

Силабус курсу



Міжнародний бізнес

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

Рік навчання: I, Семестр: II

Кількість кредитів: 5

Мова викладання: англійська

Керівник курсу

ППП

Мигаль Оксана Фелікссівна

Контактна інформація o.myhal27@gmail.com, +380676090349

Опис дисципліни

Метою вивчення дисципліни «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.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	Міжнародний бізнес в епоху глобалізації	Знати сутність міжнародного бізнесу та підходи до нього. Розуміти сутність глобалізаційних процесів у світі.	Опитування кейси
4 / 4	Види міжнародного бізнесу	Знати сутність та види міжнародного бізнесу.	Опитування кейси
2 / 2	Інтернаціоналізація бізнесу як основа глобалізації	Знати сутність, форми та етапи інтернаціоналізації.	Кейси
2 / 2	Міжнародне бізнес-середовище	Вміти аналізувати фактори міжнародного бізнес-середовища.	Опитування кейси
4 / 4	Роль культури в міжнародному бізнесі	Розуміти особливості впливу різноманітних культур на міжнародну бізнес-діяльність.	Кейс
4 / 4	Міжнародний бізнес-етикет	Знати особливості бізнес-етикету усіх країн.	Опитування кейси

4 / 4	Стратегія міжнародного бізнесу	Вміти розробляти стратегії міжнародного бізнесу.	Кейси, завдання
4 / 4	Корпоративний імідж та брендинг в міжнародному бізнесі	Вміти формувати корпоративний імідж та брендинг в міжнародному бізнесі.	Кейси, завдання
4 / 4	Соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі	Знати особливості соціальної відповідальності в міжнародному бізнесі. Вміти розробляти соціальні програми для міжнародного бізнесу.	Кейси, завдання

Літературні джерела

1. Alain Verbeke, I.H. Ian Lee. International business strategy. 3rd edition. 2021. 675 p.
2. Болквадзе 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. 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
4. C. Gopinath. Globalization: a multi-dimensional system. 3rd edition. 2018. 288 p.
5. Charles Hill. ISE International business: competing in the global market place. 13th edition. 2021. 1440 p.
6. Charles Hill. Global business today. 12th edition. 2022. 640 p.
7. Charles Hill, G. Tomas M. Hult. Global business today. 11th edition. 2020. 532 p.
8. Daniel W. Vaack, Barbara Czarnecka, Donald E. Vaack. International marketing. 2nd edition. 2018. 672 p.
9. David Deakins. Entrepreneurship: a contemporary and global approach. 1st edition. 2021. 296 p.
10. 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 Geocology*, Vol. 31(3).Wos., 2022.
11. Ilan Alon. Global marketing. 3rd edition. 2020. 666 p.
12. John Wild, Kenneth Wild. International business: the challenges of globalization. 9th edition. 2021. 448 p.
13. Larry A. DiMatteo. International business law and the legal environment: a transactional approach. 4th edition. 2020. 768 p.
14. Leslie Hamilton, Philip Webster. International business environment. 4th edition. 2019. 488 p.
15. Mattew 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.
16. Richard M. Steers, Joyce S. Osland. Management across cultures: challenges, strategies and skills. 4th edition. 2019. 452 p.
17. 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.).
18. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Бондаренко М. О. 2018. 305 с.
19. 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.

20. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. К.: НАУ, 2019. 164 с.

21. Міжнародний маркетинг: підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.

22. Сазонець О.М. Управління міжнародним бізнесом: навчальний посібник. Рівне: НУВГП, 2019. 338 с.

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.

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;
- екзамен.

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	Заліковий модуль 4 (екзамен)
20%	20%	20%	40%
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 5-9 по 6 балів) = 30 балів. 2. Письмова (контрольна) робота = 70 балів.	1. Активна участь у тренінгу = 20 балів 2. Написання КППЗ, на основі сформованих індивідуальних завдань = 50 балів. 3. Захист КППЗ = 30 балів.	1. Відповідь на два запитання, кожне з яких = 20 балів а у підсумку = 40 балів. 2. Практичне завдання = 60 балів.

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)

85-89	добре	В (дуже добре)
75-84		С (добре)
65-74	задовільно	Д (задовільно)
60-64		Е (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

