

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**

Кафедра економічної кібернетики

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З
ДИСЦИПЛІНИ
«ЕКОНОМІКА ТА
ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО
БІЗНЕСУ»**

**Для студентів
спеціальності 051 «Економіка»
ОКР «Бакалавр»
всіх форм навчання**

Тернопіль 2022

Методичні вказівки для практичних занять з дисципліни «Економіка та організація міжнародного бізнесу» для студентів ОКР бакалавр спеціальності 051 «Економіка», укл. І.В. Бакушевич, І.О.Мартиняк, Тернопіль, 2022, 21 с.

Укладачі:

Бакушевич Іванна Всеволодівна, к.е.н., проф., професор кафедри економічної кібернетики ТНТУ імені І. Пулюя

Мартиняк Ірина Олександрівна, к.е.н., старший викладач кафедри економічної кібернетики ТНТУ імені І. Пулюя

Рецензенти:

Гарматій Наталія Михайлівна, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики ТНТУ імені І. Пулюя

Мельник Лілія Миколаївна, д.е.н., професор кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

Методичні вказівки розглянуті і затверджені на засіданні кафедри економічної кібернетики Протокол № __ від _____ р.

Схвалені засіданням методичної комісії факультету економіки та менеджменту Протокол № __ від _____ р.

ВСТУП

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування професійних компетенцій з економіки та організації міжнародного бізнесу на підприємстві; опанування відповідного інструментарію для інтернаціоналізації українського бізнесу та ефективного застосування сучасних методів і бізнес-моделей експортної діяльності в умовах становлення цифрової економіки.

Завдання курсу: вивчення форм організації міжнародного бізнесу та інструментів його регулювання; отримання знань і практичних вмінь розраховувати й аналізувати основні показники міжнародної торгівлі, набуття навичок документального оформлення торговельних угод, застосування онлайн інструментів для успішного виходу підприємства на зовнішні ринки.

Предмет вивчення — економічні передумови виходу підприємства на міжнародні ринки, експортні бізнес-моделі та методи організації міжнародної економічної діяльності з використанням можливостей Інтернет та обмежень сучасної глобальної економіки.

За результатами вивчення дисципліни студент повинен:

- визначати цілі та завдання організації міжнародних економічних відносин на підприємстві;
- застосовувати технології та програмні засоби організації міжнародного бізнесу ;
- використовувати методики стратегічного аналізу та мистецтва міжнародних комунікацій як базові компоненти економічної діяльності підприємства на зовнішніх ринках ;
- управляти економічною безпекою підприємства в умовах глобальної цифрової економіки;
- визначати економічну ефективність міжнародного бізнесу.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів **компетентностей**:

- загальних:

1. здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні та у світі;

2. здатність зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства;

3. здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;

4. здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

5. здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово;

6. здатність спілкуватися іноземною мовою;
7. навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;
8. здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
9. здатність до адаптації та дій в новій ситуації;
10. здатність бути критичним, самокритичним і приймати обґрунтовані рішення;
11. навички міжособистісної взаємодії;
12. здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

- спеціальних (фахових):

1. здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях;

2. здатність здійснювати професійну діяльність у відповідності з чинними нормативними та правовими актами;

3. здатність пояснювати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати;

4. розуміння особливостей сучасної світової та національної економіки, їх інституційної структури, обґрунтування напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави;

5. здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач;

6. здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.

7. здатність прогнозувати на основі стандартних теоретичних та економетричних моделей міжнародні соціально- економічні процеси;

8. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів;

9. здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей глобальних економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію;

10. здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

11. здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності на міжнародних ринках;

12. здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН КУРСУ

МОДУЛЬ 1. ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Тема 1.1 ЕКСПОРТНА ГОТОВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

- 1.1.1 Методи і форми стратегічного аналізу підприємства*
- 1.1.2 Критерії успішності експорту та типові помилки МСП*
- 1.1.3 Оцінка експортної готовності товару*
- 1.1.4 Оцінка експортної готовності компанії*

Тема 1.2 ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ ТА ПЛАН ВИХОДУ НА ЗАРУБІЖНІ РИНКИ

- 1.2.1 Види стратегій у міжнародному бізнесі*
- 1.2.2 Інструменти консультаційної підтримки експорту компанії*
- 1.2.3 Розробка експортного плану, варіанти структури експортного плану*

Тема 1.3 МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ

- 1.3.1 Основні етапи (кроки) в проведенні маркетингові дослідження для визначення цільових закордонних ринків*
- 1.3.2 Первинне й вторинне дослідження цільового ринку*
- 1.3.3 Сегментація ринку*

Тема 1.4 ЦІНОУТВОРЕННЯ, ЦІНА ТА УМОВИ ПРОДАЖУ ЗАКОРДОН

- 1.4.1 ціноутворення на закордонних ринках*
- 1.4.2 отримання цінової інформації*
- 1.4.3 Фактори ціноутворення (ABCD аналіз)*

Тема 1.5 МІЖНАРОДНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА БІЗНЕС-ЗАПИТИ У МІЖНАРОДНІЙ ПРАКТИЦІ

- 1.5.1 Міжнародні маркетингові контакти та комунікації в пошуку партнерів на зарубіжних ринках. Ефективна участь у виставках*
- 1.5.2 Типи та види бізнес-запитів*
- 1.5.3 Рахунок–проформа (proforma invoice) та рахунок-фактура (invoice), опис товару для іноземного покупця*
- 1.5.3 Іноземна мова як чинник успішного міжнародного спілкування*

Тема 1.6 МЕТОДИ ПЛАТЕЖУ ТА ФІНАНСУВАННЯ ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ

- 1.6.1 Типові методи та інструменти розрахунку*
- 1.6.2 Фактори (чинники) вибору методу платежу*
- 1.6.3 Оплата за відкритим рахунком*
- 1.6.4 Типова трансакція по акредитиву*
- 1.6.5 Проблеми з оплатою та методи подолання неплатежу*
- 1.6.6 Фактори, що впливають на умови та методи фінансування*

1.6.7 Робота з комерційними банками

1.6.8 Фінансові аспекти використання експортних посередників

ТЕМА 1.7 ПІДГОТОВКА ДО ЕКСПОРТУ, ПРОДАЖ ТА ПІСЛЯПРОДАЖНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

1.7.1 Кроки щодо підготовки товару до експорту

1.7.2 Брендінг, маркування та пакування товару

1.7.3 Критерії вибору міжнародного транспортного експедитора; інформаційний пакет для експедитора

1.7.4 Ключові фактори успіху експортних продаж (якість, ціна, сервіс). Сертифікація якості товару на міжнародних ринках

1.7.5 Післяпродажне обслуговування закордонних покупців

МОДУЛЬ 2. ЕКСПОРТНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ТА МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ОНЛАЙН

Тема 2.1 МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ

2.1.1 Експорт через посередників. Види торгових посередників

2.1.2 Пошук іноземного посередника та їх використання

2.1.3 Прямі продажі кінцевим споживачам

2.1.4 Комбіновані методи виходу на іноземний ринок

2.1.5 Інші методи та моделі виходу на іноземний ринок

2.1.6 Успішні кейси виходу на європейські та міжнародні ринки з досвіду українських компаній

2.1.7 Організація торгівлі напряму через торгові мережі

Тема 2.2 ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ УСПІШНОГО ПОШУКУ КОНТРАГЕНТІВ З КРАЇН ЄС

2.2.1 Складання корпоративного профілю компанії

2.2.2 Аудит онлайн-репутації компанії та її персоналу в інтернеті

2.2.3 Налагодження ділових зв'язків та особистих контактів із відомими гравцями на ринку

2.2.4 Пошук контрагентів з ЄС через галузеві асоціації

2.2.5 Оцінка та перевірка потенційних партнерів

Тема 2.3. ЕКСПОРТНИЙ КОНТРАКТ

2.3.1 Структура і зміст міжнародного комерційного контракту

2.3.2 Укладання контракту із закордонним партнером/ торговим представником, дистриб'ютором

2.3.3 Моделі контракту для іноземних партнерів

2.3.4 Умови виконання міжнародних комерційних контрактів
INCOTERMS

Процес виконання МКК

Місце виконання контракту

Вартість виконання контракту

Документарне забезпечення процесу виконання МКК

Тема 2.4 ВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ОНЛАЙН

2.4.1 Електронна комерція та спеціалізація сайтів

2.4.2 Електронні інструменти експорту та електронні комунікації малого бізнесу, онлайн реклама,

2.4.3 Розвиток ринку Інтернет – речей

2.4.4 Інструменти для оцінки готовності компанії працювати онлайн

Тема 2.5 ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТФОРМ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

2.5.1 Реєстрація в пошукових системах, вибір веб-хостингу

2.5.2 Інтернаціоналізація вмісту та просування веб-сайту

2.5.3 Робота з платформами електронної торгівлі

2.5.4 Робота з соціальними мережами

2.5.5 Виконання замовлень та післяпродажне обслуговування онлайн

Тема 2.6 БІЗНЕС- ЕТИКА, КУЛЬТУРА В МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СТОСУНКАХ

2.6.1 Творчий підхід до маркетингу і створення економіки вражень

2.6.2 Культурні фактори та ділові подорожі

2.6.3 Бізнес-етика в експортній діяльності

2.6.4 Деякі особливості європейського споживача

2.6.5 Базові міжнародні практики ведення бізнесу

2.6.6 Підбір персоналу та формування команди для експорту

Тема 2.7 МІЖНАРОДНІ ПРАКТИКИ ПОДОЛАННЯ БАР'ЄРІВ ДЛЯ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

2.7.1 Досвід сприяння експорту МСП у США, інших країнах світу

2.7.2 Отримання інформаційної підтримки та допомоги від інституцій України

2.7.3 Фінансова допомоги та фінансування від Європейських та міжнародних організацій

2.7.4 Електронні ресурси для експортерів

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Практичне завдання 1:

Міні кейс «Традиції з солодкою історією»

Wawel S.A. - шоколадна фабрика, заснована у 1910 році поблизу м.Краків (Польща). В 1998 році фірма вийшла на фондовий ринок Warsaw Stock Exchange (детальна інформація про фірму доступна за посиланням: <https://www.wawel.com.pl/en/>). В 2016-2017 рр. було реалізовано амбітний проект модернізації технологічного обладнання, вартістю 20 млн. Євро. В своїй діяльності компанія керується принципами якості та безпечності харчових продуктів, що підтверджується сертифікатами UTZ Certificate (premium chocolate bars), RSPO Certificate (Roundtable on Sustainable Palm Oil), IFS Food – International Food Standard, Kosher Certification, Halal Certification, Certified Quality Management System according to ISO 9001 standard, HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Point, BRC – British Retail Consortium.

Завдання:

1. На основі аналізу сертифікатів визначте, в які країни вже здійснюється експорт продукції.
2. Побудуйте матрицю продукт-ринок *Wawel S.A.* Які висновки можна зробити на основі її аналізу.
3. Уявіть, що Ви – менеджер ЗЕД польської фірми Вам доручено розробити план виходу на ринок України. Проведіть оцінку експортної готовності із використанням матриці SWOT-аналізу. Чи підходять наявні сертифікати якості для налагодження експорту в Україну?

Практичне завдання 2

Проаналізуйте інформацію, подану на рис. 1 та рис. 2. Дайте відповіді на запитання.

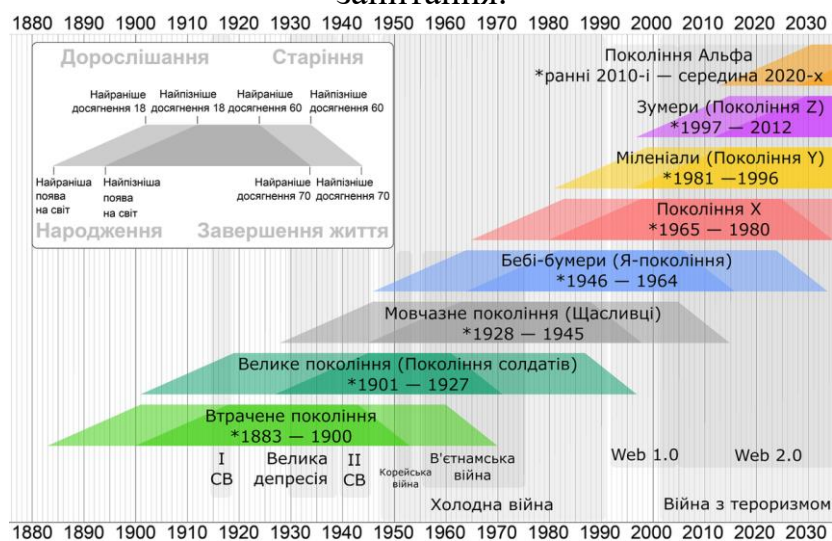


Рис. 1 Еволюція поколінь у США



Рис. 2 Характеристика поколінь

1. Поясніть як дана класифікація поколінь, які населяють країну впливає на базовий портрет споживача.
2. Чи відрізнятиметься базовий портрет споживача у США, Франції та Україні у 20-х роках 21ст.? Відповідь обґрунтуйте.
3. Як вплине на експортну стратегію фірми, яка продає цифрові гаджети рішення про розширення цільового ринку на сегмент покоління X?
4. Запропонуйте міжнародному оператору мобільного інтернету, який хоче розширити присутність на ринку України, ідею пакету послуг, спрямованих на Мовчазне покоління. Чи відрізнятиметься така послуга для покоління Бебі-бумерів?

Практичне завдання 3

Українська фірма «Мрійниця» - виробник косметичних засобів по догляду за шкірою планує вихід на зовнішні ринки.

Завдання:

1. Оберіть цільову країну для організації експорту продукції. Вибір обґрунтуйте.
2. Для країни, яка обрана цільовою для розвитку продажу проведіть сканування зовнішнього середовища за такою схемою:
 Соціальні фактори:
 4. Динаміка народжуваності
 5. Вікова структура населення (включно з розподілом по поколіннях)
 6. Статева структура населення
 7. Динаміка кількості домогосподарств
 8. Динаміка кількості студентів
 9. Розподіл міського та сільського населення

Економічні фактори:

1. Макроекономічні показники (ВВП, ВНП, рівень інфляції та ін.)
2. Доходи споживача (валовий, дискреційний)
3. Структура витрат домогосподарств (на продовольчі/непродовольчі товари та послуги)

Технологічні фактори:

1. Розвиток біотехнології
2. Поширення косметичних салонів та інноваційних омолоджуючих процедур
3. Використання альтернативних косметологічних компонентів

Конкурентні фактори:

1. Особливості технології в галузі
2. Кількість МСП
3. Монополісти на ринку

Регулятивні фактори:

1. Законодавство :
2. Про захист конкуренції
3. Про захист прав споживачів

Практичне завдання 4

У таблиці представлені марки автомобілів та діапазони цін на них. Визначте обмеження, які впливають на ціноутворення даних товарів.

	
Від \$23000 за модель в базовій комплектації	Від \$16000 за модель в базовій комплектації
	
Від \$21000 за модель в базовій комплектації	Від \$265000 за модель в базовій комплектації

Практичне завдання 5

Витрати на виробництво крему для рук української фірми «Мрійниця» становлять 45,3 грн. Для продажу товару на ринку Польщі фірма планує скористатися ціноутворенням за принципом стандартної націнки (за аналогією із внутрішнім ринком, де націнка виробника складає 15%, оптовика – 20%, роздрібного торговця – 35%). Визначте, за якою ціною продаються товари фірми на внутрішньому ринку і за якою продаватимуться на зовнішньому. Які додаткові фактори (витрати) потрібно врахувати при експортному ціноутворенні.

Практичне завдання 6

Фірма Audi розглядає можливість публікації серії рекламних матеріалів про свій новий електромобіль на сторінках журналу Vogue Polska. Середня собівартість виробництва автомобіля становить \$30000, середня продажна ціна від \$45000.

Вартість розміщення рекламних матеріалів згідно каталогу компанії доступна за посиланням:

https://www.vogue.pl/files/pdf/zalacznik_2_cennik_reklam_vogue_polska.pdf

Проведіть маржинальний аналіз доцільності такої співпраці.

Практичне завдання 7

Фірма «Мрійниця» (м.Тернопіль) розглядає можливість експорту власної продукції. Попередньо було надіслано вільну оферту на поставку партії кремів для шкіри рук, в пластикових тубах, об'ємом 50 мл, розмір партії – 1000 од. в картонних коробках по 100 од. в кожній, вартістю 60000 грн. на умовах поставки СРТ Львів, включаючи упаковку, платежем по інкасо, з терміном постачання протягом I кварталу 2021 року.

У відповідь було отримано такі документи:

1. Контроферта від торгової мережі у Польщі. Яка містить зміни щодо умов поставки на DAF Краків та зростання фактурної вартості до 80000 грн.
2. Контроферта від торгового посередника Польщі. Яка містить зміни щодо умов поставки на DAF Шегині - Медика та зростання фактурної вартості до 65000 грн.
3. Контроферта від торгової мережі у Німеччині. Яка містить зміни щодо умов поставки на DAF Губін (Gubin/Guben) та зростання фактурної вартості до 90000 грн.
4. Тверда контроферта від української торгової фірми «Партнер», яка працює на ринках Польщі та Німеччини і планує в подальшому експортувати продукцію із 20% націнкою.

Завдання:

1. Сформулювати текст вільної оферти, який надсилала фірма «Мрійниця» контрагентам.

2. Визначити митну вартість експортованого товару за кожною із контроферт.
3. Визначити ціну одиниці товару для імпортера та експортера.
4. Обґрунтувати рішення фірми «Мрійниця» стосовно акцепту контроферти.

Практичне завдання 8

1. Ознайомтеся із зразком акредитивної частини контракту (доступно за посиланням: <https://www.procreditbank.com.ua/assets/Uploads/docs/Part-Terms-of-Letter-of-credit.pdf>). Визначте, які із перелічених документів, оформляє постачальник (експортер), а які покупець (імпортер).

2. Заповніть акредитивну частину контракту та відповідну їй заяву про відкриття документарного акредитиву (доступно за посиланням: <https://www.procreditbank.com.ua/business-clients/dealership/trade-finance/>) за умовними даними.

Врахуйте, що в акредитивній частині контракту повинні бути вказані максимально широкі умови акредитиву, для того щоб після його відкриття не виникало розбіжностей, які можуть спровокувати внесення змін до акредитиву, збільшення його вартості або відмову від проведення розрахунків та розірвання угоди. Під час заповнення, користуйтеся чинними нормами Положення про порядок здійснення банками операцій за акредитивами (доступно за посиланням: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1213-03#Text>)

Фірма «Мрійниця» планує підписати угоду про постачання партії товарів (крем для рук «Натуральний») загальною вартістю 10 тис. Євро із польською фірмою «Stylowa Kobieta» (передбачено, що угода буде підписана 10 жовтня 2021 року, із порядковим номером 10-EH. Фірми є відповідно резидентами України та Польщі, заснованими у формі товариства з обмеженою відповідальністю.

За попередньою домовленістю, оплата здійснюватиметься шляхом оформлення безвідкличного акредитиву, який має бути відкритий протягом 5 днів з моменту підписання угоди, строком на 60 днів та місце його закінчення – Лодзь. Акредитив буде виконаний шляхом платежу за пред'явленням. Підтвердження акредитиву не потрібне. Банківські комісії сплачує бенефіціар.

Постачання товару здійснюється разовою поставкою зі складу «Мрійниці» в Рівному, при чому товар повинен бути відвантажений не пізніше 18 листопада автомобільним транспортом на умовах СРТ Замосць. Не пізніше 21 дня з дати відправки товару повинні бути надані наступні документи: рахунок-фактура (оригінал та копія), автодорожна накладна (3 оригінали з трьох, 3 копії), сертифікат походження (оригінал та копія), сертифікат якості (оригінал та копія), пакувальний лист (3 оригінали).

В контракті вказано наступні реквізити сторін:

Фірма «Мрійниця»:

Юридична адреса: м.Тернопіль, вул. Навчальна, 1, 46000, код ЄДРПОУ 11111112, IBAN UA01 01 010101 00000 00000000000001

Обслуговуючий банк: ПрАТ «Довірливий», SWIFT 01010101

Фірма «Stylowa Kobieta»:

Юридична адреса: м.Лодзь, вул. Посередників, 2, 90000, , IBAN PL02 02 020202 00000 000000000000002

Обслуговуючий банк: Банк «Stabilny», SWIFT 02020202

Практичне завдання 9

Історії успіху українських швейних підприємств

ТМ “BEMBI” – один із найбільших виробників трикотажного в Україні. Фірма пропонує найбільш широкий асортимент, це близько 3500 моделей в рік. Виробничі потужності оснащені найсучаснішим обладнанням і займають 7250 м². Компанія постійно розвивається, наслідує світові тренди, враховуючи специфіку локальних ринків. Її керівництво сповідує принципи роботи - відповідальність, чесність, постійне прагнення змінюватись і розвиватись - допомагають вибудовувати гармонійні стосунки з партнерами, споживачами та співробітниками.

Девізом дизайнерки одягу Голди Виноградської є істина: «Міняючись сам - ти змінюєш світ навколо себе». Спершу з'явилося невелике ательє, яке поступово переросло у французько-українську компанію JOLIE DAME, що в перекладі з французької означає «красива жінка». Зараз фірма активно просуває на ринок бренд GOLDA.

1. Ознайомтеся із даними з відкритих джерел та соціальних мереж (доступно за посиланням: <https://bembi.ua/>; <https://www.fashiongloba.com/XX/Unknown/492911070867235/Bembi-Polska>; <https://goldafashion.com> та ін.).
2. Визначте цільові сегменти ринку.
3. Зобразіть орієнтовну схему каналів розподілу продукції при експорті, який використовує фірма.

Практичне завдання 10

Фірма «Новачок у експорті», платник ПДВ, яка вже має достатній досвід торгівлі товарами на внутрішньому ринку хоче продати товар закордонному контрагенту на умовах самовивозу зі складу продавця.

Завдання:

1. Аргументуйте пункт 5 Базові умови постачання товарів у контракті.
2. Які податкові наслідки можуть виникнути у майбутньому? Як їх уникнути?
3. Запропонуйте альтернативний варіант ІНКОТЕРМС, який дозволить мінімізувати митну вартість товару для імпортера. Відповідь обґрунтуйте.

Практичне завдання 11

Запишіть буквене позначення таких Базових умов поставки товарів у зовнішньоекономічному контракті:

1. продавець доставляє товар, замитнений для експорту, на склад у м.Збараж, який не є його власною територією;
2. франко уздовж борту судна (порт відвантаження Одеса) за Інкотермс 2020;
3. вартість, страхування і фрахт вантажу сплачені до порту Шанхай, контракт укладено у грудні 2019.

Довідково:

1. Коротке пояснення основних правил Інкотермс 2020 (доступно за посиланням: <https://ua.kuehne-nagel.com/-/znannya/inkoterms>)
2. Пояснення щодо використання Інкотермс нечинної редакції, використання для внутрішніх перевезень, перехід права власності на товар (доступно за посиланням: <http://www.visnuk.com.ua/ru/news/100015209-inkoterms-2020-osoblivosti-mozhlivogo-zastosuvannya-1>)

Експертний висновок щодо нової редакції Інкотермс 2020 на сайті Юридична газета онлайн (доступно за посиланням: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/incoterms-2020-shcho-zminilosya.html>)

Практичне завдання 12

Нижче представлено перелік маркетплейсів:

- ✓ JD.com and Tmall.com (Китай)
- ✓ Gmarket, 11st та Coupang (Південна Корея)
- ✓ Mercado Libre (Латинська Америка)
- ✓ Allegro (Східна Європа)
- ✓ Flipkart (Індія)
- ✓ Shopee (Південно-Східна Азія та Тайвань)
- ✓ Bol (Голандія)
- ✓ Newegg (технологічна продукція)
- ✓ Wayfair (меблі)
- ✓ Zalando (мода в Європі)
- ✓ Etsy (вінтаж та ручна робота)

Завдання:

4. Доповніть його іншими маркетплейсами, відомими вам.
Для подальшої роботи створіть малі групи (до 5 чол.), шляхом жеребкування розподіліть фірми для роботи на практичному занятті (методом мозкового штурму запропонуйте альтернативні фірми/товари, які можуть просувати свою продукцію через маркетплейси):
Фірма «Мрійниця» - виготовлення косметичних засобів по догляду за шкірою;
Фірма «Майстровито» - виготовлення дерев'яних меблів ручної роботи;

- Фірма «Кралечка» - пошиття одягу для жінок з етнічними мотивами
5. Оберіть 3 будь-яких маркетплейси для подальшого дослідження. Вибір обґрунтуйте.
 6. Проаналізуйте рівень конкуренції у сегменті, де преставлений товар.
 7. Вивчіть діапазон цін на товари, аналогічні тому, який ви досліджуєте.

Практичне завдання 13



Розгляньте зображення. Чи правильно вчинила жінка, коли підвелася для рукостискання?

Практичне завдання 14



Розгляньте умовне зображення «Черговість представлення учасників переговорів. Вітання» та ознайомтеся із завданнями. Як ви вчините схожій ситуації?

- Відбувається зустріч робочої групи на рівні менеджерів підрозділів фірм-контрагентів. Всі учасники – чоловіки віком від 25 до 60 років. У якій черговості представлятиме учасників голова зборів.

- До складу робочої групи входять керівники підприємств (чоловіки та жінки). Чи правильним буде представлення головуєчого: «Шановні колеги. Дозвольте представити учасників нашої зустрічі. Керівник фірми «А» Валерій Петрович, керівник фірми «Б» Валентина Павлівна, керівник фірми «С» Джон Дрю...

Практичне завдання 15



Розгляньте умовне зображення «Вітання». Чи допустимі такі жести у бізнес-етиці?

Практичне завдання 16



Розгляньте фото офіційної зустрічі делегацій України та Катару. Виділіть основні помилки в бізнес-етикеті.

Довідково: <https://racurs.ua/ua/n152848-ogoleni-nogy-i-zarozumila-poza-eksperty-rozpovily-pro-pomylky-etyketu-komandy-zelenskogo-v-katari.html>

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ

Форма підсумкового семестрового контролю – екзамен.

Модуль 1			Модуль 2			Підсумковий контроль		Разом
Аудиторна та самостійна робота			Аудиторна та самостійна робота					
Теоретичний курс (тестування)	Практична робота		Теоретичний курс (тестування)	Практична робота				
20	20		15	20		25		100
<i>№ тем</i>	<i>Вид робіт</i>	<i>Бал</i>	<i>№ тем</i>	<i>Вид робіт</i>	<i>Бал</i>	<i>Теоретичний курс</i>	<i>10</i>	
Тема №1	Пр. робота №1	2	Тема №8	Пр. робота №5	2	<i>Практичне завдання</i>	15	
Тема №2		2	Тема №9		4			
Тема №3	Пр. робота №2	2	Тема №10	Пр. робота №6	4			
Тема №4		2	Тема №11		4			
Тема №5	Пр. робота №3	2	Тема №12	Пр. робота №7				
Тема №6		6	Тема №13		6			
Тема №7	Пр. робота №4	4	Тема №14					

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

- Мірошніченко О. Інтернаціоналізація бізнесу та вихід на ринки ЄС, 2015. – 380 с. Електронний посібник. Режим доступу: [vyhid_na_rynky_ES.pdf](#)
- Дахно Міжнародна торгівля. - Київ 2003. – Режим доступу <http://chitalka.info/mz4_9/mz4_9index.htm>

Друковані підручники :

- Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник / за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвинової, К.І. Ржепішевського; 2-ге вид., перероб. Та доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2015. – 656 с.
- Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2003. — 256 с.
- Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2010. — 488 с.
- Рут Ф., Філіпенко А. Економіка і організація міжнародного бізнесу та інвестиції. - Київ, 1998.

Додаткова навчально-наукова література

- Філ Найт. Взуття-буття. Історія Nike, розказана її засновником. <https://uk.bookmate.com/books/d1Ihiqhu>
- Європейська інтеграція та Україна. Навч.-метод.посібн. / Під ред. А.С.Філіпенка, Д.Г.Лук'яненка – К., 2002.
- Козик В.В., Панкова Л. А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини: Навч. Посіб. - К., 2000.
- Світова економіка: Підручник / А.С.Філіпенко, О.І.Рогач, О.І.Шнирков та ін. - К.: Либідь, 2000.
- Соколенко С.І. Сучасні світові ринки та Україна. - К.,1995.-354с.
- Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть / А.С.Філіпченко, В.С.Будкін, А.С.Гальчинський та ін. – К.: Либідь, 2002.
- Філіпенко А.С. Економічний розвиток сучасної цивілізації: Навч.посібник. Київ, 1998.

Перелік інформаційних інтернет ресурсів

- www.imf.org — Міжнародний Валютний Фонд
- www.wto.org — Всесвітня Торговельна Організація
- www.intacen.org — Міжнародний Торговий Центр
- www.worldbank.org — Світовий Банк

- www.usaid.gov
- www.eclac.cl
- www.iadb.org
- www.arab.net
- www.sesrtcic.org
- www.adb.org — Азіатський Банк Розвитку
- www.statistik.at — Міністерство статистики Австрії
- www.andorra.ad/ccis/angles/finesco.html — Міністерство торгівлі Андорри
- www.belarus.gov.by — Інститут Національної статистики
- statbel.fgov.be — Інститут Національної статистики Бельгії
- Велика Британія
 1. www.bankfacts.org.uk
 2. www.bankofengland.co.uk
- Естонія
 1. www.einst.ee
 2. www.stat.ee
 3. www.usemb.ee
 4. www.vm.ee
- Латвія
 1. www.lem.gov.lv
 2. www.transit.lv
 3. www.lda.gov.lv
 4. www.csb.lv
- Македонія
 1. www.aeaweb.org/RFE/Data/World/CIA/World Fact 1999.html / Makedonia
 2. www.austli.edu.au/links/World/Countries/Makedonia
- Мальта
 1. www.magnanet.mt
 2. www.chamber-commerce.org.mt
- Португалія
 1. www.ine.pt
 2. www.Portugal.org
- Туреччина

www.die.gov.tr
- Угорщина

www.mfa.gov.hu
- Франція

www.commerce-exterieur.gouv.fr
- Хорватія
 1. www.mvp.hr
 2. www.hgk.hr
 3. www.mfm.hr
- Африка:

Єгипет

1. www.idsc.gov.eg
2. www.sis.gov.eg

Марокко

1. www.statistic.gov.ma
2. www.mcinet.gov.ma
3. www.interexmaroc.com

Сан Томе і Принсіпі

www.newafrica.com

Танзанія

1. www.polpred.com/afrika1/tanzania
2. <http://geo2000.nm.ru/data/afrika/tanzania.htm>

Уганда

1. www.starcom.co.ug
2. <http://mbendi.co.za>
3. www.government.go.ug — уряд Уганди
4. www.parliament.go.ug — парламент Уганди
5. www.bou.or.ug — Національний банк Уганди

- Америка:

Болівія

1. www.boliviabiz.com
2. www.bolivianet.com
3. www.boliviaweb.com
4. www.latin.ru
5. www.latinexport.com

Бразилія

www.bndes.gov.br

Гватемала

www.banguat.gob.gt — Національний банк Гватемали

Домініканська Республіка

1. www.domrep.org
2. www.drl.com
3. www.latinworld.com

- Канада

www.statcan.ca

- Колумбія

<http://estadisticas.sieca.org.gt/dataintalweb>

- Коста-Рика

1. www.comex.go.cr — Міністерство зовнішньої торгівлі Коста-Рики
2. www.bccr.fi.cr — Центральний банк Коста-Рики
3. www.amcham.co.cr — Торговельна палата Коста-Рики
4. www.meic.go.cr — Національний інститут статистики Коста-Рики

- Ямайка

www.boj.org.jm — Національний банк Ямайки

- Азія і Близький Схід:

Азербайджан

<http://statcom.baku-az.com>

Бахрейн

www.bahrain.gov.bh

Вірменія

www.armstat.am

- Індія

1. www.indiabudget.nic.in — міністерство фінансів Індії

2. www.indiaonline.com — індійська економіка (інформаційний портал)

3. www.cmie.com — Центр моніторингу Індійської економіки

Камбоджа

1. www.moc.gov.kh

2. www.kampuchea.com

Кувейт

www.kuwait-net.com

Малайзія

1. www.mfa.gov.my

2. www.miti.gov.my

Непал

www.twotone.net

Сирія

1. www.syrecon.org — міністерство економіки Сирії

2. www.middleeast.alfacom.net

3. www.syria-net.com

Тайвань

1. www.business.com.tw

2. www.centra.org.tw

7. Інформаційні ресурси університету

1. «Економіка і організація міжнародного бізнесу» ID : 5496
<http://dl.tntu.edu.ua> – Сторінка навчальної дисципліни на сервері дистанційного навчання ТНТУ.

