

Назва. Міжнародні стратегії

Тип. Базова.

Рік навчання. 2019–2020.

Семестр. I.

Кількість кредитів ЄКТС. 5.

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада Отенко І. П., д.е.н., професор

Результати навчання.

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен:

Знати:

- стратегії бізнесу та концептуальні питання їх розробки;
- принципи і особливості стратегічного розвитку бізнесу;
- основні форми і способи інтернаціоналізації бізнесу в умовах глобалізації;
- основні стратегії міжнародного розвитку компанії;
- основні стратегії виходу і закріплення компаній і фірм на зарубіжних ринках;
- методи оцінки і вибору прийнятної міжнародної стратегії.

Вміти:

- приймати раціональні управлінські рішення щодо розробки міжнародних конкурентних стратегій;
- забезпечувати ефективне функціонування транснаціональних компаній.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Менеджмент», «Маркетинг», «Світова економіка та міжнародні економічні відносини», «Стратегічне управління», «Міжнародна інформація», «Міжнародний маркетинг», «Міжнародні організації».

Зміст.

Сутність і характерні риси міжнародних стратегій. Діагностика зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства (фірми) в міжнародному бізнесі. Стратегічне планування в міжнародній фірмі: формування та реалізація міжнародних стратегій. Альтернативність у стратегічному виборі. Загальні положення формування стратегій. Стратегії міжнародного бізнесу та розвитку компаній. Транснаціоналізація світової економіки й формування глобальних стратегій.

Рекомендовані джерела.

1. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес, 4-е изд./Пер. с англ. Под ред. А.Г. Медведева.-СПб.: Питер, 2006.
2. Мировая экономика и международный бизнес: учебник.-2-е издание /под общ. ред. В.В. Полякова и Р.К. Щенина. М.: КНОРУС, 2003. – 656 с.
3. Вилков Н.О., Вилков И.Н. Стратегии менеджмента: Учебное

посobie по

4. магістерської программе «Міжнародний бізнес» напрямлення «Менеджмент». Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2007. - 242 с

5. Черкашов Е.М. Міжнародний бізнес: Учебное пособие. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2007. 496 с

6. Черкашов Е.М. Міжнародний бізнес: Практикум. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2007. 168 с.

7. Портер М. Міжнародна конкуренція : Пер . с англ. Под ред. И с предисловием В.Д. Щетинина . - М.: Міжнародные отношения, 1993.- 896 с.

8. Ерохин В. Л. Міжнародное підприємательство: учеб. пособие /В.Л.

9. Акулич М.В. Некоторые глобальные стратегии міжнародного бізнеса и міжнародного маркетинга //Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - №1.

10. Организация Объединенных Наций(ООН)- United Nations(UN). - Режим доступу: <http://www.un.org/>

11. Организация Объединенных Наций по промышленному развитию(ЮНИДО) - Industrial Development Organization(UNIDO) - Режим доступу: <http://www.unido.org/>

12. Конференция ООН по торговле и развитию(ЮНКТАД)- United Nations Conference on Trade and Development(UNCTAD). - Режим доступу: <http://www.unctad.org/>

13. Міжнародний валютний фонд (МВФ) - International Monetary Fund –IMF. - Режим доступу: <http://www.imf.org>

14. Всемирный экономический форум - World Economic Forum. - Режим доступу: <http://www.weforum.org>

15. Информационная система ЕС – European Community Information Service Режим доступу:[http:// www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)

Методи навчання.

Лекції та практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання:

– поточний контроль (доповіді, експрес-опитування, економічні диктанти, поточний та підсумковий тестовий контроль, стереотипні, діагностичні та евристичні завдання, підготовка есе, презентацій, навчальні ігри, підсумковий колоквиум);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання. Українська.