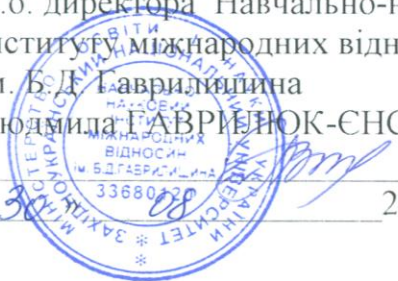


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Західноукраїнський національний університет  
Навчально-науковий інститут міжнародних  
відносин ім. Б.Д. Гаврилишина

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

В.о. директора Навчально-наукового  
інституту міжнародних відносин  
ім. Б.Д. Гаврилишина  
Людмила ГАВРИШОК-ЄНСЕН

« 30 » 2024 р.



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор з науково-педагогічної  
роботи  
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« 30 » 2024 р.



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Директор навчально-наукового  
інституту новітніх освітніх  
технологій

Святослав ПИТЕЛЬ

« 30 » 2024 р.



## РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни

«МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС»

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань 29 Міжнародні відносини

Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини

Освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»

Кафедра міжнародних економічних відносин

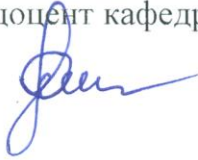
Форма навч.	Курс	Семестр	Лекції (год)	Практ. (год)	ІРС (год)	Тренінг (год)	СРС (год)	Разом (год)	Екзамен (сем.)
Денна	1	2	30	30	4	8	78	150	2
Заочна	1	2	8	4	-	-	138	150	2

30.08.2024р.

Тернопіль ЗУНУ– 2024

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні галузі знань 29 Міжнародні відносини, спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини, затвердженої Вченою радою ЗУНУ (протокол № 11 від 26.06.2024 р.).

Робочу програму склала: доцент кафедри міжнародних економічних відносин, к.е.н., доцент Оксана МИГАЛЬ



Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин», протокол № 1 від 27.08.2024 р.

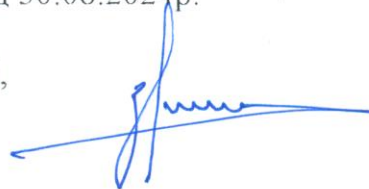
Завідувач кафедри,  
д.е.н, професор



Роман ЗВАРИЧ

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини», протокол № 2 від 30.08.2024р.

Голова групи забезпечення спеціальності,  
д.е.н., професор



Роман ЗВАРИЧ

Гарант ОПП, доцент



Оксана МИГАЛЬ

# СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Міжнародний бізнес»

## 1. Опис дисципліни «Міжнародний бізнес»

Дисципліна «Міжнародний бізнес»	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів: ECTS – 5	Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»	Статус дисципліни: обов'язкова Мова викладання: англійська
Кількість залікових модулів – 5	Спеціальність – 073 «Менеджмент»	Рік підготовки : ДФН – 1 ЗФН -1 Семестр : ДФН – 2 ЗФН -2
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Лекції : ДФН – 30год. ЗФН -8год. Практичні роботи ДФН - 30 год. ЗФН – 4 год.
Загальна кількість годин: – 150		Індивідуальна робота – 4 год.  Тренінг – 8 год  Самостійна робота: ДФН - 78 год. ЗФН – 138 год.
Тижневих годин – 10 год, з них аудиторних – 4 год		Вид підсумкового контролю – екзамен

## 2. Мета і завдання дисципліни «Міжнародний бізнес»

**2.1. Мета вивчення дисципліни.** Метою курсу «Міжнародний бізнес» є формування у майбутніх фахівців знань у сфері організації і управління бізнесом на міжнародних ринках з урахуванням усіх факторів міжнародного бізнес-середовища. Дисципліна «Міжнародний бізнес» дає теоретичну та практичну підготовку майбутнім фахівцям щодо розвитку різноманітних видів міжнародного бізнесу та управління ними, дослідження впливу факторів міжнародного бізнес-середовища на діяльність компанії, формування ефективних міжнародних бізнес-стратегій, виявлення особливостей бізнес-етикету різних країн, формування корпоративної культури та корпоративного іміджу компанії та міжнародних ринках, розвитку програм соціальної відповідальності бізнесу на міжнародних ринках.

**2.2. Завдання вивчення дисципліни:** набуття студентами професійних компетентностей та вмінь використовувати сучасні інструменти та технології для організації і ведення міжнародного бізнесу, аналізувати вплив факторів міжнародного бізнес-середовища на діяльність транснаціональних корпорацій.

**Завдання лекційних занять:** теоретична підготовка студентів з питань основних принципів та завдань ведення міжнародного бізнесу, оцінки впливу факторів міжнародного бізнес-середовища на діяльність компанії на міжнародних ринках.

**Завдання практичних занять:** набуття студентами практичних навиків з організації міжнародного бізнесу, розробки та розвитку міжнародних бізнес-стратегій, дослідження впливу окремих факторів міжнародного бізнес-середовища на діяльність компанії на міжнародних ринках.

**2.3. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес»:**

ЗК4. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК11. Здатність працювати в команді.

**2.4. Передумови вивчення дисципліни:**

Передумовою вивчення дисципліни є наявність знань, вмінь та навичок здобутих в результаті вивчення окремих тем та розділів таких предметів, як: «Мікроекономіка», «Міжнародні відносини та світова політика».

**2.5. Результати навчання.**

Результати навчання згідно ОПП:

ПРН5. Володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути зрозумілим для представників інших бізнес-культур та професійних груп різного рівня (з фахівцями з інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності, толерантності та поваги до них.

ПРН15. Визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.

### **3. Програма навчальної дисципліни «Міжнародний бізнес»**

#### **Змістовий модуль 1. Міжнародний бізнес в епоху глобалізації**

##### **Тема 1. Міжнародний бізнес в епоху глобалізації.**

Концепція глобалізації та міжнародний бізнес. Причини формування та розвитку міжнародного бізнесу. Переваги та недоліки міжнародного бізнесу. Підходи до міжнародного бізнесу.

##### **Тема 2. Види міжнародного бізнесу.**

Вибір способу виходу на міжнародний ринок. Основні види міжнародного бізнесу. Імпорт та експорт. Ліцензування. Франчайзинг. Аутсорсинг та офшоринг. Пряме іноземне інвестування. Спільне підприємництво та стратегічне партнерство. Мультинаціональні компанії.

##### **Тема 3. Інтернаціоналізація бізнесу як основа глобалізації.**

Сутність та форми інтернаціоналізації. Інтеграція національної економіки в світову як фактор економічного зростання. Етапи інтернаціоналізації.

##### **Тема 4. Міжнародне бізнес-середовище.**

Фактори міжнародного бізнес-середовища. Характеристика економічного середовища. Характеристика політичного середовища. Характеристика культурного середовища. Характеристика соціального середовища. Характеристика технологічного середовища.

#### **Змістовий модуль 2. Розробка та розвиток стратегії міжнародного бізнесу**

##### **Тема 5. Роль культури в міжнародному бізнесі.**

Сутність культури та її значення в міжнародному бізнесі. Характеристика основних елементів культури. Важливість культури в різноманітних бізнес-контекстах. Типологія культурних вимірів Хофстеде. Ефективні стратегії адаптації міжнародного бізнесу до місцевої культури.

#### **Тема 6. Дослідження міжнародних ринків**

Важливість інформації в міжнародному бізнесі. Глобальні і міжнародні інформаційні джерела. Роль маркетингових досліджень в міжнародному бізнесі. Види маркетингових досліджень. Інструменти аналізу міжнародного бізнес-середовища.

#### **Тема 7. Міжнародний бізнес-етикет.**

Важливість міжнародного бізнес-етикету. Ключові відмінності в міжнародному бізнес-етикеті. Особливості бізнес-етикету різних країн світу.

#### **Тема 8. Стратегія міжнародного бізнесу.**

Поняття та сутність міжнародної стратегії. Характеристика основних стратегій в міжнародному бізнесі. Основні стратегії STP-маркетингу на міжнародних ринках. Характеристика основних конкурентних стратегій в міжнародному бізнесі.

#### **Тема 9. Корпоративний імідж та брендинг в міжнародному бізнесі.**

Поняття та сутність корпоративного іміджу в міжнародному бізнесі. Елементи корпоративної ідентичності. Відмінність між корпоративним іміджем та корпоративною ідентичністю. Брендинг в міжнародному бізнесі.

#### **Тема 10. Соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі.**

Еволюція корпоративної соціальної відповідальності та її види. Основні чинники, що спонукають міжнародний бізнес до соціальної відповідальності. Розробка програм соціальної відповідальності для міжнародного бізнесу.

### **4. Структура залікового кредиту дисципліни «Міжнародний бізнес» денна форма навчання**

	Кількість годин					
	Лекції	Прак. заняття	Індивід. робота	Тренінг	СРС	Контрольні заходи
<b>Змістовий модуль 1. Міжнародний бізнес в епоху глобалізації</b>						
<i>Тема 1.</i> Міжнародний бізнес в епоху глобалізації	2	2	2	3	4	Опитування
<i>Тема 2.</i> Види міжнародного бізнесу	4	4			6	
<i>Тема 3.</i> Інтернаціоналізація бізнесу як основа глобалізації	2	2			7	
<i>Тема 4.</i> Міжнародне бізнес-середовище	2	2			9	
<b>Змістовий модуль 2. Розробка та розвиток стратегії міжнародного бізнесу</b>						
<i>Тема 5.</i> Роль культури в міжнародному бізнесі	2	2	2	5	8	Опитування
<i>Тема 6.</i> Дослідження міжнародних ринків	2	2			9	
<i>Тема 7.</i> Міжнародний бізнес-етикет	4	4			8	
<i>Тема 8.</i> Стратегія міжнародного бізнесу	4	4			8	
<i>Тема 9.</i> Корпоративний імідж та брендинг в міжнародному бізнесі	4	4			9	
<i>Тема 10.</i> Соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі	4	4			10	
<b>Разом:</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>78</b>	

## Заочна форма навчання

	Кількість годин		
	Лекції	Прак. заняття	СРС
<i>Тема 2. Міжнародний бізнес в епоху глобалізації</i>			12
<i>Тема 2. Види міжнародного бізнесу</i>	2	2	14
<i>Тема 3. Інтернаціоналізація бізнесу як основа глобалізації</i>			14
<i>Тема 4. Міжнародне бізнес-середовище</i>	2		14
<i>Тема 5. Роль культури в міжнародному бізнесі</i>			14
<i>Тема 6. Дослідження міжнародних ринків</i>	2	2	14
<i>Тема 7. Міжнародний бізнес-етикет</i>			14
<i>Тема 8. Стратегія міжнародного бізнесу</i>	2		14
<i>Тема 9. Корпоративний імідж та брендинг в міжнародному бізнесі</i>			14
<i>Тема 10. Соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі</i>			14
<b>Разом:</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>138</b>

## 5. Тематика практичних занять

### Практичне заняття № 1.

#### *Тема 1. Міжнародний бізнес в епоху глобалізації*

**Мета:** розуміти основи міжнародного бізнесу, причини його розвитку та вплив глобалізації на діяльність підприємств.

**Питання для обговорення:**

1. Концепція глобалізації та міжнародний бізнес.
2. Причини формування та розвитку міжнародного бізнесу.
3. Переваги та недоліки міжнародного бізнесу.
4. Підходи до міжнародного бізнесу.

### Практичне заняття № 2.

#### *Тема 2. Види міжнародного бізнесу*

**Мета:** розуміти особливості застосування різних видів міжнародного бізнесу на міжнародних ринках.

**Питання для обговорення:**

1. Вибір способу виходу на міжнародний ринок. Основні види міжнародного бізнесу.
2. Імпорт та експорт.
3. Ліцензування.
4. Франчайзинг.

### Практичне заняття № 3.

#### *Тема 2. Види міжнародного бізнесу*

**Мета:** розуміти особливості застосування різних видів міжнародного бізнесу на міжнародних ринках.

**Питання для обговорення:**

1. Аутсорсинг та офшоринг.
2. Пряме іноземне інвестування.
3. Спільне підприємництво та стратегічне партнерство.
4. Мультинаціональні компанії.

### Практичне заняття № 4.

#### *Тема 3. Інтернаціоналізація бізнесу як основа глобалізації*

**Мета:** розуміти процеси інтернаціоналізації та глобалізації та вміти виявляти їх вплив на міжнародний бізнес

**Питання для обговорення:**

1. Сутність та форми інтернаціоналізації.

2. Інтеграція національної економіки в світову як фактор економічного зростання.
3. Етапи інтернаціоналізації.

#### **Практичне заняття № 5.**

##### **Тема 4. Міжнародне бізнес-середовище**

**Мета:** вміти аналізувати вплив факторів міжнародного бізнес-середовища на діяльність компаній

**Питання для обговорення:**

1. Фактори міжнародного бізнес-середовища.
2. Характеристика економічного середовища.
3. Характеристика політичного середовища.
4. Характеристика культурного середовища.
5. Характеристика соціального середовища.
6. Характеристика технологічного середовища.

#### **Практичне заняття № 6.**

##### **Тема 5. Роль культури в міжнародному бізнесі**

**Мета:** знати особливості культурних відмінностей в різних країнах світу

**Питання для обговорення:**

1. Сутність культури та її значення в міжнародному бізнесі.
2. Характеристика основних елементів культури.
3. Важливість культури в різноманітних бізнес-контекстах.
1. Типологія культурних вимірів Хофстеде.
2. Ефективні стратегії адаптації міжнародного бізнесу до місцевої культури.

#### **Практичне заняття № 7.**

##### **Тема 6. Дослідження міжнародних ринків**

**Мета:** розвиток навичок аналізу ринкових умов, оцінки можливостей і ризиків, а також формування стратегій виходу на міжнародні ринки для успішного управління бізнесом.

**Питання для обговорення:**

1. Важливість інформації в міжнародному бізнесі.
2. Глобальні і міжнародні інформаційні джерела.
3. Роль маркетингових досліджень в міжнародному бізнесі. Види маркетингових досліджень.
4. Інструменти аналізу міжнародного бізнес-середовища.

#### **Практичне заняття № 8.**

##### **Тема 7. Міжнародний бізнес-етикет**

**Мета:** знати особливості бізнес-етикету кожної країни світу

**Питання для обговорення:**

1. Важливість міжнародного бізнес-етикету.
2. Ключові відмінності в міжнародному бізнес-етикеті.

#### **Практичне заняття № 9.**

##### **Тема 7. Міжнародний бізнес-етикет**

**Мета:** знати особливості бізнес-етикету кожної країни світу

**Питання для обговорення:**

1. Особливості бізнес-етикету різних країн світу.

#### **Практичне заняття № 10.**

##### **Тема 8. Стратегія міжнародного бізнесу**

**Мета:** знати основні стратегії міжнародного бізнесу

**Питання для обговорення:**

1. Поняття та сутність міжнародної стратегії.
2. Характеристика основних стратегій в міжнародному бізнесі.

#### **Практичне заняття № 11.**

##### **Тема 8. Стратегія міжнародного бізнесу**

**Мета:** вміти розробляти стратегії міжнародного бізнесу

**Питання для обговорення:**

1. Основні стратегії STP-маркетингу на міжнародних ринках.
2. Характеристика основних конкурентних стратегій в міжнародному бізнесі.

#### **Практичне заняття № 12.**

##### **Тема 9. Корпоративний імідж та брендинг в міжнародному бізнесі**

**Мета:** розуміти процес формування корпоративного іміджу в міжнародному бізнесі

**Питання для обговорення:**

1. Поняття та сутність корпоративного іміджу в міжнародному бізнесі.
2. Елементи корпоративної ідентичності.

#### **Практичне заняття № 13.**

##### **Тема 9. Корпоративний імідж та брендинг в міжнародному бізнесі**

**Мета:** розуміти процес формування брендингу в міжнародному бізнесі

**Питання для обговорення:**

1. Відмінність між корпоративним іміджем та корпоративною ідентичністю.
2. Брендинг в міжнародному бізнесі.

#### **Практичне заняття № 14.**

##### **Тема 10. Соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі**

**Мета:** знати особливості формування програм соціальної відповідальності для міжнародного бізнесу

**Питання для обговорення:**

1. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності та її види.
2. Основні чинники, що спонукають міжнародний бізнес до соціальної відповідальності.

#### **Практичне заняття № 15.**

##### **Тема 10. Соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі**

**Мета:** вміти розробляти програми соціальної відповідальності для міжнародного бізнесу

**Питання для обговорення:**

1. Розробка програм соціальної відповідальності для міжнародного бізнесу.

## **6. Тренінг**

Тренінг охоплює усі ключові теми курсу і проводиться з метою закріплення отриманих знань та виявлення розуміння студентами пройденого матеріалу; оволодіння навичками аналізу та планування для прийняття ефективних рішень в сфері міжнародного бізнесу.

Тренінг з «Міжнародного бізнесу» передбачає розробку студентами міжнародної бізнес-стратегії для конкретних підприємств. *Етапність виконання завдання:*

- визначення цілей та напрямків діяльності компанії на міжнародних ринках;
- вибір та обґрунтування засобів для досягнення кінцевих цілей;
- розробка етапності реалізації обраної бізнес-стратегії на міжнародних ринках;
- підготовка звіту з тренінгу, його представлення і захист.

Тренінг дозволить отримати студентам практичні навички аналізу та прийняття управлінських рішень у сфері міжнародного бізнесу, враховуючи умови правдиво описаної господарської ситуації. Розробка стратегії міжнародного бізнесу здійснюється командою студентів (2-4 осіб). Індивідуальний внесок окремого учасника у виконання завдання має бути представлений на кожному етапі захисту. Результати роботи над кейсом рекомендується подавати у вигляді презентації, які на захисті слід представити одночасно і в електронному, і паперовому варіантах.

## **7. Самостійна робота студентів**

Для підвищення практичної підготовки та формування професійних компетенцій студентів передбачено виконання самостійної роботи. Ця робота охоплює всі основні теми курсу і спрямована на закріплення знань, а також на перевірку розуміння студентами пройденого матеріалу. Вона допоможе студентам опанувати навички аналізу та планування, необхідні для прийняття ефективних рішень у сфері міжнародного бізнесу.

Завдання самостійної роботи полягає в аналізі ситуації та прийнятті управлінських рішень з урахуванням умов конкретної країни. Результати дослідження слід представити у вигляді презентації, як в електронному, так і в паперовому форматах.



*Рекомендований перелік країн для виконання СР:*

1. Особливості міжнародного бізнесу в Польщі.
2. Особливості міжнародного бізнесу в Німеччині.
3. Особливості міжнародного бізнесу в Австрії.
4. Особливості міжнародного бізнесу в Швейцарії.
5. Особливості міжнародного бізнесу в Франції.
6. Особливості міжнародного бізнесу в Італії.
7. Особливості міжнародного бізнесу в Іспанії.
8. Особливості міжнародного бізнесу в Португалії.
9. Особливості міжнародного бізнесу в Данії.
10. Особливості міжнародного бізнесу в Швеції.
11. Особливості міжнародного бізнесу в Норвегії.
12. Особливості міжнародного бізнесу в Бельгії.
13. Особливості міжнародного бізнесу в США.
14. Особливості міжнародного бізнесу в Мексиці.
15. Особливості міжнародного бізнесу в Аргентині.
16. Особливості міжнародного бізнесу в Чехії.
17. Особливості міжнародного бізнесу в Австралії.
18. Особливості міжнародного бізнесу в Латвії.
19. Особливості міжнародного бізнесу в Китаї.
20. Особливості міжнародного бізнесу в Японії.
21. Особливості міжнародного бізнесу в Південній Кореї.
22. Особливості міжнародного бізнесу в Алжирі.
23. Особливості міжнародного бізнесу в Єгипті.
24. Особливості міжнародного бізнесу в Об'єднаних Арабських Еміратах.
25. Особливості міжнародного бізнесу в Словаччині.
26. Особливості міжнародного бізнесу в Великобританії.
27. Особливості міжнародного бізнесу в Бразилії.
28. Особливості міжнародного бізнесу в Ізраїлі.
29. Особливості міжнародного бізнесу в Греції.
30. Особливості міжнародного бізнесу в Румунії.

## **8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання**

У процесі вивчення дисципліни «Міжнародний бізнес» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- поточне опитування;
- модульний контроль;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів СРС;
- тренінг;
- екзамен.

## **9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю**

В процесі вивчення дисципліни використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента за 100-бальною шкалою:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4	Модуль 5
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінг	Самостійна робота	Екзамен
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять 1-5.	1. Теоретичне питання – макс. 40 балів. Практичне завдання – макс. 60 балів. Теми 1-4.	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять 6-15.	1. Теоретичні питання (2 пит.) – макс. 60 балів. 2. Практичне завдання – макс. 40 балів. Теми 6-10.	Оцінка за виконання тренінгового завдання.	Оцінка за виконання самостійної роботи.	1. Відповідь на два запитання, кожне з яких = 20 балів а у підсумку = 40 балів. 2. Практичне завдання = 60 балів.

#### Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

### 10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійне забезпечення викладання лекцій (проектор; on-line платформи: Zoom; Google Meet).	1-10
2.	Система дистанційного навчання ЗУНУ moodle.wunu.edu.ua	1-10
3.	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: MS Office	1-10
4.	Телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox).	1-10

## РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Alain Verbeke, I.H. Ian Lee. International business strategy. 3<sup>rd</sup> edition. 2021. 675 p.
2. Алгоритм експорту. Що потрібно знати українському експортеру. URL: [http://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/algorithm\\_eksportu.pdf](http://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/algorithm_eksportu.pdf) (дата звернення: 17.08.2021 р.).
3. Болквядзе, Н., & Мигаль, О. (2022). Вантажні перевезення автомобільним транспортом в міжнародному бізнесі. *Економіка та суспільство*, (46). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-20>
4. Болквядзе, Н., Братко, О., & Мигаль, О. (2023). Впровадження штучного інтелекту в бізнес-діяльність компанії. *Економіка та суспільство*, (58). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-81>
5. Болквядзе, Н.І., Мигаль, О.Ф. (2022). Особливості закупівельної логістики в міжнародному бізнесі. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія «Економічні науки». № 11 (67). 2022р. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8436> URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2022/11/8436>
6. Болквядзе, Н.І., Мигаль, О.Ф. (2022). Особливості застосування INCOTERMS 2020: логістичний аспект в міжнародному бізнесі. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. № 12. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.12.29>
7. Bratko O.S., Myhal O.F., Blazhey I.O. [Consumer behavior trends in Ukraine under rapid technological changes](#). *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». № 8 (28). Серпень 2019. С. 41-46
8. Charles Hill. ISE International business: competing in the global market place. 13<sup>th</sup> edition. 2021. 1440 p.
9. Charles Hill. Global business today. 12<sup>th</sup> edition. 2022. 640 p.
10. Charles Hill, G. Tomas M. Hult. Global business today. 11<sup>th</sup> edition. 2020. 532 p.
11. David Deakins. Entrepreneurship: a contemporary and global approach. 1<sup>st</sup> edition. 2021. 296 p.
12. Dluhopolskyi O.V., Ivashuk Y.P., Zatonatska T.H., Myhal O.F., Farion-Melnyk A.I., Kolesnikov A.P. Public geodecology: results of international survey. *Journal of Geology, Geography and Geocology*, Vol. 31(3).Wos., 2022.
13. Ilan Alon. Global marketing. 3<sup>rd</sup> edition. 2020. 666 p.
14. John Wild, Kenneth Wild. International business: the challenges of globalization. 9<sup>th</sup> edition. 2021. 448 p.
15. Larry A. DiMatteo. International business law and the legal environment: a transactional approach. 4<sup>th</sup> edition. 2020. 768 p.
16. Leslie Hamilton, Philip Webster. International business environment. 4<sup>th</sup> edition. 2019. 488 p.
17. Mattew Lee Sawyer. Make it in America: how international companies and entrepreneurs can successfully enter and scale in U.S. markets. 1<sup>st</sup> edition. 2022. 272 p.
18. Richard M. Steers, Joyce S. Osland. Management across cultures: challenges, strategies and skills. 4<sup>th</sup> edition. 2019. 452 p. [loga.gov.ua/sites/default/files/collecti](http://loga.gov.ua/sites/default/files/collecti)
19. Міжнародний бізнес: практикум для студ. спеціальностей «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», «Міжнародні економічні відносини»/ Укладач: Карасьова Н.А. Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. 74 с.
20. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. К.: НАУ, 2019. 164 с.
21. Міжнародний маркетинг: підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.
22. Сазонець О.М. Управління міжнародним бізнесом: навчальний посібник. Рівне: НУВГП, 2019. 338 с.

23. Сохацька, О. М., Мигаль, О. Ф., & Струнгар, А. В. (2024). Екологічні аспекти міжнародної торгівлі: порівняльний аналіз між країнами. *Академічні візії*, (30). вилучено із <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1142>