

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА

Кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова

## **КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

з дисципліни  
**«ПРАКТИКУМ: ВІРТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ЗЕД»**

рівень вищої освіти другий (магістр)

галузь знань 29 Міжнародні відносини

спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

освітня програма «Міжнародні економічні відносини»

вид дисципліни вибіркова

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: к.е.н., доц. Шуба М.В.

## 1. Навчальний контент:

Тема 1. Визначення можливостей ЗЕД підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: сутність та види. Напрями і показники розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Система регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Передумови та мотивація виходу підприємств на зовнішні ринки. Характеристика форм виходу підприємств на зовнішні ринки. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Тема 2. Аналіз зовнішніх ринків збуту.

Вивчення і аналіз умов ринку. Методи дослідження ринку і сфери їхнього застосування. Ринкове макросередовище (демографічне, економічне, політичне тощо). Вимоги закордонного ринку до споживчих властивостей товару. Рівень конкурентоспроможності продукції, що випускається. Фактори привабливості зарубіжного ринку (економічні, технологічні тощо). Ємність зовнішнього ринку, характер і еластичність попиту. Рівень світових цін і тенденції їх зміни. Форми роботи на зарубіжному ринку, посередницьких угод, торгівлі. Партнери на світовому ринку: пошук, вибір, встановлення контакту.

Тема 3. Аналіз конкурентного оточення підприємства на зовнішніх ринках.

Ступінь і характер ринкової конкуренції. Оцінка міжнародного конкурентного середовища. Поняття конкурентних переваг та їх значення в міжнародному середовищі. Аналіз внутрішнього конкурентного потенціалу підприємства. Фактори створення та утримання конкурентних переваг у глобальному конкурентному середовищі. Міжнародні конкурентні стратегії. Оцінка конкурентоспроможності товару, який пропонується для зовнішнього ринку.

Тема 4. Вибір стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок.

Стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок (експорт, пряме інвестування, спільна підприємницька діяльність). Маркетингові стратегії проникнення підприємства на зовнішні ринки. Етапи формування стратегії виходу на зовнішні ринки. Переваги та недоліки пріоритетних форм освоєння зовнішніх ринків.

Тема 5. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Система показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Сутність поняття «ефективність зовнішньоекономічної діяльності». Роль оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності у сучасних умовах. Показники визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Принципи розрахунку показників зовнішньоекономічної діяльності. Економічна ефективність експорту. Економічна ефективність імпорту (для власного споживання; для реалізації на внутрішньому ринку). Економічна ефективність експортно-імпортних операцій.

2. Плани практичних (семінарських) занять, завдання для лабораторних робіт, самостійної роботи:

### Теми практичних занять

№	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Визначення можливостей ЗЕД підприємства. Вирішення кейсів за темою.	6
2	Тема 2. Аналіз зовнішніх ринків збуту. Вирішення кейсів за темою.	4
3	Тема 3. Аналіз конкурентного оточення підприємства на зовнішніх ринках. Вирішення кейсів за темою.	6
4	Тема 4. Вибір стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок.	4

	Вирішення кейсів за темою.	
5	Тема 5. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Вирішення кейсів за темою.	4
	<b>Разом</b>	<b>24</b>

### Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Тема 1. Визначення можливостей ЗЕД підприємства. Опрацювання навчального матеріалу, рекомендованої літератури, інтернет-джерел та підготовка до практичного заняття та підсумкового семестрового контролю.	12	16
2	Тема 2. Аналіз зовнішніх ринків збуту. Опрацювання теми за допомогою рекомендованих літературних та інтернет-джерел з метою підготовки до практичного заняття та підсумкового семестрового контролю	14	18
3	Тема 3. Аналіз конкурентного оточення підприємства на зовнішніх ринках. Опрацювання навчального матеріалу, рекомендованої літератури та підготовка до практичного заняття та підсумкового семестрового контролю.	12	16
4	Тема 4. Вибір стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок. Опрацювання навчального матеріалу, рекомендованої літератури, інтернет-джерел та підготовка до практичного заняття та підсумкового семестрового контролю.	14	18
5	Тема 5. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Опрацювання навчального матеріалу, рекомендованої літератури, інтернет-джерел та підготовка до практичного заняття та підсумкового семестрового контролю.	14	16
	<b>Разом</b>	<b>66</b>	<b>84</b>

3. Питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти, для контрольних робіт, передбачених навчальним планом, після атестаційного моніторингу набутих знань і вмінь з навчальної дисципліни:

#### Питання до екзамену

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: сутність та види.
2. Напрями і показники розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні.
3. Система регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.
4. Передумови та мотивація виходу підприємств на зовнішні ринки.
5. Характеристика форм виходу підприємств на зовнішні ринки.
6. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
7. Вивчення і аналіз умов ринку.
8. Методи дослідження ринку і сфери їхнього застосування.
9. Ринкове макросередовище (демографічне, економічне, політичне тощо).
10. Вимоги закордонного ринку до споживчих властивостей товару.
11. Рівень конкурентоспроможності продукції, що випускається.
12. Фактори привабливості зарубіжного ринку (економічні, технологічні тощо).
13. Ємність зовнішнього ринку, характер і еластичність попиту.
14. Рівень світових цін і тенденції їх зміни.

15. Форми роботи на зарубіжному ринку, посередницьких угод, торгівлі.
16. Партнери на світовому ринку: пошук, вибір, встановлення контакту.
17. Ступінь і характер ринкової конкуренції.
18. Оцінка міжнародного конкурентного середовища.
19. Поняття конкурентних переваг та їх значення в міжнародному середовищі.
20. Аналіз внутрішнього конкурентного потенціалу підприємства.
21. Фактори створення та утримання конкурентних переваг у глобальному конкурентному середовищі.
22. Міжнародні конкурентні стратегії.
23. Оцінка конкурентоспроможності товару, який пропонується для зовнішнього ринку.
24. Стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок (експорт, пряме інвестування, спільна підприємницька діяльність).
25. Маркетингові стратегії проникнення підприємства на зовнішні ринки.
26. Етапи формування стратегії виходу на зовнішні ринки.
27. Переваги та недоліки пріоритетних форм освоєння зовнішніх ринків.
28. Система показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
29. Сутність поняття «ефективність зовнішньоекономічної діяльності».
30. Роль оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності у сучасних умовах.
31. Показники визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.
32. Принципи розрахунку показників зовнішньоекономічної діяльності.
33. Економічна ефективність експорту.
34. Економічна ефективність імпорту (для власного споживання; для реалізації на внутрішньому ринку).
35. Економічна ефективність експортно-імпортних операцій.

#### 4.Завдання семестрових екзаменів (письмових залікових робіт): Приклад екзаменаційного білету

Екзаменаційний білет складається з тестових завдань.