

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра міжнародної економіки та маркетингу

**ПРОГРАМА
ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ
ДЛЯ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ СТУПЕНЕМ «МАГІСТР»
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 073 «МЕНЕДЖМЕНТ»
ОСВІТНЯ ПРОГРАМА «БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ»**

Затверджено Вченою радою економічного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 6 від 13 лютого 2018 р.)

КИЇВ – 2018

ЗМІСТ

Вступ

Модуль 1. Мікроекономічні аспекти розвитку міжнародного бізнесу

- 1.1. Мікроекономічна теорія попиту і пропозиції
- 1.2. Типізація ринків товарів та послуг в сучасних умовах глобалізації
- 1.3. Ринкова трансформація економіки України
Рекомендована література

Модуль 2. Макроекономічні аспекти розвитку міжнародного бізнесу

- 2.1. Теоретичні основи аналізу міжнародної торгівлі
- 2.2. Міжнародний рух факторів виробництва
- 2.3. Розвиток міжнародного бізнесу в умовах глобалізації
Рекомендована література

Модуль 3. Міжнародний маркетинг як теорія і практика міжнародного бізнесу

- 3.1. Аналіз маркетингового середовища міжнародного бізнесу
- 3.2. Стратегічне управління міжнародною маркетинговою діяльністю
- 3.3. Тактика міжнародного маркетингу
Рекомендована література

Модуль 4. Проблеми функціонування суб'єктів господарської діяльності на міжнародних ринках

- 4.1. Роль держави у формуванні рамкових умов зовнішньоекономічної діяльності
- 4.2. Особливості співпраці українських підприємств з іноземними партнерами
- 4.3. Специфіка укладання міжнародних економічних контрактів
Рекомендована література

ВСТУП

Розвиток ринкових відносин в Україні формує нові вимоги до економічної освіти. Тому все більш престижним стає володіння дипломом магістра бізнес-адміністрування, який гарантує високий професіоналізм управлінської поведінки фахівця. Розробка дієвих механізмів посилення конкурентоспроможності національної економіки в сучасному глобальному середовищі передбачає обґрунтування наукових підходів до аналізу динаміки глобальної економіки, тенденцій розвитку глобальних товарних та фінансових ринків, розробки ефективних продуктово-ринкових стратегій українських підприємств, що прагнуть освоювати іноземні ринки збуту, тощо.

Навчання в магістратурі за освітньою програмою **«Бізнес-адміністрування»** забезпечує отримання навичок прийняття рішень у галузі стратегічного та операційного управління і бізнес-планування, що передбачає глибоке вивчення основних сфер функціонального менеджменту, маркетингу, управлінського обліку, корпоративних фінансів, організації продажу, інформаційних систем, правової бази підприємництва, управління персоналом в умовах мінливого й часто несприятливого бізнес-середовища. До вступу на магістерську програму «Бізнес-адміністрування» запрошуються абітурієнти, що мають диплом бакалавра, спеціаліста або магістра будь-якої освітньої програми, володіють розумінням тенденцій функціонування міжнародного бізнесу та прагнуть отримати специфічні навички управління підприємницькою діяльністю в сучасних умовах глобалізації. Знання, навички та прагнення абітурієнтів програм з бізнес-адміністрування перевіряються на випробувальних іспитах до магістратури.

До конкурсу на вступ на ОС «магістр» освітньої програми «Бізнес-адміністрування» запрошуються бакалаври, спеціалісти або магістри будь-якого фаху. Тому **метою** вступних випробувань є виявлення найбільш здібних абітурієнтів, що в результаті навчання та самоосвіти демонструють високий рівень ерудиції щодо проблем функціонування міжнародного бізнесу у всіх його аспектах: мікро та макроекономічних, маркетингових, управлінських тощо. Тому програма вступних іспитів ґрунтується на знанні абітурієнтами мікроекономіки, макроекономіки, маркетингу, міжнародного маркетингу, зовнішньоекономічної діяльності України.

Зміст програми вступних іспитів. Програма вступного іспиту освітньої програми «Бізнес-адміністрування» має інтегрований характер і включає питання чотирьох модулів:

Модуль 1. Мікроекономічні аспекти розвитку міжнародного бізнесу.

Модуль 2. Макроекономічні аспекти розвитку міжнародного бізнесу.

Модуль 3. Міжнародний маркетинг як теорія і практика міжнародного бізнесу.

Модуль 4. Проблеми функціонування суб'єктів господарської діяльності на міжнародних ринках.

Порядок проведення вступних випробувань визначається «Правилами прийому до Київського національного університету імені Тараса Шевченка в 2017 році». **Формою проведення** вступного іспиту на ОС «магістр» освітньої програми «Бізнес-адміністрування» є письмовий екзамен. Екзаменаційний білет включає завдання, покликані виявити загальну економічну ерудицію абітурієнта, його здібності до аналітичної роботи, абстрактного мислення та креативні якості.

МОДУЛЬ 1. МІКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Тема 1.1. Мікроекономічна теорія попиту і пропозиції

Попит та фактори, що на нього впливають. Зміни у попиті та величині попиту. Закон попиту. Індивідуальний та ринковий попит.

Пропозиція та її фактори. Зміни у пропозиції та величині пропозиції. Закон пропозиції. Індивідуальна та ринкова пропозиція.

Еластичність попиту: пряма, за доходом, перекресна. Еластичність пропозиції. Чинники, що впливають на еластичність попиту та пропозиції.

Тема 1.2. Типізація ринків товарів та послуг в сучасних умовах глобалізації

Критерії класифікації ринків. Ознаки та умови існування досконалої конкуренції. Функція попиту для фірми на ринку досконалої конкуренції. Ринкова пропозиція та рівновага на ринку досконалої конкуренції.

Характеристика ринку чистої монополії. Особливості пропозиції фірми на ринку чистої монополії. Державна політика підтримки конкуренції та протидії монополізму.

Сутність та особливості ринку монополістичної конкуренції. Нецінова конкуренція. Роль реклами на ринку монополістичної конкуренції. Олігополія: характерні ознаки. Теорія олігополії.

Тема 1.3. Ринкова трансформація економіки України

Об'єктивні передумови та напрями ринкової трансформації економіки України. Основні чинники трансформаційного спаду економіки України.

Трансформація відносин власності та формування конкурентного середовища як стратегічний пріоритет ринкових перетворень в Україні. Ключові проблеми та стратегічні пріоритети економічної політики України на сучасному етапі.

Сучасний стан та напрями підвищення конкурентоспроможності економіки України. Проблеми та перспективи інтеграції національної економіки до глобального світогосподарського середовища.

Рекомендована література

1. Базилевич В.Д. Ринкова економіка: основні поняття і категорії [Текст]: навч. посіб. / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич. – 2-ге вид., стер. – К.: Знання, 2008. – 263 с.
2. Базилевич В.Д. Філософія економіки. Історія [Текст]: монографія / В. Базилевич, В. Ильин; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К.: Знання; М.: Рыбари, 2011. – 927 с.
3. Базилевич В.Д. Метафізика економіки [Текст]: монографія / В. Базилевич, В. Ильин. – 2-е изд., испр. и доп. – К.: Знання ; М.: Рыбари, 2010. – 925 с.
4. Гальчинський А.С. Економічна теорія [Текст]: підручник / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко. – К. : Вища школа, 2007. – 503 с.
5. Єщенко П.С. Економіка для всіх [Текст] / П. С. Єщенко. – К. : Вища школа, 2009. – 478 с.
6. Економічна теорія. Політекономія [Текст]: підручник / за ред. В.Д. Базилевича; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – 8-ме вид., перероб. і допов. – К. : Знання, 2012. – 702 с.
7. Економічна теорія. Політекономія. Практикум [Текст]: навч. посіб. / за ред. В.Д. Базилевича; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – 2-ге вид., стер. – К.: Знання, 2013. – 494 с.
8. Історія економічних учень: хрестоматія [Текст]: навч. посіб. / за ред. В.Д. Базилевича; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К.: Знання, 2011. – 1198 с.
9. Кравченко О.А. Мікроекономіка: теорія і практикум [Текст] : навч. посіб. / О. А. Кравченко. – Одеса: Астропринт, 2014. – 255 с.
10. Мікроекономіка [Текст]: підручник / за ред. В.Д. Базилевича. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 679 с. (Класичний університетський підручник).
11. Мікроекономіка. Практикум [Текст]: навч. посіб. / за ред. В.Д. Базилевича. – К. : Знання, 2012. – 491 с.
12. Хмель С.М. Мікроекономіка: задачі, вправи, тести [Текст] : [навч. посіб.] / С. М. Хмель, В. І. Хмель, О. В. Зіброва. – Харків: ХАІ, 2016. – 59 с.

МОДУЛЬ 2. МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Тема 2.1. Теоретичні основи аналізу міжнародної торгівлі

Поняття відкритої економіки. Критерії відкритої економіки. Кількісні показники відкритої економіки України.

Вигоди для сторін від участі у міжнародній торгівлі. Формування пропозиції експорту та попиту на імпорт. Встановлення світової ціни.

Необхідність цілеспрямованого впливу держави на торгові відносини з іншими країнами. Основні види торговельної політики. Поняття фритредерства та протекціонізму. Особливості сучасного протекціонізму.

Тарифні інструменти міжнародної торговельної політики. Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі: особливості використання в Україні.

Тема 2.2. Міжнародний рух факторів виробництва

Поняття міжнародної міграції капіталу та її сучасні особливості. Причини міжнародного руху капіталу. Основні форми міжнародного переміщення капіталу. Поняття та основні форми здійснення прямих іноземних інвестицій (ПІІ).

Міжнародна передача технологій: суть та економічна роль у міжнародній економіці. Роль ТНК у глобальному трансфері технологій.

Поняття та основні види міжнародного руху робочої сили. Напрями, масштаби міжнародної міграції робочої сили та сучасні центри, що притягують емігрантів. Наслідки міграції трудових ресурсів для країни-експортера та приймаючої країни.

Тема 2.3. Розвиток міжнародної економіки в умовах глобалізації

Транснаціональні корпорації в глобальній економіці. Глобалізація на світових ринках товарів, послуг, капіталу та робочої сили.

Міжнародна економічна інтеграція: передумови становлення, цілі. Етапи економічної інтеграції: преференційні торгові угоди, зона вільної торгівлі, митний союз, спільний ринок, економічний союз, політичний союз.

Світові та регіональні тенденції в розвитку економічної інтеграції. Інтеграційні процеси у світовому економічному просторі. Критерії відповідності економічної інтеграції інтересам світового співтовариства.

Рекомендована література

1. Базилевич В.Д. Макроекономіка [Текст]: підручник / за ред. В. Д. Базилевича. – 4-те вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 743 с. –(Класичний університетський підручник).
2. Гончаренко Н.І. Міжнародна економічна діяльність країн Євросоюзу і України в контексті економічної лібералізації [Текст]: монографія / Н.І. Гончаренко; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х. : [Екограф], 2011. – 151 с.
3. Козик В.В. Міжнародні економічні відносини [Текст]: навч. посіб. / В.В. Козик, Л.А. Панкова, Н.Б. Даниленко. – 8-ме вид., переробл. і допов. – К. : Знання, 2011. – 470 с.
4. Лук'яненко Д.Г. Міжнародна економіка [Текст]: підручник / Д. Лук'яненко, А. Поручник, Я. Столярчук. – Київ: КНЕУ, 2014. – 762 с.
5. Міжнародна економіка [Текст]: підруч. / за заг. ред. А. А. Мазаракі. У 2 ч. – Київ: КНТЕУ, 2014; Ч. 1. – 563 с.; Ч. 2. – 323 с.
6. Міжнародна економіка [Текст]: підручник / за ред. А.П. Румянцева. – 3-тє вид., перероб і доп. – К. : Знання, 2006. – 479 с.
7. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини [Текст]: практикум / В. В. Козик, Л. А. Панкова, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. – К. : Вікар, 2006. – 589 с.

8. Міжнародні економічні відносини [Текст]: підручник / [А. П. Голіков та ін.] ; за ред. А.П. Голікова, О.А. Довгаль. – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. – 463 с.
9. Міжнародні економічні відносини [Текст]: навч. посіб. / [Є. І. Войнова та ін.] ; за ред. С.О. Якубовського, Ю.О. – Одеса: ОНУ, 2015. – 304 с.
10. Научные основы маркетинга инноваций [Текст]: монография: [в 3 т.] / под ред. С.Н. Ильяшенко. – Сумы : Папирус, 2013. Т. 1 – 278 с.; Т. 2. – 283 с.; Т. 3.– 333 с.
11. Резнік Н.П. Макроекономіка [Текст]: навч. посіб. / Н.П. Резнік, М.П. Талавиря, О.В. Пащенко. – Київ: КиМУ, 2015. – 554 с.
12. Софіщенко І.Я. Торговельно-економічні відносини між Україною та ЄС: стан та перспективи [Текст]: навч. посіб. / І.Я. Софіщенко. – К. : Міленіум, 2009. – 314 с.
13. Старостіна А.О. Економіка зарубіжних країн [Текст]: навч. посіб. / А.О. Старостіна, А.О. Длігач, Н.В. Богомаз. – К. : Знання, 2009. – 454 с.

МОДУЛЬ 3. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Тема 3.1. Аналіз маркетингового середовища міжнародного бізнесу

Міжнародний маркетинг: особливості маркетингової діяльності в міжнародному середовищі. Маркетингове середовище міжнародного бізнесу. Критерії аналізу міжнародного маркетингового середовища. Причини та методи виходу компаній на зарубіжні ринки.

Фактори середовища. Види та оцінка ризиків. Логіка та методика маркетингового дослідження міжнародного середовища промислових та споживчих ринків.

Аналіз політико-правового середовища міжнародного маркетингу. Аналіз економічного середовища міжнародного маркетингу: структура та тенденції. Соціально-культурні фактори ринкового середовища. Аналіз демографічного середовища міжнародного маркетингу.

Тема 3.2. Стратегічне управління міжнародною маркетинговою діяльністю

Розробка стратегій міжнародного маркетингу. Використання стратегій зростання у бізнесі (матриця по товарах і ринках І. Ансоффа). Конкурентні стратегії лідера, виклику лідеру, ринкового послідовника та нішера. Конкурентні стратегії лідерства за витратами, широкої диференціації, сфокусованої стратегії низьких витрат, сфокусованої стратегії диференціації, оптимального співвідношення витрат та споживчої цінності.

Аналіз конкуренції за М. Портером: конкуренція всередині галузі, загроза з боку ринкової сили постачальників, споживачів, загроза появи нових конкурентів, загроза з боку товарів-субститутів.

Критерії оцінки потенційного ринку. Сегментація ринку та вибір цільового сегменту. Позиціонування на ринковому сегменті.

Тема 3.3. Тактика міжнародного маркетингу

Міжнародний продукт: його характеристики. Основні характеристики та фактори конкурентоспроможності товарів на зарубіжних ринках.

Проблеми створення та просування на зарубіжні ринки українських торгових марок (брендів). Фактори впливу на формування міжнародної цінової політики. Цінова конкуренція. Демпінг.

Структура і аналіз каналів товароруку в міжнародному маркетингу. Залучення посередників: мета, переваги, недоліки. Розробка стратегії просування товару та послуги на міжнародних ринках.

Рекомендована література

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг [Текст]: учебник / под ред. А.А.Старостиной. – 8-е изд. – М., СПб., К. : Вильямс, 2007. – 832 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства [Текст]: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Ін-т економіки і упр. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
3. Звягінцева О.Б. Інноваційний маркетинг підприємств: теорія, методологія, механізм [Текст]: монографія / О.Б. Звягінцева, Е.М. Забарна; Одес. нац. політехн. ун-т. – О.: Фенікс, 2013. – 274 с.
4. Звягінцева О.Б. Маркетинг [Текст]: підручник / О.Б. Звягінцева. – О.: Букаєв В.В. [вид.], 2012. – 443 с.
5. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. – К. : «Політехніка», 2003. – 193 с.
6. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств [Текст] / О. Л. Каніщенко; Київський національний ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : Знання, 2007. – 446 с.
7. Козик В.В. Практикум з управління проектами [Текст]: навч. посіб. / В.В. Козик, І.Є. Тимчишин; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2012. – 179 с.
8. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент [Текст]: підручник / Ф. Котлер, К.Л.Келлер. – К. : Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
9. Крикавський Є.В. Стратегічний маркетинг [Текст]: навч. посіб. / В.Є. Крикавський, Л.І. Третьякова, Н.С. Косар; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – 2-е вид. – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2013. – 255 с.

10. Майовець Є.Й. Маркетингові комунікації [Текст]: навч. посіб. / Є.Й. Майовець, О.В. Кузик; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. – Л.: ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. – 191 с.
11. Маркетинг: практикум [Текст]: навч. посіб. / І.І. Вініченко та ін. – Донецьк: Юго-Восток, 2013. – 407 с.
12. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика [Текст]: підручник / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.; за ред. А.О. Старостіної. – К. : Знання, 2009. – 1071 с.
13. Маркетинг : термінологічний словник [Текст] / А.О. Старостіна, Н.Ю. Кочкіна, В.В. Журило [та ін.] / за ред. А.О. Старостіної. К. : «НВП «Інтерсервіс», 2017. – 154 с.
14. Маркетинг у галузях і сферах діяльності [Текст]: навч. посіб. / за ред. І.М. Буднікевич. – Чернівці: Кондратьєв А.В., 2012. – 559 с.
15. Маркетингова товарна політика [Текст]: підручник / Є.Крикавський та ін.; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – 3-тє вид., допов. і переробл. – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2012. – 357 с.
16. Маркетингові технології економічного зростання [Текст]: монографія / за ред. М.А. Окландера. – О. : Астропринт, 2012. – 375 с.
17. Маркетинговий аналіз [Текст]: навч. посіб. / за ред. Д.А. Штефанича; Терноп. нац. екон. ун-т. – Т. : Економічна думка ТНЕУ, 2012. – 295 с.
18. Методологія маркетингових досліджень [Текст]: навч. посіб. / за заг. ред. І.Т. Кіщака, С.П. Шевчука; Миколаїв. нац. ун-т ім. В. О. Сухомлинського. – Миколаїв: Іліон, 2013. – 325 с.
19. Новітні маркетингові технології: методи та інструментарій [Текст]: монографія / за заг. ред. Т.С. Максимової; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. – 334 с.
20. Орлов П.А. Маркетинг [Текст]: навч. посіб. / П.А. Орлов та ін.; Харк. нац. екон. ун-т. –Х. : ІНЖЕК, 2012. – 525 с.
21. Пурська І.С. Міжнародний маркетинг [Текст]: навч. посіб. / І.С. Пурська, М.П. Мальська, Ю.С. Занько. – К. : Знання, 2012. – 285 с.
22. Соціально-етичний маркетинг [Текст]: монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі та Є.В. Ромата; КНТЕУ. – К.: КНТЕУ, 2013. – 327 с.
23. Старостіна А.О. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика [Текст]: підручник / за ред. А.О. Старостіної. – К.: Знання, 2005. – 764 с.
24. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків [Текст]: підручник / А.О. Старостіна. – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. – 480 с.
25. Сумець О.М. Стратегічний маркетинг [Текст]: навч. посіб. / О.М. Сумець, Є.М. Ігнатова. – Х. : Міська друкарня, 2011. – Ч. 2 : Маркетингові стратегії розвитку підприємства. – 2012. – 140 с.
26. Тараненко І.В. Маркетингова товарна політика [Текст]: зб. завдань для практ. занять та самост. роботи / І.В. Тараненко, С.С. Яременко; Дніпропетр. ун-т ім. Альфреда Нобеля. – Д., 2012. – 148 с.

27. Телетов О.С. Інновації в маркетингу промислового підприємства [Текст]: монографія / за заг. ред. О.С. Телетова; Сум. держ. ун-т. – Суми: Сум. держ. ун-т, 2013. – 281 с.
28. Фірсова С.Г. Маркетинг [Текст]: навч. посіб. / С.Г. Фірсова; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2013. – 323 с.

МОДУЛЬ 4. ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

Тема 4.1. Роль держави у формуванні рамок умов зовнішньоекономічної діяльності

Роль держави в регулюванні зовнішньоекономічного сектора економіки. Державне і недержавне регулювання ЗЕД підприємств. Законодавство, що регулює ЗЕД підприємств. Механізми регулювання ЗЕД в Україні.

Суть і принципи митного регулювання в Україні. Основні митні процедури і порядок їх здійснення. Система митних податків та митних зборів.

Державне та міждержавне регулювання передачі технології. Нормативно-правові основи валютного регулювання ЗЕД підприємств в Україні.

Тема 4.2. Особливості співпраці українських підприємств з іноземними партнерами

Напрями пошуку закордонних партнерів. Показники виробничої діяльності, конкурентоспроможності, фінансового стану закордонних партнерів. Порядок і форми встановлення міжнародних господарчих контактів. Основні положення міжнародного ділового етикету.

Критерії вибору способу виходу на зовнішні ринки. Порівняльна характеристика способів виходу на закордонні ринки. Експорт як стратегія входження. Прямий та непрямий експорт. Ліцензування: причини, переваги, недоліки. Місцеве виробництво, виробництво за контрактом, спільне виробництво. Спільне підприємництво. Стратегічні союзи. Реалізація стратегії входження. Стратегія виходу з ринку. Основні проблеми на шляху підприємства до міжнародного ринку.

Тема 4.3. Специфіка укладання міжнародних економічних контрактів

Суть міжнародних контрактів, їх класифікація та види. Передконтрактна діяльність.

Порядок розробки і укладання міжнародних господарчих контрактів та їх структура. Суть та преамбула контракту. Предмет контракту. Строк і дата поставки. Базові умови поставки. Інкотермс'2010.

Рекомендовані джерела

1. ІНКОТЕРМС'2010. Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://jimex.kg/d/507991/d/incoterms-2010.pdf>
2. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4495-17/>
3. Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів): Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 06.09.2001 р. № 201. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0833-01/>
4. Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України: Постанова Правління НБУ від 13.12.2016 р. № 410. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0410500-16/>
5. Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2017 рік: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.12.2016 р. №1009. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1009-2016-п/>
6. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/959-12/page/>
7. Про Митний тариф України: Закон України від 19.09.2013 р. № 584-VII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/584-18/>
8. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України від 23.09.1994р. № 185/94-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/185/94-вр/>
9. Про режим іноземного інвестування: Закон України від 19.03.1996 р. № 93/96-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96-вр/>
10. Про систему валютного регулювання і валютного контролю: Декрет Кабінету Міністрів України від 19.02.1993 р. № 15-93. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/15-93/>
11. Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020": Указ Президента України від 12.01.2015 р. № 5/2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5/2015/>
12. Про типові платіжні умови зовнішньоекономічних договорів (контрактів) і типові форми захисних застережень до зовнішньоекономічних договорів (контрактів), які передбачають розрахунки в іноземній валюті: Постанова Кабінету Міністрів України та НБУ від 21.06.1995 р. №444. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/444-95-п/>
13. Бестужева С.В. Міжнародна економічна діяльність України [Текст]: навч. посіб. / Бестужева С.В.; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 211 с.

14. Вернюк Н.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст]: навч. посіб. / Н.О. Вернюк, Л.В. Клименко, І.М. Новак; Уман. нац. ун-т садівництва. – Умань : Соцінський [вид.], 2012. – 322 с.
15. Гурін В.М. Зовнішньоекономічна діяльність. Сучасна економіка та міжнародні валютні відносини [Текст]: навч. посіб. / В.М. Гурін, В.О. Тимофєєв. – Вид. 2-е, переробл. і допов. – Х. : Компанія СМІТ, 2013. – 95 с.
16. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст]: навч. посіб. / М.І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 463 с.
17. Дунська А.Р. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика [Текст]: навч. посіб. / А.Р. Дунська; Нац. техн. ун-т України «Київ. політехн. ін-т». – К. : Кондор, 2013. – 687 с.
18. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник [Текст]: / Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін.; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. – 4-те вид., перероб. та доп. – К.: Освіта України, 2012. – 272 с.
19. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст]: підруч. / В.О. Новак та ін.; Нац. авіац. ун-т, Нац. ун-т харч. технологій. – К.: Кондор, 2012. – 493 с.
20. Зовнішньоекономічні операції і контракти [Текст]: навч. посіб. / В.В. Козик та ін. – 2-ге вид., перероб., доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
21. Козловський В.О. Зовнішньоекономічна діяльність [Текст]: практикум / В.О. Козловський; Вінниц. нац. техн. ун-т. – Вінниця : ВНТУ. Ч. 1 : Основи зовнішньоекономічної діяльності. – 2008. – 197 с.; Ч. 2 : Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. – 2009. – 224 с.; Ч. 3 : Глобальні закономірності розвитку сучасного ринку. – 2008. – 127 с.
22. Крилова Н.В. Міжнародна торгівля [Текст] : навч. посібн. – К. : Знання, 2008. – 365 с.
23. Кухарська Н.О. Міжнародна економічна діяльність України [Текст]: навч. посіб. / Н.О. Кухарська, С.К. Харічков; Одес. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. НАН України. – Х. : Одиссей, 2007. – 455 с.
24. Міжнародна економіка: Практикум. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Каніщенко О.Л., Софіщенко І.Я. та ін. / За заг. ред. проф. Старостіної А.О.-К.: НВП «Інтерсервіс», 2015. – 416 с.
25. Міжнародна економічна діяльність України: навч. посіб. під ред. О.Б. Чернеги. – Рекомендовано Міністерством освіти і науки України. [Текст] – Донецьк: ТОВ «Східний видавничий дім», 2013. – 600 с.
26. Міжнародна економічна діяльність України: стан та тенденції розвитку [Текст]: монографія / О.Б. Чернега та ін.; наук. ред. О.Б. Чернега. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2012. – 395 с.

27. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності [Текст]: навч. посіб. / за заг. ред. А.А. Мазаракі; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К.: КНТЕУ, 2012. – 823 с.
28. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України [Текст]: підручник / В. Є. Новицький; Київський національний економічний ун-т. - К. : КНЕУ, 2003. – 948 с.
29. Підприємництво і зовнішньоекономічна діяльність: можливості і ризики України [Текст] : Монографія / М.А. Йохна та ін.; за наук. ред. М.А. Йохни. – Хмельницький: ХНУ, 2013. – 347 с.
30. Софіщенко І.Я. Фінансування зовнішньоторговельної діяльності підприємства [Текст]: навч. посіб. – К., 2006. – 138 с.
31. Суценок О. А. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств регіону в умовах глобалізації: управління та розвиток [Текст]: монографія / О.А. Суценок; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ: Ноулідж, 2013. – 315 с.
32. Черевань В.П. Міжнародна економічна діяльність [Текст]: навч. посіб. / В.П. Черевань, А.П. Румянцев, Л.Ф. Романенко. – 2-е вид., доопрац. – К. : Слово, 2013. – 280 с.
33. Чухрай Н.І. Маркетинг на ринках високотехнологічних товарів [Текст]: монографія / Н.І. Чухрай, Я.В. Демків; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Л. : Вид-во Львів. політехники, 2013. – 205 с.

СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ БІЛЕТІВ

Унікальна практична спрямованість освітньої програми «Бізнес-адміністрування» вимагає особливого підходу щодо формування завдань вступного іспиту в магістратуру. Такі завдання повинні дати змогу оцінити не тільки і не стільки теоретичну підготовленість абітурієнту, скільки його здатність самостійно, обґрунтовано, креативно й нестандартно мислити, розв'язуючи реальні управлінські проблеми сучасного національного та міжнародного бізнесу. Комплект завдань вступного іспиту в магістратуру за освітньою програмою «Бізнес-адміністрування» складається з таких елементів:

- тестові питання;
- теоретичне питання науково-аналітичного характеру щодо сучасних проблем міжнародного бізнесу;
- комплексне ситуаційне завдання: кейс по конкретному підприємству;
- комплексне ситуаційне завдання: кейс по реальній управлінській проблемі.

Тестові та теоретичне питання покликані виявити загальну економічну ерудицію абітурієнта через розуміння тенденцій функціонування міжнародного бізнесу. Вони охоплюють проблематику за чотирма фаховими модулями: «Мікроекономічні аспекти розвитку

міжнародного бізнесу», «Макроекономічні аспекти розвитку міжнародного бізнесу», «Міжнародний маркетинг як теорія і практика міжнародного бізнесу» та «Проблеми функціонування суб'єктів господарської діяльності на міжнародних ринках».

Комплексні ситуаційні завдання покликані виявити здібності абітурієнта до аналітичної роботи, абстрактного мислення та креативні якості. Вони передбачають розв'язання та обґрунтування відповіді щодо проблемної ситуації, що виникає при здійсненні ринкової діяльності суб'єктами міжнародних економічних відносин на ринку України або міжнародних ринках.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДЕЙ ВСТУПНИКА

При оцінюванні знань абітурієнтів на вступному іспиті за освітньою програмою «Бізнес-адміністрування» враховуються його письмова відповідь на питання екзаменаційного білету.

Максимальна кількість балів, яку можна набрати, правильно виконавши всі завдання – 200 балів.

№	Характер завдання	Макс. кількість балів
1	Тестове завдання	100 балів
2	Теоретичне питання проблемного характеру	30 балів
3	Комплексне ситуаційне завдання: кейс по конкретному підприємству	35 балів
4	Комплексне ситуаційне завдання: кейс по реальній управлінській проблемі	35 балів
Всього		200 балів

Тестові питання (має 100 балів)

№ питання	Має кількість балів за питання
1-18	2
19-26	4
27-30	8
Всього	100 балів

Теоретичне питання науково-аналітичного проблемного характеру (має 30 балів)

28-30 балів виставляється у випадку надання правильної, добре аргументованої відповіді на поставлене питання з аналізом необхідних взаємозв'язків та широким застосуванням категоріального апарату з

проблеми, що досліджується. Абітурієнт демонструє високий рівень економічної ерудиції та відмінне розуміння тенденцій функціонування міжнародного бізнесу. Факти та чинники є відмінно підібраними та добре аргументованими з бездоганною логічністю взаємозв'язків.

23-27 балів виставляється при наданні правильної, проте неповно аргументованої відповіді на поставлене питання з неповним аналізом необхідних взаємозв'язків та обмеженим застосуванням категоріального апарату з проблеми, що досліджується. Абітурієнт демонструє достатній рівень економічної ерудиції та добре розуміння тенденцій функціонування міжнародного бізнесу. Факти та чинники є добре підібраними та достатньо аргументованими, проте є незначні проблеми з логічністю взаємозв'язків.

18-22 балів виставляється у випадку подачі обривкових відомостей про суть питання, неможливості проаналізувати причинно-наслідкові зв'язки по даній проблемі з помилковим застосуванням категоріального апарату з аналізованої проблеми. Абітурієнт демонструє невисокий рівень економічної ерудиції та задовільне розуміння тенденцій функціонування міжнародного бізнесу. Факти та чинники подано неструктуровано, без логічних взаємозв'язків.

0-17 балів виставляється абітурієнту, який демонструє нерозуміння суті питання та взаємозв'язків між процесами, що розглядаються, демонструє незнання категоріального апарату з проблеми. Рівень економічної ерудиції вкрай низький. Відсутнє розуміння тенденцій функціонування міжнародного бізнесу. Відповідь є необґрунтованою та не підтверджується необхідними фактами та чинниками.

Комплексні ситуаційні завдання (має 35 балів по кожному)

Результат виконання комплексного ситуаційного завдання оцінюється за такими критеріями:

- комплексність аналізу джерел формування проблеми;
- кількість та аргументованість висунутих гіпотез вирішення проблеми, їх підтвердження кількісними показниками;
- чіткість та практична значущість сформульованих висновків, їх відповідність проблемі, що вирішується;
- відповідність запропонованого рішення поставленій проблемі;
- вміння застосовувати категоріальний апарат;
- форма викладення матеріалу.

32-35 балів виставляється у випадку комплексного аналізу досліджуваної проблеми: джерел її формування та можливих шляхів вирішення, підкріплених чисельними показниками. Матеріал викладено чітко з широким застосуванням категоріального апарату щодо проблеми, що досліджується. Абітурієнт демонструє відмінні здібності до аналітичної роботи, абстрактного мислення та креативні якості. Відповідь

є добре обґрунтованою, логічною та реалістичною з точки зору можливості її впровадження у бізнес-середовищі.

27-31 балів виставляється вступнику в разі детального аналізу джерел виникнення проблеми та можливих гіпотез її вирішення з недостатнім наповненням відповіді чисельною та фактичною інформацією. Матеріал викладено чітко із застосуванням категоріального апарату щодо проблеми, що досліджується. Абітурієнт демонструє добрі здібності до аналітичної роботи, абстрактного мислення та креативні якості. Відповідь є достатньо обґрунтованою, логічною та реалістичною з точки зору можливості її впровадження у бізнес-середовищі.

21-26 балів виставляється вступнику, який проаналізував джерела виникнення проблеми, але розглянув лише декілька можливих гіпотез її вирішення без достатньої наукової аргументованості проведеного аналізу й фрагментарним підтвердженням висновків числовою та фактичною інформацією. Матеріал викладено нечітко з обмеженим застосуванням категоріального апарату. Абітурієнт демонструє задовільні здібності до аналітичної роботи, абстрактного мислення та низькі креативні якості. Відповідь є погано обґрунтованою, логічною та реалістичною з точки зору можливості її впровадження у бізнес-середовищі.

0-20 балів виставляється вступнику у випадку неможливості чітко сформулювати проблему, що досліджується, проаналізувати її поточний стан і запропонувати шляхи вирішення, навести приклади розв'язання аналогічних проблем в інших країнах або іншими вченими, провести аналіз запропонованих шляхів вирішення аналізованої проблеми. Абітурієнт демонструє незадовільні здібності до аналітичної роботи, абстрактного мислення, креативність відсутня. Відповідь є необґрунтованою, нелогічною та нереалістичною з точки зору можливості її впровадження у бізнес-середовищі.