

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Західноукраїнський національний університет
Навчально-науковий інститут міжнародних
відносин ім. Б.Д. Гаврилишина

Затверджую

Директор Навчально-наукового
інституту міжнародних відносин
ім. Б.Д. Гаврилишина
Ірина ІВАЩУК

«31» _____ 2023 р.



Затверджую

В.о. проректора з науково-
педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

«31» _____ 2023 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни

«МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС»

(англійською мовою)

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Міжнародний менеджмент»

Кафедра міжнародних економічних відносин

Форма навч.	Курс	Семестр	Лекції (год)	Практ. (год)	Інд. робота (год)	Тренінг, КПЗ (год)	Самост. роб. (год)	Загальний обсяг (год)	Залік (сем.)
Денна	3	5	28	14	3	6	99	150	5

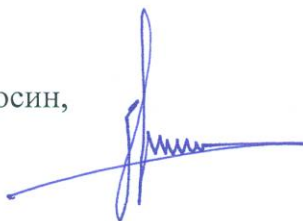
31.01. 2023

Тернопіль ЗУНУ– 2023

Робочу програму склала: к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин Оксана МИГАЛЬ

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин», протокол № 1 від 29.08.2023 р.

Завідувач кафедри
міжнародних економічних відносин,
д.е.н, проф.



Роман ЗВАРИЧ

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 073 «Менеджмент» протокол № 1 від 31 серпня 2023 р.

Голова ГЗС,
д.е.н., проф.



Михайло ШКІЛЬНЯК

Гарант ОПП, к.е.н., доц.



Олена СОХАЦЬКА

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Міжнародний бізнес»

1. Опис дисципліни «Міжнародний бізнес»

Дисципліна – Міжнародний бізнес	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів: ECTS – 5	Галузь знань – 07 «Управління адміністрування»	Статус дисципліни: вибіркова Мова викладання: англійська
Кількість залікових модулів - 3	Спеціальність – 073 «Менеджмент»	Рік підготовки – 3 Семестр – 5
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Лекції – 28 год. Практичні роботи – 14 год.
Загальна кількість годин: - 150		Індивідуальна робота – 3 год. Тренінг, КПЗ – 6 год Самостійна робота – 99 год.
3 курс (бакалавр) Тижневих годин – 10,7 год, з них аудиторних – 3 год		Вид підсумкового контролю – залік

2. Мета і завдання дисципліни «Міжнародний бізнес»

2.1. Мета вивчення дисципліни. Метою курсу «Міжнародний бізнес» є формування у майбутніх фахівців знань у сфері організації і управління бізнесом на міжнародних ринках з урахуванням усіх факторів міжнародного бізнес-середовища. Дисципліна «Міжнародний бізнес» дає теоретичну та практичну підготовку майбутнім фахівцям щодо розвитку різноманітних видів міжнародного бізнесу та управління ними, дослідження впливу факторів міжнародного бізнес-середовища на діяльність компанії, формування ефективних міжнародних бізнес-стратегій, виявлення особливостей бізнес-етикету різних країн, формування корпоративної культури та корпоративного іміджу компанії та міжнародних ринках, розвитку програм соціальної відповідальності бізнесу на міжнародних ринках.

2.2. Завдання вивчення дисципліни: набуття студентами професійних компетентностей та вмінь використовувати сучасні інструменти та технології для організації і ведення міжнародного бізнесу, аналізувати вплив факторів міжнародного бізнес-середовища на діяльність транснаціональних корпорацій.

Завдання лекційних занять: теоретична підготовка студентів з питань основних принципів та завдань ведення міжнародного бізнесу, оцінки впливу факторів міжнародного бізнес-середовища на діяльність компанії на міжнародних ринках.

Завдання практичних занять: набуття студентами практичних навиків з організації міжнародного бізнесу, розробки та розвитку міжнародних бізнес-стратегій, дослідження впливу окремих факторів міжнародного бізнес-середовища на діяльність компанії на міжнародних ринках.

3. Програма навчальної дисципліни «Міжнародний бізнес»

Змістовий модуль 1. Міжнародний бізнес в епоху глобалізації

Тема 1. Міжнародний бізнес в епоху глобалізації.

Концепція глобалізації та міжнародний бізнес. Причини формування та розвитку міжнародного бізнесу. Переваги та недоліки міжнародного бізнесу. Підходи до міжнародного бізнесу.

Література: 2, 3, 4, 3, 7, 9, 11, 14, 17, 18, 21, 23

Тема 2. Види міжнародного бізнесу.

Вибір способу виходу на міжнародний ринок. Основні види міжнародного бізнесу. Імпорт та експорт. Ліцензування. Франчайзинг. Аутсорсинг та офшоринг. Пряме іноземне інвестування. Спільне підприємництво та стратегічне партнерство. Мультинаціональні компанії.

Література: 2, 3, 14, 16, 18, 20, 23

Тема 3. Інтернаціоналізація бізнесу як основа глобалізації.

Сутність та форми інтернаціоналізації. Інтеграція національної економіки в світову як фактор економічного зростання. Етапи інтернаціоналізації.

Література: 3, 5, 6, 8, 10, 19, 20, 23

Тема 4. Міжнародне бізнес-середовище.

Фактори міжнародного бізнес-середовища. Характеристика економічного середовища. Характеристика політичного середовища. Характеристика культурного середовища. Характеристика соціального середовища. Характеристика технологічного середовища.

Література: 2, 3, 4, 5, 9, 12, 13, 14, 15, 19, 23

Змістовий модуль 2. Розробка та розвиток стратегії міжнародного бізнесу

Тема 5. Роль культури в міжнародному бізнесі.

Сутність культури та її значення в міжнародному бізнесі. Характеристика основних елементів культури. Важливість культури в різноманітних бізнес-контекстах. Типологія культурних вимірів Хофстеде. Ефективні стратегії адаптації міжнародного бізнесу до місцевої культури.

Література: 1, 3, 4, 12, 13, 14, 15, 19

Тема 6. Міжнародний бізнес-етикет.

Важливість міжнародного бізнес-етикету. Ключові відмінності в міжнародному бізнес-етикеті.

Особливості бізнес-етикету різних країн світу.

Література: 13, 14, 15, 16, 19, 21

Тема 7. Стратегія міжнародного бізнесу.

Поняття та сутність міжнародної стратегії. Характеристика основних стратегій в міжнародному бізнесі. Основні стратегії STP-маркетингу на міжнародних ринках. Характеристика основних конкурентних стратегій в міжнародному бізнесі.

Література: 1, 4, 5, 10, 11, 12, 13, 14, 19, 23

Тема 8. Корпоративний імідж та брендинг в міжнародному бізнесі.

Поняття та сутність корпоративного іміджу в міжнародному бізнесі. Елементи корпоративної ідентичності. Відмінність між корпоративним іміджем та корпоративною ідентичністю. Брендинг в міжнародному бізнесі.

Література: 1, 8, 10, 15, 19, 20, 21

Тема 9. Соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі.

Еволюція корпоративної соціальної відповідальності та її види. Основні чинники, що спонукають міжнародний бізнес до соціальної відповідальності. Розробка програм соціальної відповідальності для міжнародного бізнесу.

Література: 3, 4, 11, 12, 16, 19, 20

4. Структура залікового кредиту дисципліни «Міжнародний бізнес»

	Кількість годин					
	Лекції	Прак. заняття	Індивід. робота	Тренінг, КПЗ	Самостійна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Міжнародний бізнес в епоху глобалізації						
<i>Тема 1.</i> Міжнародний бізнес в епоху глобалізації	2	2	1	3	10	Усне опит., кейси
<i>Тема 2.</i> Види міжнародного бізнесу	4	2			20	Усне опит., кейси
<i>Тема 3.</i> Інтернаціоналізація бізнесу як основа глобалізації	2	1			10	Кейси
<i>Тема 4.</i> Міжнародне бізнес-середовище	2	1			10	Усне опит., кейси
Змістовий модуль 2. Розробка та розвиток стратегії міжнародного бізнесу						
<i>Тема 5.</i> Роль культури в міжнародному бізнесі	4	1	1	3	10	Кейси
<i>Тема 6.</i> Міжнародний бізнес-етикет	4	1			10	Усне опит., кейси
<i>Тема 7.</i> Стратегія міжнародного бізнесу	4	2			10	Кейси, завдання
<i>Тема 8.</i> Корпоративний імідж та брендинг в міжнародному бізнесі	4	2	1		10	Завдання, кейси
<i>Тема 9.</i> Соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі	2	2			9	Завдання, кейси
Разом:	28	14	3	6	99	

5. Тематика практичних занять

Практичне заняття № 1.

Тема 1. Міжнародний бізнес в епоху глобалізації

Мета: розуміти основи міжнародного бізнесу, причини його розвитку та вплив глобалізації на діяльність підприємств.

Питання для обговорення:

1. Концепція глобалізації та міжнародний бізнес.
2. Причини формування та розвитку міжнародного бізнесу.
3. Переваги та недоліки міжнародного бізнесу.

4. Підходи до міжнародного бізнесу.

Література: 2, 3, 4, 3, 7, 9, 11, 14, 17, 18, 21, 23

Практичне заняття № 2.

Тема 2. Види міжнародного бізнесу

Мета: розуміти особливості застосування різних видів міжнародного бізнесу на міжнародних ринках.

Питання для обговорення:

1. Вибір способу виходу на міжнародний ринок. Основні види міжнародного бізнесу.
2. Імпорт та експорт.
3. Ліцензування.
4. Франчайзинг.
5. Аутсорсинг та офшоринг.
6. Пряме іноземне інвестування.
7. Спільне підприємництво та стратегічне партнерство.
8. Мультинаціональні компанії.

Література: 2, 3, 14, 16, 18, 20, 23

Практичне заняття № 3.

Тема 3. Інтернаціоналізація бізнесу як основа глобалізації

Мета: розуміти процеси інтернаціоналізації та глобалізації та вміти виявляти їх вплив на міжнародний бізнес

Питання для обговорення:

1. Сутність та форми інтернаціоналізації.
2. Інтеграція національної економіки в світову як фактор економічного зростання.
3. Етапи інтернаціоналізації.

Література: 3, 5, 6, 8, 10, 19, 20, 23

Тема 4. Міжнародне бізнес-середовище

Мета: вміти аналізувати вплив факторів міжнародного бізнес-середовища на діяльність компаній

Питання для обговорення:

1. Фактори міжнародного бізнес-середовища.
2. Характеристика економічного середовища.
3. Характеристика політичного середовища.
4. Характеристика культурного середовища.
5. Характеристика соціального середовища.
6. Характеристика технологічного середовища.

Література: 2, 3, 4, 5, 9, 12, 13, 14, 15, 19, 23

Практичне заняття № 4.

Тема 5. Роль культури в міжнародному бізнесі

Мета: знати особливості культурних відмінностей в різних країнах світу

Питання для обговорення:

1. Сутність культури та її значення в міжнародному бізнесі.
2. Характеристика основних елементів культури.
3. Важливість культури в різноманітних бізнес-контекстах.
4. Типологія культурних вимірів Хофстеде.
5. Ефективні стратегії адаптації міжнародного бізнесу до місцевої культури.

Література: 1, 3, 4, 12, 13, 14, 15, 19

Тема 6. Міжнародний бізнес-етикет

Мета: знати особливості бізнес-етикету кожної країни світу

Питання для обговорення:

1. Важливість міжнародного бізнес-етикету.
2. Ключові відмінності в міжнародному бізнес-етикеті.
3. Особливості бізнес-етикету різних країн світу.

Література: 13, 14, 15, 16, 19, 21

Практичне заняття № 5.

Тема 7. Стратегія міжнародного бізнесу

Мета: вміти розробляти стратегії міжнародного бізнесу

Питання для обговорення:

1. Поняття та сутність міжнародної стратегії.
2. Характеристика основних стратегій в міжнародному бізнесі.
3. Основні стратегії STP-маркетингу на міжнародних ринках.
4. Характеристика основних конкурентних стратегій в міжнародному бізнесі.

Література: 1, 4, 5, 10, 11, 12, 13, 14, 19, 23

Практичне заняття № 6.

Тема 8. Корпоративний імідж та брендинг в міжнародному бізнесі

Мета: розуміти процес формування корпоративного іміджу та брендингу в міжнародному бізнесі

Питання для обговорення:

1. Поняття та сутність корпоративного іміджу в міжнародному бізнесі.
2. Елементи корпоративної ідентичності.
3. Відмінність між корпоративним іміджем та корпоративною ідентичністю.
4. Брендинг в міжнародному бізнесі.

Література: 1, 8, 10, 15, 19, 20, 21, 23

Практичне заняття № 7.

Тема 9. Соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі

Мета: вміти розробляти програми соціальної відповідальності для міжнародного бізнесу

Питання для обговорення:

1. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності та її види.
2. Основні чинники, що спонукають міжнародний бізнес до соціальної відповідальності.
3. Розробка програм соціальної відповідальності для міжнародного бізнесу.

Література: 4, 11, 12, 16, 19, 20

6. Тренінг, комплексне практичне індивідуальне завдання

Організація та проведення тренінгу.

Тренінг охоплює усі ключові теми курсу і проводиться з метою закріплення отриманих знань та виявлення розуміння студентами пройденого матеріалу; оволодіння навичками аналізу та планування для прийняття ефективних рішень в сфері міжнародного бізнесу.

Тренінг з «Міжнародного бізнесу» передбачає розробку студентами міжнародної бізнес-стратегії для конкретних підприємств. *Етапність виконання завдання:*

- визначення цілей та напрямків діяльності компанії на міжнародних ринках;
- вибір та обґрунтування засобів для досягнення кінцевих цілей;
- розробка етапності реалізації обраної бізнес-стратегії на міжнародних ринках;
- підготовка звіту з тренінгу, його представлення і захист.

Тренінг дозволить отримати студентам практичні навички аналізу та прийняття управлінських рішень у сфері міжнародного бізнесу, враховуючи умови правдиво описаної господарської ситуації. Розробка стратегії міжнародного бізнесу здійснюється командою студентів (2-4 осіб). Індивідуальний внесок окремого учасника у виконання завдання має бути представлений на кожному етапі захисту. Результати роботи над кейсом рекомендується подавати у вигляді презентації, які на захисті слід представити одночасно і в електронному, і паперовому варіантах.

Комплексне практичне індивідуальне завдання.

Для підвищення рівня практичної підготовленості студентів та формування професійних компетентностей передбачено проведення КППЗ на тему: «Особливості міжнародного бізнесу в...» (країна на вибір студента).

Комплексне практичне індивідуальне завдання охоплює усі ключові теми курсу і проводиться з метою закріплення отриманих знань та виявлення розуміння студентами пройденого матеріалу; оволодіння навичками аналізу та планування для прийняття ефективних рішень в сфері міжнародного бізнесу.

Комплексне практичне індивідуальне завдання (КППЗ) є підсумковою самостійною роботою студента, що передбачає використання отриманих знань та навиків під час лекційного та практичного курсів з дисципліни «Міжнародний бізнес». Кожен студент обирає певну країну для дослідження. Виконання КППЗ дозволить отримати студентам практичні навички аналізу та

прийняття управлінських рішень у сфері міжнародного бізнесу, враховуючи умови правдиво описаної ситуації. Результати роботи над КПІЗ рекомендується подавати у вигляді презентації, які на захисті слід представити одночасно і в електронному, і паперовому варіантах.

КПІЗ видається студенту в перші два тижні навчання та виконується упродовж семестру у відповідності до встановлених графіків, дотримання яких є необхідною передумовою допуску до здачі змістовних модулів.

Виконання КПІЗ є одним із обов'язкових складових модулів залікового кредиту з «Міжнародного бізнесу», оцінюється за 100-бальною шкалою і складає 20% підсумкової оцінки з дисципліни.

Рекомендована тематика для КПІЗ:

1. Особливості міжнародного бізнесу в Польщі.
2. Особливості міжнародного бізнесу в Німеччині.
3. Особливості міжнародного бізнесу в Австрії.
4. Особливості міжнародного бізнесу в Швейцарії.
5. Особливості міжнародного бізнесу в Франції.
6. Особливості міжнародного бізнесу в Італії.
7. Особливості міжнародного бізнесу в Іспанії.
8. Особливості міжнародного бізнесу в Португалії.
9. Особливості міжнародного бізнесу в Данії.
10. Особливості міжнародного бізнесу в Швеції.
11. Особливості міжнародного бізнесу в Норвегії.
12. Особливості міжнародного бізнесу в Бельгії.
13. Особливості міжнародного бізнесу в США.
14. Особливості міжнародного бізнесу в Мексиці.
15. Особливості міжнародного бізнесу в Аргентині.
16. Особливості міжнародного бізнесу в Чехії.
17. Особливості міжнародного бізнесу в Австралії.
18. Особливості міжнародного бізнесу в Латвії.
19. Особливості міжнародного бізнесу в Китаї.
20. Особливості міжнародного бізнесу в Японії.
21. Особливості міжнародного бізнесу в Південній Кореї.
22. Особливості міжнародного бізнесу в Алжирі.
23. Особливості міжнародного бізнесу в Єгипті.
24. Особливості міжнародного бізнесу в Об'єднаних Арабських Еміратах.
25. Особливості міжнародного бізнесу в Словаччині.
26. Особливості міжнародного бізнесу в Великобританії.
27. Особливості міжнародного бізнесу в Бразилії.
28. Особливості міжнародного бізнесу в Ізраїлі.
29. Особливості міжнародного бізнесу в Греції.
30. Особливості міжнародного бізнесу в Румунії.

7. Самостійна робота студентів

№ п/п	Тематика
1.	Теорії міжнародного бізнесу.
2.	Інновації в міжнародному бізнесі.
3.	Ділові переговори та етика в міжнародному бізнесі.
4.	Особливості управління міжнародним бізнесом на зарубіжних ринках.
5.	Міжнародні транспортні операції.
6.	Бізнес-моделі у міжнародному бізнесі.
7.	Оцінка потенціалу компанії для бізнес-діяльності на міжнародних ринках.

8.	Бізнес-планування міжнародної діяльності.
9.	Роль інтернет-технологій в міжнародному бізнесі.
10.	Дослідження діяльності транснаціональних корпорацій на міжнародних ринках.
Разом:	99 год.

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- поточне опитування;
- модульне тестування та опитування;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КППЗ;
- ректорська контрольна робота;

9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Письмові роботи підлягають перевірці на наявність плагіату та допускаються до захисту з коректними текстовими запозиченнями. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Міжнародний бізнес» визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
30%	40%	30%
1. Опитування (тестування) під час заняття (Тема 1-4 по 10 балів) = 40 балів. 2. Письмова робота = 60 балів.	1. Опитування (тестування) під час заняття (Тема 6-9 по 10 балів) = 40 балів. 2. Письмова (контрольна) робота = 60 балів.	1. Активні участь у тренінгу = 20 балів 2. Написання КППЗ, на основі сформованих індивідуальних завдань = 50 балів. 3. Захист КППЗ = 30 балів.

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійне забезпечення викладання лекцій (проектор; on-line платформи: Zoom; Google Meet).	1-9
2.	Система дистанційного навчання ЗУНУ moodle.wunu.edu.ua	1-9
3.	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: MS Office	1-9
4.	Телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox).	1-9

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Alain Verbeke, I.H. Ian Lee.. International business strategy. 3rd edition. 2021. 675 p.
2. Болквядзе Н.І., Мигаль О.Ф. Особливості закупівельної логістики в міжнародному бізнесі. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія «Економічні науки». № 11 (67). 2022р. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8436> URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2022/11/8436>
3. Болквядзе Н.І., Мигаль О.Ф. Особливості застосування INCOTERMS 2020: логістичний аспект в міжнародному бізнесі. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. № 12. 2022р. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.12.29>
4. Bratko O.S., Myhal O.F., Blazhey I.O. Consumer behavior trends in Ukraine under rapid technological changes. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». № 8 (28). Серпень 2019. С. 41-46
5. C. Gopinath. Globalization: a multi-dimensional system. 3rd edition. 2018. 288 p.
6. Charles Hill. ISE International business: competing in the global market place. 13th edition. 2021. 1440 p.
7. Charles Hill. Global business today. 12th edition. 2022. 640 p.
8. Charles Hill, G. Tomas M. Hult. Global business today. 11th edition. 2020. 532 p.
9. Daniel W. Baack, Barbara Czarnecka, Donald E. Baack. International marketing. 2nd edition. 2018. 672 p.
10. David Deakins. Entrepreneurship: a contemporary and global approach. 1st edition. 2021. 296 p.
11. Dluhopolskyi O.V., Ivashuk Y.P., Zatonatska T.H., Myhal O.F., Farion-Melnyk A.I., Kolesnikov A.P. Public geodecology: results of international survey. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, Vol. 31(3).Wos., 2022.
12. Ilan Alon. Global marketing. 3rd edition. 2020. 666 p.
13. John Wild, Kenneth Wild. International business: the challenges of globalization. 9th edition. 2021. 448 p.

14. Larry A. DiMatteo. International business law and the legal environment: a transactional approach. 4th edition. 2020. 768 p.
15. Leslie Hamilton, Philip Webster. International business environment. 4th edition. 2019. 488 p.
16. Matthew Lee Sawyer. Make it in America: how international companies and entrepreneurs can successfully enter and scale in U.S. markets. 1st edition. 2022. 272 p.
17. Richard M. Steers, Joyce S. Osland. Management across cultures: challenges, strategies and skills. 4th edition. 2019. 452 p.
18. Алгоритм експорту. Що потрібно знати українському експортеру. URL: http://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/algorithm_eksportu.pdf (дата звернення: 17.08.2021 р.).
19. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Бондаренко М. О. 2018. 305 с.
20. Міжнародний бізнес: практикум для студ. спеціальностей «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», «Міжнародні економічні відносини»/ Укладач: Карасьова Н.А. Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. 74 с.
21. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. К.: НАУ, 2019. 164 с.
22. Міжнародний маркетинг: підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.
23. Сазонець О.М. Управління міжнародним бізнесом: навчальний посібник. Рівне: НУВГП, 2019. 338 с.