

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

***ПРОГРАМА  
ВСТУПНИХ ІСПИТІВ ДЛЯ  
освітньо-кваліфікаційного рівня “спеціаліст” і “магістр”***

Програму затверджено кафедрою міжнародного бізнесу

**Затверджено  
на засіданні кафедри  
протокол № 6  
від 17 грудня 2009 року**

**Київ 2009**

**ПРОГРАМА**  
**вступних випробувань для підготовки**  
**за освітньо-кваліфікаційними рівнями**  
**“спеціаліст” і “магістр”**  
**за спеціальністю “міжнародний бізнес”**

Програма вступних випробувань для підготовки за освітньо-кваліфікаційними рівнями “спеціаліст” і “магістр” за спеціальністю “міжнародний бізнес” розроблено на підставі Закону України “Про вищу освіту”, Закону України “Про освіту”, “Умов прийому до вищих навчальних закладів (ВНЗ) України”, затверджених наказом Міністерства освіти і науки України

Вступники повинні володіти ґрунтовними сучасними знаннями з базових дисциплін, що викладаються за напрямком підготовки „міжнародні відносини” спеціальності „міжнародний бізнес”: міжнародний бізнес (вступ до спеціальності), міжнародний менеджмент, міжнародний маркетинг, менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, управління міжнародним бізнесом, корпоративне управління, дипломатичне забезпечення міжнародного бізнесу, інформаційні технології у маркетингу, страхування у міжнародному бізнесі, кон’юнктура світових товарних ринків, розрахунки і платежі у міжнародному бізнесі.

На основі вищезгаданих дисциплін кафедрою підготовлені і затверджені питання до іспиту.

1. “Неокласичне відродження” і новітні монетаристські теорії.
2. Аналіз характеру конкуренції та ринкових дій конкурентів на ринку.
3. Асиметрична інформація та практика прийняття асиметричних рішень в міжнародному бізнесі.
4. Базисні умови поставки товарів.
5. Базові теорії кроскультурного менеджменту.
6. Бенчмаркінг як функція маркетингових досліджень.
7. Бізнес-план фірми: сутність, структура та характеристика основних розділів.

8. Біхевіористичне вчення як складова теорії менеджменту.
9. Брендінг як основа бізнесу та ефективна технологія завоювання та утримання споживача.
10. Види зовнішньоекономічної діяльності, їх класифікація.
11. Глобалізація як прогресуючий та/або регресуючий фактор розвитку міжнародного бізнесу.
12. Діагностика стратегічної конкурентної позиції компанії на світовому ринку.
13. Документація, що супроводжує виконання зовнішньоторговельної комерційної угоди.
14. Дослідження та аналіз маркетингового середовища та умов ринку.
15. Економічна нобелелогія XXI століття.
16. Економічна суть та зміст міжнародного туризму.
17. Електронна комерція як елемент міжнародного бізнесу.
18. Життєвий цикл товару у маркетинговій діяльності фірми.
19. Загальні конкурентні стратегії та умови їх застосування.
20. Злиття та поглинання в міжнародному бізнесі.
21. Зміст міжнародних орендних операцій та види міжнародної оренди.
22. Інноваційний процес як об'єкт функціонального та проектного управління.
23. Інтегровані маркетингові комунікації, їх сутність та види.
24. Класифікація та характеристика основних видів міжнародного бізнесу.
25. Комплекс маркетингу та маркетинг-менеджмент в системі підприємництва.
26. Логістика, її види та основні принципи побудови й функціонування логістичних систем.
27. Маркетингові засоби інтенсифікації ЗЕД підприємства.
28. Маркетингові стратегії та сегментація світового ринку.
29. Матриця Бостонської консультативної групи як метод оцінки позиції фірми на ринку.
30. Методи маркетингових досліджень.
31. Механізм та інструменти валютного регулювання.
32. Міжнародна виробничо-збутова кооперація.

33. Міжнародна практика використання знижок та надбавок до цін товарів, що плануються до експорту.
34. Міжнародний інжиніринг та види інжинірингових послуг.
35. Міжнародні виставки та ярмарки.
36. Міжнародні й національні маркетингові організації.
37. Міжнародні товарні аукціони: практика проведення та організаційні форми.
38. Міжнародні товарні біржі: зміст торгівлі та техніка проведення операцій.
39. Міжнародні торги: класифікація та організація проведення.
40. Модель конкуренції М.Портера.
41. Організаційні фірми міжнародного виробничо-технічного співробітництва.
42. Організація і контроль міжнародної маркетингової діяльності.
43. Організація міжнародного маркетингового дослідження.
44. Організація та проведення ділових переговорів.
45. Основні види ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємств, їх визначення та класифікація.
46. Особливості проведення сучасних міжнародних рекламних кампаній.
47. Офшорні операції в міжнародній торгівлі. Суть поняття “податкова гавань”.
48. Оцінка господарського портфелю фірми з використанням матричного аналізу.
49. Оцінка конкурентоспроможності товару, що планується до експорту.
50. Пабліситі і паблік рилейшнз у комунікаційній політиці підприємства.
51. Підготовка та підписання ліцензійної угоди з купівлі-продажу інтелектуальної власності.
52. Поняття і види торгово-посередницьких операцій.
53. Поняття національної, корпоративної та організаційної культури в міжнародному бізнесі.
54. Порядок оподаткування в основних країнах-партнерах України (на прикладі ЄС).
55. Принципи і методи дослідження міжнародної економічної інформації.

56. Принципи побудови та види організаційних структур міжнародних корпорацій.
57. Причини та форми виходу українських компаній на зовнішні ринки.
58. Проблеми світового господарства в працях нобелівських лауреатів.
59. Переваги і проблеми членства України в СОТ.
60. Процедури і техніка підготовки й проведення міжнародної торгової угоди при прямих зв'язках між контрагентами.
61. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності на національному та наднаціональному рівнях.
62. Роль консалтингу в управлінні бізнесом.
63. Сегментування та позиціонування на ринку товарів та послуг.
64. Середовище міжнародного бізнесу: суть, структура і моніторинг.
65. Система маркетингової інформації у міжнародному бізнесі.
66. Система управління персоналом організації.
67. Стратегії проникнення на зовнішні ринки.
68. Стратегічне і тактичне планування маркетингової діяльності підприємства.
69. Стратегічний менеджмент як процес, його структура та зміст основних елементів.
70. Структура міжнародного контракту купівлі-продажу.
71. Сутність SWOT-аналізу у маркетингу.
72. Сутність та система показників фінансового аналізу інвестиційних проєктів.
73. Суть лізингу та механізм його використання у міжнародній комерційній практиці.
74. Суть ситуаційного підходу в сучасних теоріях менеджменту.
75. Суть та класифікація міжнародних зустрічних угод.
76. Сучасні концепції маркетингу, їх сутність та цілі.
77. Сучасні форми страхування фінансових ризиків у зовнішньоекономічній діяльності.
78. Теорії міжнародної торгівлі: суть та генеза.
79. Теорії системного підходу до дослідження управління.

80. Теорія раціональних очікувань як радикальна макроекономічна теорія сучасності.
81. Товарний знак та його застосування в цілях реклами.
82. Торгові звичаї та їх значення в міжнародній торгівлі.
83. Умови та особливості розвитку бізнесу в Україні.
84. Управлінські рішення та методика їх прийняття.
85. Фактори привабливості українського ринку для іноземних компаній.
86. Форми міжнародних розрахунків.
87. Франчайзинг товарів та послуг.
88. Характеристика митних режимів в Україні та практика їх застосування.
89. Цілі, структура і зміст міжнародних стандартів якості.
90. Цінова політика та ціноутворюючі фактори, що діють на внутрішніх та зовнішніх ринках.
91. Проблеми міжнародної торгівлі у працях лауреата Нобелівської премії 2008 року.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### до програми вступних випробувань для підготовки за освітньо-кваліфікаційними рівнями “спеціаліст” і “магістр” за спеціальністю “Міжнародний бізнес”

1. Черняк В.З. Популярная история экономики и бизнеса. – Вече, М. 2002.
2. История экономических учений. Учеб. пособие под ред. В.Автономова и др. М. – ИНФРА, 2003. гл.18, 19.
3. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України. Підручник. К. 2003.
4. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент. Навчально-методичний посібник. К.2004.
5. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ.- К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. – 856с.
6. Дэниэлс Дж.Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: Внешняя среда и деловые операции: Пер. с англ. – 6-е изд. – М.: Дело Лтд, 1994. – 784с.
7. Макогон Ю.В., Орехова Т.В. Международный менеджмент: Курс лекций. – Донецк: Дон НУ, 2003. – 277с.
8. Джон Д. Дениелс, Ли Х. Радеба. Международный бизнес. - М.: Дело Лтд, 1994, - 84 с.
9. Міжнародний бізнес / під ред. В.А. Вергун – Підручник. – К.: Видавничо – поліграфічний центр «Київський університет», 2007. – 499 с.
10. Международный менеджмент / под ред. Пивоварова С.Э., Тарасовича Л.С., Майзеля А.И. - СПб : Питер, 2001 - 576с.
11. Регмен Д.Д., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Д.В. Современный бизнес : Учебник : в2т. - М : Республика, 1995. - Т.1.- 431 с; т.2 - 479 с.
12. Чарльз В.Л. Гіл. Міжнародний бізнес : конкуренція
13. Балабанова Л.В. Маркетинг: Підручник для студ. Вузів. – Донецьк, 2002-562 с.
14. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Холгер. Маркетинг: Учебник для вузов.- М, 205- 702 с.
15. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. вузів.- К.:”Лібра”- 2002. – 712 с.
16. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг (сокр. пер. с англ.).- М.: Сирин, 2005.- 308 с.
17. Багорова І.В., Редіна Н.І., Власик В.Є., Гетьман О.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004.
18. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. Учебник. – М.,1996.
19. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. Практикум. – М.,1999.
20. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Знання-Прес, 2002.

21. Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С., Григор'єв О.Ю., Босак А.О. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. Посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2004.
22. Коломацька С.П. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні: правове регулювання та гарантії здійснення: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2004.
23. Страхування : Підручник / Ред.В.Д.Базилевич. – К. : Знання, 2008. - 1019с.
24. Страхування : Підручник/Керівник авт. кол. С.С.Осадець.-К.:КНЕУ,2006.-599с.
25. Клапків М.С. Страхування фінансових ризиків. - Тернопіль: Економічна думка, 2002. – 570 с
26. Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.І. Ризикологія в економіці та підприємстві : Монографія.-К.: КНЕУ, розділ 2.
27. Грищенко Н.Б.Эволюция форм страховой защиты// Финансы.- 2002.-№12.- с. 51-55.
28. Теория и практика страхования. Учебное пособие – М.: Анкил, 2003 –с.704
29. А.Н.Залетов Страхование в Украине. –К.: Международная агенція “Beezone”, 2006.- 452 с.
30. Д.П. Расшивалов Страхове посередництво: теорія та практика. Навч. Посібник. За ред. О.М. Залетова – К.: Международная агенція “Beezone”, 2004.- розділ 1.3, 4.3 та 2.4.
31. Д.П. Расшивалов в Міжнародні фінанси Підручник. За ред.О.І.Рогачаа – К.: - Либідь 2003.- 784 с., розділ 34.
32. Д.П. Расшивалов Формування інфраструктури страхового ринку України в умовах обмеженої перестрахової ємності //Стратегія економічного розвитку України, Збірник наукових праць, Вип.. 10. , КНЕУ, 2004.
33. Березовенко С.М. Кон'юнктура світових товарних ринків: підручник –К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2008.- 271 с.
34. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. – 2-е вид./Під ред. Проф. О.О. Шубіна. – К.: НМЦВО МОІН України, 2004 – 816с.
35. Кон'юнктура ринків: Завдання та метод. вказівки до контр. роботи №1 для студ. заоч. форми навч. спец. 6.050108 "Маркетинг", 6.050107 "Економіка підприємства" / Укоопспілка; Львівська комерційна академія / Л.О. Іванова (уклад.). — Л.: Видавництво Львівської комерційної академії, 2003. — 16с.
36. Методологічні основи аналізу ринкової кон'юнктури: Текст лекції з курсу "Кон'юнктура ринків" для самостійного вивчення студ. екон. спец. / Укоопспілка; Львівська комерційна академія / Л.О. Іванова (уклала). — Л.: Видавництво Львівської комерційної академії, 2004. — 16 с.
37. Основи методики дослідження економічної кон'юнктури: Текст лекцій з курсу "Кон'юнктура ринків" для самостійного вивчення студ. екон. спец. / Укоопспілка; Львівська комерційна академія / Л.О. Іванова (уклала). — Л.: Видавництво Львівської комерційної академії, 2004. — 31 с.
38. Показники ринкової кон'юнктури: Текст лекції з курсу "Кон'юнктура ринків" для самост. вивч. студ. екон. спец. / Укоопспілка; Львівська комерційна

академія / Л.О. Іванова (уклад.) — Л.: Видавництво Львівської комерційної академії, 2004. — 19с.

39. Фактори формування і розвитку економічної кон'юнктури: Текст лекції з курсу "Кон'юнктура ринків" для самостійного вивч. студ. екон. спец. / Укоопспілка; Львівська комерційна академія / Л.О. Іванова (уклад.). — Л.: Видавництво Львівської комерційної академії, 2003. — 27с.

**Приклади білетів  
екзамену для вступу на навчання за ОКР «магістр», «спеціаліст»  
за спеціальністю «Міжнародний бізнес»**

**ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № А**

1. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності на національному та наднаціональному рівнях.
2. Роль консалтингу в управлінні бізнесом.
3. Маркетингові стратегії проникнення на зовнішні ринки.

**ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № В**

1. Асиметрична інформація та практика прийняття асиметричних рішень в міжнародному бізнесі.
2. Міжнародний інжиніринг та види інжинірингових послуг.
3. Стратегічне і тактичне планування маркетингової діяльності підприємства.

**ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № С**

1. Структура SWOT аналізу, його якісні та кількісні методики
2. Організація і контроль міжнародної маркетингової діяльності.
3. Соціалізація бізнесу. “Соціальний капітал” Ф.Фукуями.