

**МІЖНАРОДНІ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Спеціальність	073 Менеджмент
Освітня програма	073.100 «Міжнародний менеджмент»
Освітній рівень	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Базова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Лабораторні – 0 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Іспит
Кафедра	Кафедра міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, м. Харків, пр. Науки, 9-а, к. 201, +38(057)702-18-32, http://mev.hneu.edu.ua/international-economics-and-management/
Викладач (-і)	Шталь Тетяна Валеріївна, професор кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, професор
Контактна інформація викладача (-ів)	shtaltv@gmail.com +380503038738
Дні занять	
Консультації	Консультації (дистанційно) за домовленістю з ініціативи здобувачів; листування за допомогою електронної пошти shtaltv@gmail.com (у форматі 24/7 кожного дня); аудіоспілкування або повідомлення у сервісах Viber, Telegram (за графіком консультацій викладача).

Мета навчальної дисципліни: формування комплексу знань про особливості формування та реалізації стратегій бізнесу в міжнародному середовищі.

Передумови для навчання

Перелік попередньо прослуханих дисциплін / Знання, вміння, навички, якими повинен володіти здобувач, щоб приступити до вивчення дисципліни

Попередні дисципліни	Знання, вміння, навички, якими повинен володіти здобувач, щоб приступити до вивчення дисципліни
Менеджмент організацій Управління розвитком Міжнародний маркетинг Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності Міжнародний трансфер технологій	Знання та розуміння предметної області професійної діяльності. Здатність використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність. Уміння приймати оптимальні управлінські рішення щодо розробки та реалізації міжнародних бізнес-стратегій підприємства. Навички забезпечувати ефективне функціонування компаній на міжнародному ринку

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Інституційний базис формування міжнародних бізнес-стратегій підприємства

Тема 1. Сутність і характерні риси міжнародної стратегії підприємства

1.1. Сутність та характерні риси міжнародної стратегії підприємства.

1.2. Еволюція концепції міжнародної стратегії підприємства.

1.3. Місія, генеральна мета та вибір цілей підприємства в умовах глобального економічного простору.



Тема 2. Діагностика зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства (фірми) в міжнародному бізнесі

- 2.1. Передумови, мотиви та особливості побудови МБСП.
- 2.2. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища корпорації.
- 2.3. Аналіз середовища безпосереднього впливу на бізнес-одиницю.
- 2.4. Методи стратегічного аналізу середовища бізнес-одиниці.
- 2.5. Аналіз стратегічного потенціалу компанії.

Тема 3. Конкурентне оточення бізнес-одиниці на міжнародному ринку та прогнозування його змін

- 3.1. Структурний аналіз конкурентного оточення підприємства (фірми).
- 3.2. Аналіз витрат конкурентів.
- 3.3. Стратегічний груповий аналіз.

Тема 4. Альтернативність у стратегічному виборі

- 4.1. Вибір варіанта стратегії на зовнішньому ринку.
- 4.2. Чинники вибору стратегій підприємства на міжнародному ринку.
- 4.3. Оцінка стратегії підприємства.
- 4.4. Методичне забезпечення оцінки стратегії підприємства на зовнішніх ринках.

Змістовий модуль 2. Типізація міжнародних бізнес-стратегій підприємства

Тема 5. Загальні положення формування стратегій корпорації

- 5.1. Поняття та зміст корпоративної стратегії.
- 5.2. Класифікація стратегій міжнародних корпорацій та підходи до їх розробки.

Тема 6. Види міжнародних стратегій бізнесу та розвитку компаній

- 6.1. Види міжнародних стратегій та чинники їх вибору.
- 6.2. Сутність бізнес-стратегії та основні її компоненти.
- 6.3. Види конкурентних стратегій.
- 6.4. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства.
- 6.5. Стратегії зниження собівартості продукції.
- 6.6. Стратегії міжнародного бізнесу та фінансове планування.

Тема 7. Функціональні та цінові стратегії в міжнародному бізнесі

- 7.1. Сутність функціональної стратегії підприємства.
- 7.2. Види функціональної стратегії.
- 7.3. Об'єктивна необхідність та процедура розробки цінової стратегії в умовах виходу на зовнішній ринок.
- 7.4. Види цінових стратегій.

Тема 8. Стратегії диверсифікації та диференціації

- 8.1. Поняття стратегії диверсифікації.
- 8.2. Різновиди стратегії диверсифікації.
- 8.3. Особливості стратегії диференціації.
- 8.4. Основні підходи та вимоги до розробки стратегії диференціації.

Тема 9. Транснаціоналізація світової економіки й формування глобальних стратегій

- 9.1. Транснаціональні корпорації – суб'єкти міжнародних економічних відносин.
- 9.2. Основні способи формування міжнародних бізнес-стратегій підприємства в залежності від ступеню інтернаціоналізації діяльності фірми.
- 9.3. Основні етапи формування глобальної стратегії.

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни
(за необхідності)

Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система) <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=3631>
Розміщено робоча програма, лекційні матеріали, методичне забезпечення з практичних занять, тестові завдання, завдання для самостійної роботи студентів, колоквиумів, завдання поточних контрольних робіт

Рекомендовані джерела

Основні

1. Лисиця Н.М., Полякова Я.О., Базалієва Л.В., Піддубна Л.І. Міжнародний бізнес: теорія і практика [Текст] : монографія. – Х. : ХНЕУ, 2008. – 139 с.



2. Піддубний І.О., Астахова І.Е., Бондаренко Л.М., Лисиця Н.М., Піддубна А.І., Резнікова Т.О., Стахорська С.І. Міжнародний менеджмент: навч. посіб. / за ред. І.О. Піддубного; Харківський національний економічний університет. – [2-е вид., стереотип.]. – Х. : ІНЖЕК, 2006. – 250 с.
3. Кузнецов Б. Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б. Т. Кузнецов. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 624с.

Додаткові

4. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес, 4-е изд./Пер. с англ. Под ред. А.Г. Медведева. - СПб.: Питер, 2006.
5. Международный менеджмент. Учебник для вузов / Под ред. С.Э. Пивоварова, Д.И. Баркана, Л.С. Тарасевича, А.И. Майзеля. - СПб: Издательство «Питер», 2000.- 624 с.
6. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях / Под ред. В.М. Попова. М.: Финансы и статистика, 2001.
7. Мировая экономика и международный бизнес: учебник. - 2-е издание / под общ. ред. В.В. Полякова и Р.К. Щенина. - М.: КНОРУС, 2003. - 656с.
8. Вилков Н.О., Вилков И.Н. Стратегии менеджмента: Учебное пособие по магистерской программе «Международный бизнес» направления «Менеджмент». - Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2007. - 242 с.
9. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 415 с.
10. Черкашов Е.М. Международный бизнес: Учебное пособие. - Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2007. - 496 с.
11. Черкашов Е.М. Международный бизнес: Практикум. - Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2007. - 168 с.
12. Томпсон А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации. - М.: ИНФРА-М, 2001.
13. Ерохин В. Л. Международное предпринимательство: учеб. пособие / В.Л. Ерохин. - М.: Финансы и статистика; Ставрополь: АГРУС, 2008. - 392с.
14. Аакер Д.А. Брэнд-лидерство: новая концепция брэндинга / Дэвид Аакер, Э. Й. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2003. - 380 с.
15. Акулич М.В. Некоторые глобальные стратегии международного бизнеса и международного маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - №1.
16. Герчигова И.Н. Регулирование предпринимательской деятельности: государственное и межфирменное : учеб. пособие. - М.: Консалтбанкир, 2002.

Система оцінювання результатів навчання

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35. Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної «Відомості обліку успішності». Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Активна аудиторна робота студентів на лекційних заняттях	5
Активна робота студентів на практичних заняттях	5
Поточні тести	6
Індивідуальне завдання	20
Письмова контрольна робота	9
Колоквіуми	15
Екзамен	40
Максимальна кількість балів	100



Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця			
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

Політики навчальної дисципліни

Політика дотримання академічної доброчесності – кожен студент повинен дотримуватись академічної доброчесності.

Політика щодо пропусків занять – відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача.

Політика щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну – оцінювання завдань із закінченням строку здійснюється за принципом зниження максимального балу на 50% від максимально можливого за окремий вид навчальної роботи

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=3631>

Силабус затверджено на засіданні кафедри «___» _____ 2020 р. Протокол №___