

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Ректор

Харківського національного
університету імені В.Н. Каразіна

_____ акад. В.С. Бакіров

«_____» _____ 2018 р.

**ПРОГРАМА КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО
ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ
«Міжнародний бізнес»**

для студентів напряму підготовки 6.030206 «Міжнародний бізнес»
(ОКР бакалавр, денна форма навчання)

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні кафедри
міжнародного бізнесу та економічної теорії

протокол № 8 від 14.02. 2018 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО:

методичною комісією
факультету міжнародних
економічних відносин та
туристичного бізнесу

протокол № 7 від 15.02. 2018 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні Вченої ради факультету
міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу

протокол № 11 від 15.02. 2018р.

Харків – 2018

Програма комплексного атестаційного екзамену за напрямом підготовки
6.030206 «Міжнародний бізнес» освітньо-кваліфікаційний рівень
«бакалавр»
(денна форма навчання)

Укладачі:

д.е.н., проф., проф. кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії **С.І. Архісресв;**

к.е.н., доц., доц. кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії **І.О. Дерід;**

к.е.н., доц., доц. кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії **О.О. Легостаєва;**

д.е.н., доц., проф. кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії **І.В. Тимошенко;**

д.е.н., доц., проф. кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії **І.В. Шкодін.**

Мета комплексного атестаційного екзамену за напрямом підготовки – визначення рівня підготовленості студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» за напрямом підготовки «Міжнародний бізнес».

Характеристика змісту програми. Програма атестаційного екзамену спирається на освітньо-професійну програму підготовки бакалавра з міжнародного бізнесу.

Загальні положення

Атестаційний екзамен встановлює фактичну відповідність рівня освітньо-професійної підготовки вимогам освітньо-кваліфікаційної характеристики.

Професійні компетентності фахівців бакалаврського рівня підготовки за напрямом підготовки «Міжнародний бізнес»:

- знання особливостей організації системи міжнародного бізнесу та методів здійснення міжнародного бізнесу;
- розуміння змісту основних понять і законів міжнародного бізнесу;
- уміння розбудовувати систему комунікацій сучасної фірми з іноземними партнерами;
- вміння вибирати конкретні стратегії розвитку бізнесу міжнародної компанії з урахуванням її пріоритетів та особливостей країни;
- вміння вибирати ефективний стиль керівництва залежно від рівня управління міжнародною корпорацією та специфіки культури певної країни;
- уміння приймати та обґрунтовувати рішення з питань організації міжнародного маркетингу;
 - знання системи управління ЗЕД на підприємствах та організаційних форм управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах;
 - уміння використовувати методи запобігання та страхування валютних та інших ризиків в міжнародному бізнесі;
 - знання шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства на зовнішніх ринках;
- розуміння ціноутворюючих факторів на світових товарних ринках та основних теорій ціноутворення;
- вміння користуватися методами міжнародного ціноутворення та розробляти цінові стратегії;

- володіння основними методами платежів та розрахунків у різних видах зовнішньоекономічної діяльності;
- уміння використовувати міжнародні кредити, кліринг, факторинг, форфейтинг;
- розуміння принципів та форм іноземних інвестицій, вміння оцінювати їх ефективність.

Порядок створення, організації та роботи державної екзаменаційної комісії регламентується «Положенням про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії для атестації здобувачів вищої освіти, які отримують ступінь бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавра, спеціаліста, магістра) в Харківському національному університеті імені В.Н. Каразіна» (№ 0202-1/215 від 03.06.2015 р зі змінами, внесеними рішенням Вченої ради Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна від 27.03.2017 р., протокол № 5, введеним у дію наказом ректора № 0201-1/146 від 18.04.2017 р.), «Положенням про організацію освітнього процесу в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна» (№ 0202-1/155 від 21.04.2017 р.)

**КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
ПИСЬМОВИХ ВІДПОВІДЕЙ НА
КОМПЛЕКСНОМУ АТЕСТАЦІЙНОМУ ЕКЗАМЕНІ
З МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

Час виконання – 90 хвилин

Критерії оцінок:

«5» – 100-90 балів;

«4» – 89-70 балів;

«3» – 69-50 балів;

«2» – 49-1 балів

***УВАГА!** У разі використання заборонених джерел студент на вимогу члена екзаменаційної комісії залишає аудиторію та одержує загальну незадовільну оцінку (0 балів).*

Форма екзаменаційних завдань – тести: 20 тестових завдань x 5 балів за кожну вірну відповідь.

Комплексний атестаційний екзамен включає: тестові завдання.

Тести до комплексного атестаційного екзамену складаються з завдань наступних дисциплін:

- «Міжнародний бізнес»
- «Управління міжнародним бізнесом»
- «Управління міжнародним маркетингом»
- «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємств»
- «Страхування в міжнародному бізнесі»
- «Ціноутворення на світових товарних ринках»
- «Розрахунки та платежі в міжнародному бізнесі»

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

Дисципліна 1. Міжнародний бізнес

Сутність та характеристика міжнародного бізнесу. 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. Вплив НТП на зростаюче значення інформації й міжнародний бізнес транснаціональних компаній, на напрям міжнародного бізнесу. Зростання чисельності та галузева диверсифікованість ТНК - фактори, що впливають на міжнародний бізнес. Міжнародне державне регулювання й міжнародний бізнес.

Умови конкуренції на світовому ринку як фактор і основа розвитку міжнародного бізнесу. Фінансова централізація, що посилюється. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного бізнесу в Україні

Основні і забезпечуючі зовнішньоекономічні операції. Купівля-продаж у зовнішній торгівлі: експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт. Зустрічна торгівля: бартер, зустрічні закупки, операції з давальницькою сировиною.

Ліцензійні угоди. Предмет ліцензійної угоди: патенти, ноу-хау, торгова марка, промисловий зразок. Види ліцензій: проста, виняткова, повна. Ціна ліцензії та її чинники.

Поняття середовища бізнесу. Внутрішнє і зовнішнє середовище.

Особливості внутрішнього і зовнішнього середовища у міжнародному бізнесі.

Класифікація чинників зовнішнього середовища бізнесу та їх вплив на діяльність фірми.

Основні чинники політико-правового середовища міжнародного бізнесу.

Основні чинники соціально-культурного середовища міжнародного бізнесу. Соціальна структура та її вплив на міжнародний бізнес.

Поняття культури та культурних відмінностей. Традиції, норми і стереотипи та їх вплив на міжнародний бізнес. Вплив на міжнародний бізнес домінуючої релігії. Мовні та субмовні чинники соціально-культурного середовища міжнародного бізнесу.

Місце, що займає країна по показниках: ВВП, темпи економічного росту, темпи росту інвестицій, зовнішньоторговельний оборот, імпорт товарів і послуг. Населення країни в цілому і регіонів; статевікова структура населення в динаміці. Структура суспільства і питома вага окремих соціальних прошарків із характеристиками їх прибутку; динаміка цих показників. Ресурси основних видів, що цікавлять корпорацію. Основні характеристики можливостей зв'язку. Характеристики транспортних комунікацій, що цікавлять корпорацію. Основні елементи валютного регулювання в країні. Основні елементи торгових і експортно- імпортних обмежень. Розвиненість науково-технічної і консультаційної діяльності. Рівень основних економічних проблем у країні (інфляція, безробіття і т.д.)

Теорії міжнародної торгівлі та їх вплив на міжнародний бізнес.

Концепція конкурентоспроможності держави. Визначення торгових партнерів.

Державний вплив на торгівлю. Причини державного втручання. Форми державного регулювання зовнішньої торгівлі.

Поняття інвестиції та інвестування. Цілі інвестування. Види інвестицій. Прямі та портфельні інвестиції.

Мотиви інвестування у міжнародному бізнесі. Поняття іноземних та закордонних інвестицій.

Прямі інвестиції у сучасному міжнародному бізнесі. Переваги і недоліки прямого інвестування. Вплив прямих закордонних інвестицій на економіку країни базування. Вплив прямих інвестицій на економіку країни-реципієнта

Дисципліна 2. Управління міжнародним бізнесом

Завдання міжнародного стратегічного менеджменту. Стратегічні альтернативи міжнародного бізнесу. Розробка міжнародних стратегій

Стратегії проникнення на міжнародні ринки. Аналіз зарубіжних ринків. Оцінка альтернативних зарубіжних ринків. Оцінка витрат, доходів і ризиків. Вибір способу проникнення. Експорт товарів або послуг на зарубіжні ринки. Форми експорту. Міжнародне ліцензування. Переваги і недоліки. Міжнародний франчайзинг. Переваги і недоліки. Спеціалізовані способи проникнення в міжнародному бізнесі. Прямі іноземні інвестиції.

Сутність і види міжнародних стратегічних альянсів. Мотиви створення міжнародних стратегічних альянсів. Міжнародні альянси й глобальна конкуренція.

Проектування міжнародних стратегічних альянсів у міжнародному бізнесі. Гібридна стратегія в діяльності учасників міжнародних стратегічних альянсів.

Міжнародні маркетингові стратегії. Етапи розробки міжнародної маркетингової діяльності й маркетингових стратегій компаній. Стратегії географічної товарно-ринкової детермінованості. Swot-Аналіз у маркетинговій діяльності. Сильні й слабкі сторони компанії, можливості та загрози міжнародному бізнесу.

Організаційні структури у міжнародному бізнесі. Типи організацій у міжнародному бізнесі по взаємодії із зовнішнім середовищем. Типи організацій по взаємодії підрозділів. Традиційна організація.

Природа міжнародного операційного менеджменту. Стратегічний контекст міжнародного операційного менеджменту. Виробничий менеджмент. Управління ланцюжком постачань і вертикальна інтеграція. Рішення про розміщення. Міжнародна логістика і управління матеріалами. Міжнародні операції по наданню послуг. Характеристики міжнародних послуг. Організаційний менеджмент послуг. Управління ефективністю на міжнародних підприємствах.

Дисципліна 3. Управління міжнародним маркетингом

Сутність та характеристика міжнародного маркетингу. Основні принципи та складові міжнародного маркетингу. Кроскультурний маркетинг та його характеристики. Особливості прийняття рішень у міжнародних корпораціях.

Особливості міжнародного маркетингу як управлінської діяльності. Чинники розвитку та еволюція концепцій міжнародного маркетингу. Багатонаціональний та глобальний маркетинг.

Поняття міжнародного маркетингового середовища, його зміст та складові. Передумови формування глобального маркетингового середовища. Організація міжнародних маркетингових досліджень на підприємстві. Джерела отримання інформації про зовнішній ринок. Види міжнародних маркетингових досліджень.

Передумови та цілі сегментації міжнародного ринку. Критерії та типові підходи до сегментації міжнародного ринку. Фактори сегментації міжнародного ринку.

Комплексне оцінювання конкурентних позицій підприємства на зовнішніх ринках. Методи розроблення цільового ринку. Позиціонування товару та фірми на зовнішніх ринках.

Типи моделей виходу на зовнішні ринки. Організаційні форми виходу підприємства на зовнішні ринки, їх мотиви та недоліки.

Поняття та завдання міжнародної товарної політики, етапи її формування. Формування концепції міжнародного товару. Брендинг як складова міжнародної товарної політики. Міжнародні вимоги до упаковки та маркування.

Формування цінової політики на зовнішніх ринках. Чинники впливу на прийняття цінових рішень щодо міжнародних ринків. Міжнародні цінові стратегії.

Комунікаційна політика в системі міжнародного маркетингу. Організація рекламної діяльності на зовнішніх ринках. Особливості здійснення зв'язків з громадськістю на міжнародних ринках.

Поняття та завдання збутової політики на зовнішніх ринках. Канали розподілу товарів на зовнішніх ринках. Стратегічні концепції дистрибутивної політики. Логістичні послуги в системі міжнародного маркетингу.

Структура та завдання управління міжнародною маркетинговою діяльністю на підприємстві. Стратегічне планування міжнародного маркетингу. Механізм управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства.

Сучасні концепції розвитку міжнародного бізнесу. Зміст, основні напрямки, передумови та механізм розвитку міжнародних корпорацій на сучасному етапі.

Еволюція та сучасний стан національної системи міжнародного маркетингу та менеджменту. Проблеми інтеграції та адаптації світового досвіду ведення міжнародної маркетингової діяльності в Україні.

Дисципліна 4. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Сутність зовнішньоекономічної діяльності. Основні форми зовнішньоекономічної діяльності. Сутність і мета державного управління зовнішньоекономічною діяльністю. Методи державного управління зовнішньоекономічною діяльністю. Основні елементи діючої системи управління зовнішньоекономічною діяльністю в Україні.

Система управління ЗЕД на підприємствах. Організаційні форми управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах.

Сутність, особливості та умови укладання міжнародних угод. Сутність і мета договірних відносин між підприємствами на зовнішньому ринку. Види контрактів та їх класифікація. Валютні умови контракту. Валютні ризики, умови їх виникнення. Можливості запобігання та страхування валютних ризиків. Фінансові умови контракту. Умови і форми платежу: акцепт, аваль. Форми розрахунків. Гарантії виконання умов контракту.

Поняття та зміст торгово-посередницьких операцій. Умови роботи посередників на зовнішньому ринку. Види посередників. Критерії вибору посередників. Методи розрахунків з посередником.

Міжнародні форми торгівлі технологіями. Сутність трансферу технологій. Проблеми захисту інтелектуальної власності. Ліцензійна торгівля. Франчайзинг як специфічна форма передачі інтелектуальної власності. Міжнародний інжиніринг. Лізинг у міжнародних відносинах.

Умови та порядок створення підприємств з іноземними інвестиціями. Організація діяльності спільних підприємств. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності, її сутність, теоретичні аспекти визначення. Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Методика розрахунків показників ефективності. Можливості підвищення ефективності діяльності підприємства на зовнішніх ринках.

Дисципліна 5. Страхування в міжнародному бізнесі

Класифікація ризиків в ЗЕД. Поняття ризику. Основні світові ризики. Класифікація ризиків. Методи управління ризиками.

Сутність та функції страхування. Визначення основних термінів страхування в МБ.

Сучасний стан ринку страхових послуг та його структура. Форми організації страховиків і системи страхування. Міжнародні системи страхування.

Зміст і передумови перестрахування. Термінологія перестрахування: цесія, цедент, ретроцесія, ретроцесіонер, бордеро, ексцедент, сліп. Принципи перестрахування. Види перестрахувальних операцій: факультативні, договірні (облігаторні). Договори перестрахування: пропорційні (квотні, ексцедентні, квотно-ексцедентні) та непропорційні (ексцедента збитку, ексцедента збитковості).

Страхування в рамках базисних поставок. Міжнародні правила “Інкотермс”. Страхування збитків, видатків і внесків від загальної аварії. Зменшення ймовірних збитків при укладенні експортно-імпоротної угоди.

Принципи страхування експортних кредитів. Ризик неплатежу іноземного партнера та основні функції страхування експортних кредитів. Страхування делькредере. Страхування вексельних кредитів. Страхування комерційних кредитів. Поліси кредитного страхування у міжнародній практиці. Варіанти страхування експортерів. Умови настання несправності /неплатоспроможності та страхового випадку у міжнародній практиці.

Страхування банківських кредитів. Оцінка передумов для укладення договору: правило «5C», рейтингова оцінка, метод кредитного скоринга Дюрана, система CAMPARI.

Об’єкт та види збитків при страхуванні відповідальності. Особливості страхування відповідальності. Страхування автогромадянської відповідальності. Система «зеленої карти». Страхування відповідальності судновласників. Страхування відповідальності авіаперевізників. Страхування відповідальності автоперевізника. Страхування відповідальності товаровиробника.

Страхування відповідальності підприємств. Страхування екологічної відповідальності. Екологічні ризики. Види страхування, пов’язані з будівництвом, спорудженням об’єктів закордоном. Страхування будівельного підприємця від всіх ризиків – страхування CAR. Страхування будівельно-монтажних ризиків – страхування EAR.

Особливості та види особистого страхування. Особисте страхування туристів. Комплексне страхування громадян, що виїжджають закордон. Страхування відповідальності туристичних організацій. Умови страхування за системою «Асістанс».

Дисципліна 6. Ціноутворення на світових товарних ринках

Економічні закони розвитку світового господарства і ціноутворення на світовому товарному ринку. Ціноутворюючі фактори світового ринку: загальноекономічні, економічні, специфічні, спеціальні, неекономічні.

Основні теорії ціноутворення. Теорія трудової вартості, теорія витрат виробництва, теорія граничної корисності, неокласична теорія. Вплив попиту та пропозиції на формування ринкових цін. Еластичність попиту та її чинники. Еластичність пропозиції. Формування цін залежно від типу ринку. Політика ціноутворення на ринку досконалої конкуренції. Особливості встановлення світових цін на ринку монополістичної конкуренції. Ціноутворення на ринку олігополії. Формування цін в умовах монополії.

Інтернаціональна собівартість і світова ціна на товар. Склад і структура ціни. Ціни світового та внутрішнього ринків. Експортні і імпорتنі ціни. Індикативні ціни. Види публічних цін: довідкові ціни, біржові котирування, ціни аукціонів, ціни пропозицій великих фірм, статистичні зовнішньоторговельні ціни. Стартові та лімітні ціни. Сезонні ціни Розрахункові ціни. Контрактні ціни та їх види. Тверда ціна. Рухлива ціна. Ковзаюча ціна. Базисні умови фактурної ціни. Трансферні ціни. Знижки та їх види.

Вплив Міжнародних правил Інкотермс 2010 (Incoterms 2010) на ціноутворення на світових товарних ринках.

Особливості ціноутворення на товарних біржах. Концепція ціноутворення на ф'ючерсних ринках. Фундаментальний аналіз біржових цін. Технічний аналіз. Біржові спекуляції. Хеджування цінових та курсових ризиків.

Методи міжнародного ціноутворення. Класифікація методів міжнародного ціноутворення: витратні методи, ринкові методи, параметричні методи. Вплив митних процедур на формування ціни.

Класифікація цінових стратегій на світових товарних ринках. Цінове сегментування ринку. Цінові ризики. Методи оцінки цінових ризиків (розрахунково-аналітичні; математико-статистичний; аналогій; експертних оцінок). Управління ціновими ризиками на світових товарних ринках.

Регулювання цін на світових товарних ринках. Тарифні методи регулювання. Нетарифна методи регулювання. Кількісне обмеження (квотування, ліцензування). Фінансові методи торгівельної політики. Некономічні методи регулювання.

Особливості ціноутворення та регулювання цін на світових ринках окремих товарів. Особливості ціноутворення в Інтернет. Методи ціноутворення в Інтернет. Україна на світових товарних ринках. Фактори, що впливають на конкурентоздатність країни. Взаємозв'язок цін світового та внутрішнього ринку.

Дисципліна 7. Розрахунки та платежі в міжнародному бізнесі

Поняття та види міжнародних розрахунків. Принципи організації міжнародних розрахункових операцій. Форми міжнародних розрахунків: авансовий платіж, відкритий рахунок, інкасо, акредитив, компенсаційна торгівля. Способи оплати. Платіжні інструменти.

Контракт купівлі-продажу: поняття, умови. Структура договору міжнародної купівлі-продажу товарів, зміст його статей. Валютно-фінансові умови міжнародних контрактів: валюта ціни, валюта платежу, перерахунок валют. Вибір валюти в залежності від її стійкості. Правові джерела міжнародних розрахунків: міжнародні конвенції, угоди, національне законодавство, уніфіковані правила та звичаї. Основні вимоги національного законодавства України щодо організації міжнародних розрахунків.

Роль банків і банківських валютних рахунків у міжнародному бізнесі. Поняття та призначення валютних рахунків. Види банківських валютних рахунків. Порядок відкриття та використання поточних валютних рахунків в установах банків. Види операцій за поточними валютними рахунками.

Правила ІНКОТЕРМС та базові умови постачання. Обов'язки продавця і покупця. Особливості чотирьох груп термінів ІНКОТЕРМС-2010.

Види документів, які використовуються у міжнародному бізнесі. Комерційні документи. Транспортні документи. Страхові документи. Фінансові документи: вексель, чек, боргова розписка. Поняття і необхідність акцепту. Види і функції індосаменту. Чек, його природа і обіг. Види і функції чека.

Поняття способу платежу. Види та порівняльна характеристика способів платежу. Платежі через міжбанківські системи телекомунікацій. Види міжбанківських систем телекомунікацій. Співтовариство всесвітніх міжбанківських телекомунікацій – S.W.I.F.T.

Поняття та учасники документарного інкасо. Види документарного інкасо. Інкасо "документи проти платежу" і "документи проти акцепту". Основні складові операції з розрахунків документарним інкасо. Витрати по інкасовій операції. Уніфіковані правила для документарних інкасо. Співставлення чистого і документарного інкасо.

Поняття та учасники документарного акредитиву. Види та конструкції документарного акредитиву. Основні складові операції з розрахунків документарним акредитивом. Переваги та недоліки використання документарного акредитива у міжнародному бізнесі.

Роль кредиту при здійсненні міжнародних розрахунків, його види та зв'язок з умовами платежу. Види банківського кредиту та організація кредитування розрахунків за імпортом. Види банківського кредиту та організація кредитування розрахунків при експорті.

Банківські гарантії та особливості їх використання у міжнародному бізнесі. Типи та види банківських гарантії. Загальні принципи та правове забезпечення банківських гарантії.

Поняття та призначення валютного ринку. Види валютних ринків. Види операцій банку на валютних ринках. Інформаційне забезпечення операцій на валютних ринках. Особливості організації валютних ринків в Україні. Регулювання валютного ринку в Україні.

Котирування валют. Курси покупця і продавця. Крос-курси та їх розрахунки. Валютна позиція банку та принципи її регулювання.

ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ:

1. Сутність та форми міжнародного бізнесу
2. Епохи розвитку МБ. Епоха глобалізації, її причини
3. Правове середовище МБ, його національні відмінності. Види правових систем
4. Регуляція внутрішнього ринку і міжнародних операцій. Закони проти МНК. Вирішення суперечок в міжнародному бізнесі
5. Технологічне середовище міжнародного бізнесу та міжнародні форми торгівлі технологіями.
6. Політичне середовище МБ і політичні ризики. Їх страхування.
7. Характеристики культури. Елементи культури
8. Методи класифікації культур Контекстуальний підхід Холу Принцип культурних груп
9. Міжнародний менеджмент і культурні відмінності Культурні чинники Хофстеде
10. Теорії торгівлі Меркантилізм Теорія абсолютних переваг Теорія порівняльних переваг Теорія співвідношення чинників виробництва
11. Сучасні теорії торгівлі, засновані на характеристиках компаній Теорія подібності країн Теорія життєвого циклу продукту Теорія глобальної стратегічної конкуренції Теорія конкурентних переваг країн
12. Галузеві інтереси та основні принципи в національній торгівельній політиці
13. Митні тарифи Нетарифні обмеження міжнародної торгівлі
14. Урядове сприяння міжнародній торгівлі Заборона недобросовісної торгівельної практики Суть та форми партнерства держави і МБ
15. Генеральна угода про тарифи і торгівлю, її роль Світова організація торгівлі, її роль
16. Регіональна економічна інтеграція і її форми Європейський Союз НАФТА
17. Сучасна валютна система Попит і пропозиція іноземної валюти Структура валютного ринку
18. Міжнародний ринок капіталу. Суть і типи міжнародних інвестицій
19. Теорії міжнародних інвестицій. Теорія конкурентних переваг власності .Теорія інтерналізації. Еклектична теорія Данінга
20. Чинники впливу на прямі іноземні інвестиції Чинники пропозиції Чинники попиту Політичні чинники
21. Завдання міжнародного стратегічного менеджменту. Матриця стратегічних альтернатив, їх прийнятність
22. Елементи міжнародної стратегії. Виключна компетенція. Сфера діяльності компанії. Використання ресурсів і синергія
23. Етапи формування міжнародних стратегій. Дослідження середовища ведення бізнесу та SWOT-аналіз. Ланцюжок створення цінності Портера

24. Загальна схема управління діяльністю компанії
25. Експорт товарів і послуг. Форми експорту. Фактори експорту, експортні посередники
26. Міжнародне ліцензування: основні питання, переваги і недоліки.
27. Міжнародний франчайзинг: основні питання, переваги і недоліки.
28. Спеціалізовані способи проникнення в міжнародному бізнесі
29. Прямі іноземні інвестиції як спосіб проникнення
30. Оцінка витрат, доходів, ризиків при виборі способу проникнення
31. Переваги стратегічних альянсів. Типи стратегічних союзів.
32. Організація діяльності стратегічних альянсів. Вибір партнерів і форми власності. Складнощі функціонування стратегічних альянсів
33. Сутність міжнародної організаційної структури. Централізація і децентралізація. Координація в глобальній організаційній структурі
34. Міжнародне управління маркетингом і бізнес-стратегії
35. Маркетинг-мікс: Стандартизація або адаптація маркетингу
36. Продуктова політика: Стандартизація або адаптація товарів
37. Цінова політика, стандартна і дворівнева. Ринкове ціноутворення
38. Просування товару. Реклама. Особисті продажі
39. Стимулювання збуту та паблік рілейшнз
40. Міжнародна дистрибуція. Канали розподілу
41. Природа міжнародного операційного менеджменту. Стратегічний контекст та складнощі
42. Виробничий менеджмент. Управління ланцюжком поставок. Вертикальна інтеграція.
43. Рішення про розміщення. Міжнародна логістика та управління матеріалами
44. Характеристики міжнародних послуг. Роль держави в міжнародній торгівлі послугами. Організаційний менеджмент послуг
45. Управління ефективністю та якістю МНК.
46. Загальні (основні) і специфічні (конкретні) функції управління міжнародною маркетинговою діяльністю.
47. Основні стратегічні рішення в міжнародному маркетингу.
48. Глобалізація світової економіки та еволюція основних стратегій міжнародного маркетингу.
49. Суб'єкти міжнародного маркетингу.
50. Фактори міжнародного маркетингового середовища і основні тенденції їхнього розвитку.
51. Міжнародна культурне середовище і крос-культурний аналіз у міжнародному маркетингу.
52. Інформаційне середовище міжнародного маркетингу.
53. Основні види інформаційних мереж, що використовуються в міжнародному маркетингу.
54. Світовий ринок і ринкова кон'юнктура в системі міжнародних маркетингових досліджень.
55. Основні методи досліджень світового ринку.
56. Поняття, види і критерії міжнародної сегментації.
57. Основні стратегії пошуку і вибору цільових ринків за кордоном.
58. Стратегії проникнення на зовнішні ринки.
59. Стратегії виходу з закордонного ринку і дивестицій.
60. Основні складові міжнародної конкурентоспроможності товару.
61. Міжнародні та національні системи стандартів якості товарів.
62. Продуктивність, витрати і цінова складова міжнародної конкурентоспроможності.
63. Бізнес-культура як складова міжнародної конкурентоспроможності компанії.
64. Конкурентні позиції країни як фактор міжнародної конкурентоспроможності компанії і її товарів.

65. Оптимізація товарного асортименту фірми у міжнародному маркетингу.
66. Цінова і нецінова конкуренція в міжнародному маркетингу, основні цінові стратегії у міжнародному маркетингу.
67. Основні форми міжнародної збутової діяльності, критерії вибору форми збуту на зарубіжних ринках.
68. Управління міжнародної логістикою.
69. Засоби міжнародної реклами та особливості міжнародних рекламних кампаній.
70. Паблік рілейшнз у міжнародному маркетингу.
71. Основні засоби стимулювання міжнародного збуту.
72. Сервісна політика і технічне обслуговування на світовому ринку.
73. Міжнародні ярмарки, виставки та салони як засоби стимулювання міжнародного збуту.
74. Планування міжнародної маркетингової діяльності.
75. Основні види планів міжнародного маркетингу та організація міжнародної маркетингової діяльності.
76. Основні типи організаційних структур міжнародного маркетингу.
77. Сутність та форми зовнішньоекономічної діяльності.
78. Сутність і методи державного управління зовнішньоекономічною діяльністю.
79. Система управління ЗЕД на підприємствах. Організаційні форми управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах.
80. Сутність і мета договірних відносин між підприємствами на зовнішньому ринку.
81. Валютні ризики, умови їх виникнення. Можливості запобігання та страхування валютних ризиків.
82. Поняття та зміст торгово-посередницьких операцій.
83. Методи розрахунків з посередником при ЗЕД.
84. Проблеми захисту інтелектуальної власності.
85. Міжнародний інжиніринг
86. Умови та порядок створення підприємств з іноземними інвестиціями.
87. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності, її сутність, теоретичні аспекти визначення.
88. Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
89. Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства на зовнішніх ринках.
90. Сутність та класифікація ризиків в ЗЕД. Методи управління ризиками.
91. Сутність та функції страхування. Визначення основних термінів страхування в МБ.
92. Сучасний стан ринку страхових послуг та його структура. Міжнародні системи страхування.
93. Сутність та передумови перестрахування. Види перестраховальних операцій.
94. Принципи страхування експортних кредитів.
95. Страхування комерційних та банківських кредитів.
96. Поліси кредитного страхування у міжнародній практиці
97. Оцінка передумов для укладення договору: правило «5С», рейтингова оцінка, метод кредитного скоринга Дюрана, система CAMPARI.
98. Особливості страхування відповідальності.
99. Страхування автогромадянської відповідальності. Система «зеленої карти».
100. Страхування відповідальності судновласників.
101. Страхування відповідальності авіаперевізників.
102. Страхування відповідальності автоперевізника.
103. Особливості та види особистого страхування.
104. Особисте страхування туристів.
105. Ціноутворюючі фактори світового ринку: загальноекономічні, економічні, специфічні, спеціальні, неекономічні.
106. Основні теорії ціноутворення.

107. Вплив попиту та пропозиції на формування ринкових цін.
108. Вплив еластичності попиту та пропозиції на формування цін
109. Політика ціноутворення на ринку досконалої конкуренції.
110. Особливості встановлення світових цін на ринках недосконалої конкуренції
111. Інтернаціональна собівартість і світова ціна на товар.
112. Склад і структура ціни.
113. Види цін на світових товарних ринках
114. Трансферні ціни у міжнародному бізнесі.
115. Вплив Міжнародних правил Інкотермс 2010 на ціноутворення на світових товарних ринках.
116. Особливості ціноутворення на товарних біржах.
117. Концепція ціноутворення на ф'ючерсних ринках.
118. Фундаментальний та технічний аналіз біржових цін.
119. Методи міжнародного ціноутворення.
120. Вплив митних процедур на формування ціни.
121. Класифікація цінових стратегій на світових товарних ринках.
122. Цінове сегментування ринку.
123. Методи оцінки цінових ризиків (розрахунково-аналітичні; математико-статистичний; аналогій; експертних оцінок).
124. Управління ціновими ризиками на світових товарних ринках.
125. Формування ціни бренду. Мультикритеріальні методи формування ціни бренду.
126. Платежі та розрахунки в міжнародному бізнесі: суть, суб'єкти, особливості.
127. Чеки: характеристика та механізм розрахунку.
128. Гарантія авансового платежу: характеристика та особливості.
129. Етапи розвитку міжнародної торгівлі.
130. Форфейтинг: особливості і вимоги.
131. Інкасо: характеристика, механізм розрахунку, переваги та недоліки для експортера та імпортера.
132. Відкличні та безвідкличні акредитиви.
133. Платіжна гарантія на випадок несплати: характеристика та особливості.
134. Причини виникнення кореспондентських міжбанківських відносин. Критерії вибору банку-кореспондента.
135. Роль валют та їх аналогів у міжнародних розрахунках.
136. Банківський ризик у міжнародних розрахунках, способи усунення та мінімізації.
137. Охарактеризуйте коротко роль банків у міжнародних розрахунках, залежно від виду розрахунку (від мінімальної до максимальної участі).
138. Банківські гарантії: характеристика та особливості.
139. Коносамент: суть, функції, види.
140. Основні види ризиків у міжнародних розрахунках.
141. Валютний ризик у міжнародних розрахунках, способи усунення та мінімізації.
142. Роль посередників у міжнародній торгівлі.
143. Акредитиви: характеристика, механізм розрахунку, переваги та недоліки для експортера та імпортера.
144. Переказні та непереказні акредитиви. Сфера застосування.
145. Гарантія виконання: характеристика та особливості.
146. Види кореспондентських рахунків.
147. Платежі та розрахунки в різних видах міжнародної торгівлі.
148. Використання пластикових карток у міжнародних розрахунках.
149. Використання інтернет-платежів у міжнародних розрахунках.
150. Форми міжнародного кредиту.
151. Комерційний та банківський кредит.
152. Вартість міжнародного кредиту.

153. Кредитні угоди.
154. Нетрадиційні форми фінансування зовнішньоекономічних операцій.
155. Суть міжнародного клірингу, факторингу, форфейтингу.
156. Види міжнародного лізингу. Схема проведення цих операцій, сфери застосування.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Господарський кодекс України. URL: www.rada.gov.ua
2. Експортна стратегія України: Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017 – 2021. URL: <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e6ab10fa-0ad9-4fe4-b8be-32f570693b64&title=EksportnaStrategiiaUkraini-DorozhniaKartaStrategichnogoRozvitkuTorgivli2017-2021>.
3. Закон України «Про порядок розрахунків у іноземній валюті» від 23 вересня 1994 р. № 185/94-ВР (зі змінами і доповненнями)
4. Закон України «Про ціни та ціноутворення». Редакція від 24.06.2015 URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>
5. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» Редакція від 03.01.2017. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
6. Митний кодекс України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
7. Податковий кодекс України. URL: www.rada.gov.ua
8. Положення про порядок виконання банками документів на переказ, примусове списання і арешт коштів в іноземних валютах та банківських металів(затверджене постановою Правління Національного банку України від 28.07.2008 № 216 та зареєстроване в Міністерстві юстиції України 01.10.2008 за № 910/15601).
9. Положення про порядок здійснення банками операцій за гарантіями в національній та іноземних валютах(затверджене постановою правління національного банку України від 15.12.2004 р. № 639 та зареєстроване в Міністерстві юстиції України 13.01.2005 р. за № 41/10321).
10. Положення про порядок здійснення операцій з чеками в іноземній валюті на території України(затверджене постановою Правління Національного банку України від 29.12. 2000 № 520 і зареєстроване в Міністерстві юстиції України 21.02. 2001 за № 152/5343).
11. Багиев Г. Л. Международный маркетинг / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, С. В. Никифорова. – СПб. : Питер, 2009. – 512 с.
12. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ.- К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2011. – 856с.
13. Голиков А.П. Вступ до спеціальності «Міжнародні економічні відносини» -навч. посібник /А.П. Голиков, Н.А. Казакова. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. – 116 с.
14. Голиков А.П., Григорова Л.И. Международная торговля (структура, география, тенденции). Учебное пособие.- Харьков: ХНУ, 2003. – 172 с.
15. .Голиков А.П. Економіко-математичне моделювання світо господарських процесів: Навч. посіб. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Знання, 2009. –222 с.
16. Григорова-Беренда Л. І. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : навчальний посібник / Л. І. Григорова-Беренда, М. В. Шуба. – Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2016. – 136 с. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/12492>)
17. Гофман Н. Ф. Основы внешнеэкономической деятельности / Н. Ф. Гофман. – М. : Санкт-Петербург, 2001. – 201 с.
18. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес. / Пер. с англ. – Х.: Питер, 2006. – 1088 стр.
19. Дэниэлс Дж.Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: Внешняя среда и деловые операции: Пер. с англ. – 6-е изд. – М.: Дело Лтд, 1994. – 784с.

20. Задоя А.О., Венгер С.А. Трансфертне ціноутворення у міжнародному бізнесі //Академічний огляд. 2011. № 2 (35) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/ao/2011_2/23.pdf
21. Зовнішньоекономічна діяльність : підручник / В. О. Новак, Т. Л. Мос-тенська, Г. С. Гуріна та ін. – К. : Кондор, 2012. – 552 с.
22. Карпова С. В. Международный маркетинг для студентов вузов: учебник / С. В. Карпова. – М. : Феникс, 2010. – 192 с.
23. Копилюк О.І. Банківські операції: навчальний посібник/ О. І. Копилюк, О. М. Музичка. - 2-ге вид. перероб. і доп.. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 536 с.
24. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник – К.: «Центр учбової літератури», 2012. – 480 с.
25. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: [навч. посібник] / [А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Ю.О. Олейніков та ін.] ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. — К.: КНТЕУ, 2012. — 823 с.
26. Міжнародний бізнес : підручник. 2 видання.-К.: ВПЦ «Київський університет», 2009. – 623 с.
27. Міжнародний бізнес : підручник./ за ред. проф. В. А. Вергуна. – К.: ВАДЕКС, 2014. – 810 с.
28. Міжнародні комерційні угоди та розрахунки: нормативно-правове регламентування: Навчальний посібник/ За ред. Козака Ю.Г., Логвінової Н.С.. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 648 с
29. Міжнародний менеджмент : навч. посібн. / П. І. Юхименко, Л. П. Гацька, М. В. Півторак та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 488 с. .
30. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент. Навчально-методичний посібник. К.2014.
31. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент. Навчально-методичний посібник. К.2014.
32. Пивоваров С., Тарасевич Л., Максимцев И. Международный менеджмент: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2013. – 720 стр.
33. Правила здійснення переказів іноземної валюти за дорученням та на користь фізичних осіб, затверджені Постановою Правління НБУ від 29.12.2007 р. № 496.
34. Реутов В. Е. Международная инвестиционная деятельность : учебн. пособ. / В. Е. Реутов, А. С. Горда. – Симферополь : Феникс, 2008. – 335 с.
35. Рубан В. В. Усовершенствование процесса мониторинга внутренней и внешней среды отечественных машиностроительных предприятий / В. В. Рубан, Ж. С. Лутицкая // Бизнес Информ. – 2011. – № 4. – С. 43–46.
36. Уніфіковані правила та звичаї для документарних акредитивів. – Редакція 2007 р., публікація Міжнародної Торговельної палати № 600.
37. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини. Історія: Підручник. – К.: Либідь, 2016.
38. Ціноутворення [Текст] : навч. посіб. / А. О. Аветисова, О.О. Бакунов, Н.С. Палій, А.А. Фендрікова; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф.економіки і упр. інновац. діяльністю. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. - 193с.
39. Шуба Е.А. Международные финансы. Учебное пособие. – Харьков: ХНУ. 2008. – 226 с.
40. Юхименко Г. І. Міжнародний менеджмент: навч. посіб./ Г. І. Юхименко, Л. П. Гацька, М. В. Півтора. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.