Pub, 2005. 688 p.

#### **Інформаційні ресурси:**

23. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду. URL: [www.imf.org](http://www.imf.org).
24. Офіційний сайт Світового банку. URL: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org).
25. Офіційний сайт Світової організації торгівлі. URL: [www.wto.org](http://www.wto.org).
26. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>

#### **12. Технічні вимоги до комп'ютерного та іншого технічного обладнання, яке забезпечує навчальний процес:**

Мультимедійний проектор.  
Доступ до Інтернет.  
Освітній портал ([do.luguniv.edu.ua](http://do.luguniv.edu.ua)).  
Локальна мережа WI-FI.  
Комп'ютери без особливих вимог.  
Програмне забезпечення: ОС Windows, Офісний пакет Microsoft Office.

#### **13. Технології викладання та атестації.**

**Діяльність здобувача:** Усні та письмові поточні опитування. Участь у диспутах-дискусіях, в тому числі англійською мовою. Оцінювання виконання самостійної роботи (реферат, індивідуальне завдання, аналіз міжнародного законодавства). Оцінювання КМР.

**14. Поточний контроль:** дві письмові модульні контрольні роботи.

**15. Форма семестрового контролю:** екзамен.

Якщо здобувач вищої освіти вважає оцінку за екзамен необ'єктивною, він може подати звернення про оскарження результатів оцінювання відповідно до затвердженої

процедури:

[http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/2\\_10\\_protos\\_zabezp\\_yakist\\_osvita\\_2020.pdf](http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/2_10_protos_zabezp_yakist_osvita_2020.pdf)

## **16. Критерії оцінювання (у %).**

**Семестрову рейтингову оцінку розраховують, виходячи з критеріїв:**

- письмові модульні контрольні роботи – 40%;
- результати роботи на практичних заняттях – 48%;
- самостійна робота – 12%.

## **17. Мови викладання.**

Українська, англійська.

## **18. Навчальний контент для проведення практичних робіт**

### **Питання для підготовки до практичних занять**

1. Поняття « міжнародний бізнес».
2. Відмінності міжнародного бізнесу від внутрішнього підприємництва.
3. Основні форми міжнародної підприємницької діяльності.
4. Форма міжнародної підприємницької діяльності, що є найбільш дешевим варіантом зарубіжної експансії.
5. Відмінності між звичаями і моральними устоями.
6. Головні детермінанти культури.
7. Вид релігійної течії, що має найбільший вплив на економічний розвиток (за переконанням соціологів).
8. Основні виміри культури відносно робочого місця виокремив психолог Г. Хофстеде.
9. Процес інтернаціоналізації та його розвиток.
10. Відмінності інтернаціоналізації виробництва від інтернаціоналізації капіталу.
11. Рівні інтернаціоналізації.
12. Напрями розвитку міжнародного поділу праці.
13. Поняття та принципи організації багатонаціональних корпорацій.
14. Цілі діяльності багатонаціональних корпорацій.
15. Специфічні риси багатонаціональних корпорацій, що відрізняють їх від інших форм організації міжнародного бізнесу.
16. Відомі типи взаємин материнської і дочірніх компаній у рамках мультинаціональних корпорацій.
17. Типові труднощі міжнародних стратегій.
18. Основні області вироблення стратегії поведінки фірми на ринку за М. Портером.
19. Економія від ефекту масштабу: сутність та значення.
20. Базові стратегії міжнародного бізнесу.
21. Відмінності стратегії глобальної стандартизації від транснаціональної.
22. Горизонтальна диференціація міжнародної фірми: зміст поняття та приклади.
23. Застосування міжнародною фірмою глобальної товарної дивізійної структури.
24. Види систем контролю, що використовують транснаціональні фірми.
25. Взаємозалежність, неясність результатів і витрати контролю у міжнародній компанії, що використовують глобальну стратегію.
26. Основні способи виходу фірм на ринки зарубіжних країн.
27. Переваги експорту як способу міжнародної експансії підприємства.
28. Наведіть розбіжності між спільним підприємством і дочірньою компанією.

29. Назвіть і охарактеризуйте недоліки франчайзингу як способу міжнародної експансії фірми.
30. Аргументи на користь створення дочірнього підприємства на порожньому місці.
31. Вибір оптимального способу виходу фірми на зарубіжний ринок.
32. Регулювання державою агропродовольчого ринку в розвинених країнах.
33. Структурні перетворення в агропродовольчій сфері постсоціалістичних країн.
34. Дві складові, що включати засади формування зовнішньоекономічної стратегії в агропродовольчій сфері України.
35. Забезпечення конкурентоспроможності продукції вітчизняного агропродовольчого комплексу (насамперед, сільськогосподарської сировини).
36. Загрозливі тенденції розвитку агропродовольчої сфери України.
37. Мета проведення аналізу суб'єктів міжнародного бізнесу.
38. Джерела інформації для аналізу господарської діяльності міжнародних фірм.
39. Конкурентоспроможність товарів і послуг: сутність та значення.
40. Відносні показники ефективності діяльності підприємства.

### Завдання для підготовки до практичних занять

**Завдання.** Метою завдання є вивчення нормативно-правових актів, що регламентують договірні відносини з іноземними партнерами, набуття навичок укладення зовнішньоторговельних контрактів.

Необхідно: ознайомитися зі змістом Конвенції ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів, основні положення якої викласти в табл.

Таблиця

Аналіз Конвенції ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів

Частина, розділ, стаття	Короткий зміст

**Завдання.** Розподіліть відомі бренди продуктів харчування 10 мегакорпорацій світу за їх виробниками за зразком по компанії «Pepsico» (табл.).

Таблиця

Мегакорпорації та їхні бренди

ТНК	Бренди
Pepsico	Pepsi, Tropicana, 7up, Looza, Lays
Nestle	Maggi, NAN, Beba. Fanta, Sprite, Coca-Cola, Bonaqua, Fuze, Kix, FiberOne, Liberte, Total, Trix, Activia, Actimel, Eggo, CountryStory, MandM, Snickers, Orbit, Skittles, Milky-Way, Calve, Knorr, Lipton, Saladar, Wish-Bone, BiFi, SlimFast, Milka, Jacobs, Oreo, Halls, Picnic, Burgen, Twinings, KitKat, Nescafe, Nuts, Lion, Smartwater, Twix
CocaCola	
General-Mills	
Danone	
Mars	
Unileven	
Mondelez International	
Associated British Foods	
Kellogg's	

**Завдання.** Завдяки трансформаційним змінам, вважає Прушківська Е.В., формується нове розуміння форм міжнародного бізнесу під впливом дії чинників: глобалізація; інтенсифікація процесів інтернаціоналізації; науково-технічний прогрес; міжнародна конкуренція; зміни в стилі споживання в різних країнах та вплив соціокультурних параметрів.

Висловіть свою точку зору з цього приводу і дайте характеристику кожному з наведених чинників.

**Завдання.** Давидюк Л.П. новими формами міжнародного бізнесу називає: Аутсорсинг, Субконтрактинг, Офшоринг. Чи погоджуєтесь Ви з вченим? Дайте характеристику цим формам, виокреміть подібні риси та відмінності.

**Завдання.** Опишіть зміни, що сталися в світовій економіці за останні 10 років. Якими є наслідки цих змін для міжнародних компаній, розташованих у Великій Британії, Північній Америці, Гонконгу?

#### **Для обговорення в аудиторії дискусійного питання:**

Чи погоджуєтесь з таким твердженням: «Вивчення міжнародного бізнесу може бути корисним, якщо ви збираєтесь працювати у великому багатонаціональному підприємстві, але не дає ніякої користі тим, хто збирається працювати в малих підприємствах»? Дайте обґрунтовану відповідь.

**Завдання.** Рольова гра: підприємець в міжнародному бізнесі.

Складіть оферту **англійською мовою** від імені обраного Вами підприємства довільної галузі та зробіть пропозицію потенційному бізнес-партнеру у письмовій та усній формах.

**Завдання.** Складіть бізнес контракт у письмовій формі **англійською мовою** від імені обраного Вами підприємства довільної галузі та укладіть угоду з Вашим бізнес-партнером. В усній формі обов'язково досягніть кращих умов для себе та зробіть певні поступки Вашому контрагентові. Проведіть перемовини з урахуванням відповідної бізнес-етики Вашого партнера.

### **19. Навчальний контент для організації самостійної роботи**

#### **Виконується в позааудиторний час.**

На основі консолідованої звітності групи компаній «Агротон» - великий диверсифікований вертикально-інтегрований сільськогосподарський виробник Східної України. Основним видом діяльності «Агротон» є вирощування, а також переробка, зберігання та продаж таких сільськогосподарських культур, як соняшник та пшениця.

Крім цього, група компаній «Агротон» займається тваринництвом та виробництвом продуктів харчування.

**Завдання:**

1. Проаналізуйте Стратегія розвитку «Агротон»: <http://www.agroton.com.ua/en/strategy.htm>.

2. Дайте характеристику організаційній структурі «Агротон»: [http://www.agroton.com.ua/en/legal\\_structure.htm](http://www.agroton.com.ua/en/legal_structure.htm).

3. За підсумками виробничо-комерційної діяльності групи компаній за 2020 р. розрахуйте всі економічні показники. Посилання на звітність: <http://www.agroton.com.ua/uploads/agroton2020-finrez.pdf>.

4. Зробіть порівняльний аналіз фінансових показників діяльності «Агротон» за ряд років. Посилання на консолідовані звітності: <http://www.agroton.com.ua/ru/key.htm>.

5. Дайте аналіз торгів акціями «Агротон» на європейських фондових біржах.

#### **Теми рефератів:**

1. Міжнародний бізнес як сфера господарської діяльності, економічна категорія та наука.

2. Поняття суб'єктів міжнародного бізнесу та критерії їх класифікації.

3. Підприємництво та бізнес: спільні та відмінні риси.

4. Національний та міжнародний бізнес: спільні риси та відмінності.

5. Інтернаціоналізація, транснаціоналізація, глобалізація й інтеграція як фактори розвитку міжнародного бізнесу.

6. Вплив НТП на міжнародний бізнес транснаціональних компаній.

7. Вплив галузевої диверсифікація ТНК на міжнародний бізнес.



8. Державне регулювання й міжнародний бізнес.
9. Умови конкуренції на світовому ринку як фактор і основа розвитку міжнародного бізнесу.
10. Сучасні концепції управління міжнародним бізнесом.
11. Україна в міжнародній торгівлі товарами та послугами. Структура, географія і динаміка експорту та імпорту, тенденції і проблеми.
12. Експортно-імпортна політика України.
13. Сучасні концерни, конгломерати, диверсифікати та фінансово-промислові групи.
14. Сутність корпорацій, їх місце і роль в системі міжнародного бізнесу.
15. Розвиток інноваційної діяльності ТНК.
16. Використання ТНК переваг офшорного бізнесу.
17. Масштаби і тенденції діяльності ТНК в Україні.
18. Потенціал та умови використання елементів багатонаціонального управління вітчизняних підприємств.
19. Перспективи формування українських ТНК.
20. Спільні підприємства як форма участі України у міжнародному бізнесі.
21. Спеціальні економічні зони та території пріоритетного розвитку.

## **20. Проведення поточного і підсумкового контролю**

**Тести для підготовки до контрольної модульної роботи:**

**Під поняттям «умови торгівлі» розуміють:**

- а) різниця між експортом і імпортом;
- б) відношення експорту до імпорту;
- в) співвідношення експортних та імпортних цін;
- г) відношення цін на промислову продукцію до цін на продукцію аграрного сектору.

**Синергетичний ефект може бути отримано за рахунок:**

- а) економії на масштабах виробництва;
- б) комбінуванні взаємопов'язаних ресурсів;
- в) підвищення якості управління;
- г) податкових пільг.

**Централізація ключових компетенцій і, водночас, децентралізація збуту і маркетингу притаманні:**

- а) багатокраїновій стратегії;
- б) інтернаціональній стратегії;
- в) глобальній;
- г) транснаціональній.

**Транснаціональній стратегії ТНК відповідає:**

- а) глобальна географічна структура управління;
- б) глобальна продуктова структура управління;
- в) глобальна матрична структура управління;
- г) глобальна функціональна структура управління.

**Хто найбільше виграє від вільної зовнішньої торгівлі:**

- а) споживачі;
- б) країни, що розвиваються;
- в) галузі, що конкурують з імпортом;
- г) нові галузі виробництва.

**«Мужні культури»:**

- а) надають перевагу чоловікам при прийнятті на високі посади перед жінками;
- б) приводять до радикалізму;
- в) приводять до консерватизму;

г) віддають пріоритети рішучості в діях матеріальному достатку перед турботою про сім'ю.

**Який з органів державної влади проводить переговори й підписує міжурядові договори з питань зовнішньоекономічної та спільної підприємницької діяльності, забезпечує їхнє виконання?**

- а) Верховна Рада України;
- б) Національний банк України;
- в) Кабінет Міністрів України;
- г) Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства.

**Угоди «під ключ» включають:**

- а) поставку лише обладнання;
- б) поставку обладнання, його налагодження, а також гарантію закупівлі частини продукції;
- в) поставку обладнання, будівельно-монтажні та пуско-налагоджувальні роботи;
- г) поставку обладнання, будівельно-монтажні та пуско-налагоджувальні роботи, а також допомогу в організації технологічного процесу.

**Розташуйте компанії за ступенем їхньої інтернаціоналізації:**

- а) досвідчена міжнародна фірма, нова міжнародна фірма, глобальна компанія, національна компанія;
- б) національна компанія, нова міжнародна фірма, глобальна компанія, досвідчена міжнародна фірма;
- в) національна компанія, нова міжнародна фірма, досвідчена міжнародна фірма, глобальна компанія;
- г) нова міжнародна фірма, національна компанія, глобальна компанія, досвідчена міжнародна фірма.

**Багатокраїновий підхід в стратегії ТНК – це:**

- а) керівництво випуском для окремих країн різнорідної продукції;
- б) організація керівництва за географічним спрямуванням бізнесу;
- в) принцип, що використовується компаніями з недиверсифікованим асортиментом продукції;
- г) послаблення централізованої влади компанії.

**За допомогою якого економічного показника визначається ризик експортної операції:**

- а) рентабельність;
- б) валовий дохід;
- в) собівартість;
- г) вартість товарної продукції.

**Ефект досвіду це:**

- а) заощадження на витратах завдяки збільшенню продуктивності праці;
- б) підвищення кваліфікації персоналу,
- в) функція систематичного скорочення виробничих витрат, що мали місце протягом усього життєвого циклу продукту;
- г) немає правильної відповіді.

**Основною відмінністю СОТ від ГАТТ є те, що ця організація:**

- а) є результатом багатосторонньої угоди на довготерміновій основі за відсутності інституціональної бази;
- б) є постійним інститутом, що має розгалужену систему органів;
- в) має ефективну процедуру розв'язання суперечок, але діє на основі тимчасового застосування;
- г) охоплює сферу торгівлі послугами.

**Забезпечення виконання принципів академічної доброчесності**

Здобувачі другого (магістерського) рівня вищої освіти мають бути ознайомлені з принципами академічної доброчесності, затвердженими в університеті ([http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2020/12/poloj\\_akadem\\_dobro\\_nov2020\\_2.pdf](http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2020/12/poloj_akadem_dobro_nov2020_2.pdf)) та неухильно дотримуватися їх.

**Більш детальна інформація за посиланням: <http://do.luguniv.edu.ua>**