

**Перелік питань до іспиту з обов'язкової дисципліни
«МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС»**

1. Поняття та характеристика міжнародного бізнесу.
2. Етапи розвитку міжнародного бізнесу.
3. Мотивація міжнародного бізнесу: розширення збуту, придбання ресурсів і диверсифікація джерел постачання і збуту.
4. Інтернаціоналізація, транснаціоналізація, глобалізація й інтеграція як фактори розвитку міжнародного бізнесу.
5. Умови конкуренції на світовому ринку.
6. Фінансова централізація, що посилюється.
7. Зовнішнє середовище міжнародного бізнесу.
8. Політико-правове середовище.
9. Класифікація рівнів економічного розвитку.
10. Теорія подібності країн.
11. Ключові економічні проблеми у промислово розвинених країнах і країнах, що розвиваються.
12. Види міжнародного бізнесу
13. Основні і забезпечувальні зовнішньоекономічні операції.
14. Купівля-продаж у зовнішній торгівлі: експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт.
15. Зустрічна торгівля: бартер, зустрічні закупки, операції з давальницькою сировиною, викуп застарілої продукції, офсетні угоди; угоди свитч.
16. Ліцензійні угоди.
17. Предмет ліцензійної угоди: патенти, ноу-хау, торгова марка, промисловий зразок.
18. Види ліцензій: проста, виняткова, повна.
19. Особливості міжнародного лізингу.
20. Виробнича кооперація.
21. Забезпечення зовнішньоекономічних операцій: страхування, кредитування, транспортне обслуговування, посередництво.
22. Страхування вантажів і транспортних засобів, майна і відповідальності в міжнародному бізнесі.
23. Форми і види транспортних операцій.
24. Суб'єкти міжнародного бізнесу.
25. Види міжнародних компаній.
26. Транснаціональні корпорації.
27. Порівняльна база типологій міжнародних компаній.
28. Типологія міжнародних компаній за М. Бруком: директивний тип, товарний тип, матричний тип, проектний тип, змішаний тип.
29. Глобалізація ринків та виробництва.
30. Міжнародна кооперація і спеціалізація.

31. Базові причини глобалізації бізнесу: використання ключової компетенції компанії, придбання ресурсів, пошук нових ринків збуту, необхідність конкурувати більш ефективно.
32. Транснаціональні корпорації: сутність, форми та особливості функціонування їх в міжнародному бізнесі.
33. Індекс транснаціоналізації та порядок його обрахунку.
34. Причини появи міжнародних компаній.
35. Відносини ТНК з країною перебування: переваги та недоліки.
36. Класифікація ТНК за ступенем інтернаціоналізації: інтернаціональні корпорації, багатонаціональні (мультинаціональні) корпорації (МНК), глобальні корпорації.
37. Класифікація ТНК в залежності від принципів взаємовідносин материнської компанії з дочірніми підприємствами: етноцентричний тип, поліцентричний тип, регіоцентричний, геоцентричний.
38. Макропіраміда – компанія з чітко вираженим стратегічним центром (ТНК).
39. Зонтик – організаційно-управлінська макроструктура ТНК з диференційованим підходом до закордонних цільових ринків.
40. Міжнародний конгломерат.
41. Причини інтернаціоналізації бізнесу.
42. Географічне положення компанії.
43. Географічні аспекти витрат виробництва.
44. Географічна нерівномірність технологічного розвитку.
45. Офшорний бізнес: сутність, види, причини.
46. Механізми деофшоризації безнесу.
47. Систематизація причин інтернаціоналізації бізнесу: ринки, технології, виробничі ресурси, конкуренція, фактор часу, швидкість реагування.
48. Моделі інтернаціоналізації бізнесу.
49. Маркетинговий комплекс міжнародного бізнесу.
50. Міжнародні маркетингові стратегії.
51. Етапи розробки міжнародної маркетингової діяльності й маркетингових стратегій компанії.
52. SWOT-аналіз у маркетинговій діяльності.
53. Конфронтаційні маркетингові стратегії.
54. Коопераційні маркетингові стратегії.
55. Інноваційні маркетингові стратегії.
56. Імітаційні маркетингові стратегії.
57. Глобальні маркетингові стратегії й глобальне забезпечення бізнесу. Організація міжнародного маркетингового комплексу.
58. Маркетинг-мікс.
59. Маркетингові концепція 4Р.
60. Брендинг-маркетинг.

61. Комунікативний міжнародний маркетинг.
62. Сутність і види міжнародних стратегічних альянсів.
63. Мотиви створення міжнародних стратегічних альянсів.
64. Міжнародні альянси й глобальна конкуренція.
65. Гібридна стратегія в діяльності учасників міжнародних стратегічних альянсів.
66. Стратегія глобального розміщення джерел постачання. Стратегія і тактика міжнародного виробництва.
67. Стратегія експорту для міжнародних стратегічних альянсів.
68. Комунікаційні мережі й комунікаційні стилі в управлінні.
69. Вербальна, невербальна й інформаційна комунікація в міжнародному бізнесі.
70. Комунікативна компетентність та комунікативні здібності менеджерів.
71. Прийняття рішень у сфері міжнародного бізнесу.
72. Моделі й процес прийняття рішень у сфері міжнародного бізнесу.
73. Управління конфліктами в сфері міжнародного бізнесу.
74. Типи і рівні конфліктів у сфері міжнародного бізнесу.
75. Структурні методи управління конфліктами на міжнародному рівні.
76. Характеристика транспортних інфраструктур.
77. Функції транспорту у сфері міжнародного бізнесу.
78. Класифікація окремих видів транспорту, їх особливості й роль у міжнародному русі товарів.
79. Роль експедиторських компаній у вирішенні проблем транспортування.
80. Змішані перевезення й розвиток міжнародних транспортних коридорів.
81. Глобальні логістичні системи та принципи їх побудови.
82. Міжнародне складське постачання в міжнародному бізнесі.
83. Інтегровані логістичні ланцюжки.
84. Сутність і види страхових послуг у сфері міжнародного бізнесу.
85. Об'єкти міжнародних страхових відносин у сфері міжнародного бізнесу.
86. Методи страхування міжнародного бізнесу.
87. Страхування зовнішньоторговельних операцій.
88. Страхування експортних кредитів. Страхування іноземних інвестицій.
89. Страхування екологічних ризиків.
90. Корпоративна культура та етика міжнародного бізнесу.
91. Характеристика основних елементів культури.
92. Типи культури корпорацій західних країн.
93. Етика та соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі.
94. Роль та значення ділового спілкування у міжнародному бізнесі.

95. Міжнародний менеджмент.
96. Завдання міжнародного стратегічного менеджменту.