

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ  
З ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»  
(для студентів ННІНО)  
для студентів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент»**

Курсова робота (КР) з дисципліни виконується відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення, поглиблення та систематизації теоретичних знань та вмінь, набутих студентом у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни у сфері міжнародних економічних відносин із застосуванням навичок індивідуальної та самостійної роботи з використанням різних джерел інформації.

Виконання КР є важливим етапом у підготовці до виконання дипломної роботи майбутнього фахівця з менеджменту.

Конкретна мета КР полягає у глибокому та всебічному розкритті змісту відповідної теми курсової роботи, її найбільш важливих питань із застосуванням інструментарію економічного аналізу для проведення дослідження, програма якого надана в методичних рекомендаціях з курсового проектування.

Для успішного виконання курсової роботи студент повинен знати загальні закономірності розвитку світового господарства, форми прояву цих закономірностей у різних секторах економіки і регіонах, інтеграційних об'єднаннях та окремих країнах; основні механізми регулювання і управління розвитком міжнародних економічних відносин на національному, інтернаціональному та наднаціональному рівнях; вміти формулювати власні погляди стосовно невирішених проблем у сфері МЄВ та обґрунтовувати висновки і пропозиції, спрямовані на їх розв'язання; самостійно аналізувати динамічні якісні зміни у розвитку МЄВ; давати оцінку поточним міжнародним економічним подіям; характеризувати сучасний стан, проблеми та перспективи участі України у світогосподарських зв'язках.

Час, потрібний для виконання КР, – 36 годин самостійної роботи.

Робота виконується українською мовою.

**Обсяг курсової роботи – 30-35 друкованих сторінок** на стандартних аркушах формату А4.

- поля: верхнє – 2 см; ліве – 3 см; нижнє – 2 см; праве – 1 см.
- шрифт – Times New Roman, 14,
- міжрядковий інтервал – 1,5;
- абзацний відступ – 1,25 см;
- вирівнювання – по ширині;
- нумерація сторінок – у правому верхньому кутку аркуша.

**Обов'язкові розділи в КР (послідовно):**

**титульний аркуш;**

**ЗМІСТ,**

**ВСТУП,**

**РОЗДІЛ 1.**

**1.1.**

**1.2.**

**РОЗДІЛ 2.**

**2.1.**

**2.2.**

...

**ВИСНОВКИ,**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.**

Наприкінці роботи подається список використаної літератури. Оформлена належним чином КР студент представляє в установлений термін, після чого воно проходить перевірку викладачем.

При незадовільній оцінці КР вона підлягає доопрацюванню і повторній перевірці.

У КР обов'язково повинна бути:

– аналіз статистичних даних (обов'язково за останні 3-4 роки) щодо основних показників товарообороту країн-учасників інтеграційного союзу, міжнародної організації, нової індустріальної

країни, транснаціональної корпорації або аналітичні дані відносно коштів, що виділяються урядами країн світу на вирішення глобальних проблем;

- власне бачення проблеми, запропонованої до розгляду.

## **Обов'язковим є перевірка студентом КР у програмі на текстові запозичення (плагіат) і роздруківка результатів перевірки.**

### **Вимоги до оформлення окремих частин КР**

У вступі обґрунтовується актуальність і практична значущість обраної теми роботи, особливості постановки і вирішення питань щодо конкретного дослідження. Слід чітко визначити мету та завдання роботи, предмет та об'єкт дослідження, а також надати характеристику інформаційних джерел та використаних методів дослідження.

Обсяг вступу: 2-5 сторінок.

У розділах КР для більшої наочності подачі матеріалів надаватися діаграми, схеми, таблиці тощо. Також доцільно подавати не тільки теорію, проте й

Ілюстрації (схеми, графіки) і таблиці слід подавати в роботі безпосередньо після тексту, де їх згадано вперше, або на наступній сторінці.

Номер рисунку має складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка: наприклад, "Рис. 1.2" (другий рисунок першого розділу). Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщуються послідовно під ілюстрацією по центру.

Таблиці нумерують послідовно у межах розділу. У правому верхньому куті розміщують напис "Таблиця" із зазначенням її номера, який складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка: наприклад, "Таблиця 2.3" (третя таблиця другого розділу) – з правого краю аркуша, нижче по центру розміщується назва таблиці.

**Висновки** є стислою формою результатів проведеного курсового дослідження: коротко наводяться основні теоретичні положення (формулювання проблеми), оцінка результатів дослідження та пропозиції щодо удосконалення досліджуваного напрямку діяльності. Пропозиції повинні бути чіткими.

Обсяг висновків: 3-5 сторінок.

**Список використаної літератури** подається в алфавітному порядку.

Вони розміщуються у такій послідовності:

- а) закони України (у хронологічній послідовності);
- б) укази Президента, постанови Уряду (у хронологічній послідовності);
- в) директивні матеріали міністерств (у хронологічній послідовності);
- г) монографії, брошури, підручники, статті, тези доповідей тощо (абетковий порядок, укр. + рос.);
- д) іншомовні джерела (абетковий порядок, англійською мовою);
- ж) електронні джерела (абетковий порядок, укр. + рос.);
- з) електронні джерела (абетковий порядок, англійською мовою);

Бажано, щоб список літератури містив більше 20 джерел, які були реально використані в роботі і на які є відповідні посилання.

Список літератури послідовно нумерується. За присвоєним порядковим номером в тексті роботи студент здійснює посилання на літературне джерело, не використовуючи його повну назву. Наприклад, [12, с. 145-148] – 12 – № літературного джерела в списку літератури; с. 145–148 сторінки у літературному джерелі, де йдеться про питання, що висвітлюється.

**Номер варіанту курсової роботи визначається за двома останніми цифрами залікової книжки. Якщо дві останні цифри залікової книжки 00 (два нуля), необхідно обрати тему № 100.**

Тематика завдань для виконання курсової роботи:

1. Світова економіка, її ресурси та потенціал розвитку.
2. Основні тенденції розвитку сучасного світового господарства.
3. Стратегії розвитку національних економік у світовому господарстві.
4. Мотивація вибору форм міжнародного бізнесу.
5. Сучасні тенденції інтернаціоналізації міжнародного бізнесу.
6. Розвиток виробничої кооперації в міжнародному бізнесі.
7. Роль ТНК в міжнародному бізнесі.

8. Вплив зовнішніх чинників на розвиток ТНК.
9. ТНК і суверенітет країн: пошук балансу інтересів.
10. Стратегічні альянси у світовій економіці.
11. Злиття і поглинання у міжнародному бізнесі.
12. Проблеми захисту інтелектуальної власності в міжнародному бізнесі.
13. Перспективи та наслідки вступу України до СОТ.
14. Характеристика особливостей та проблем зовнішньої торгівлі України.
15. Принципи діяльності, інструменти та стратегія розвитку СОТ.
16. Особливості застосування методів державної торговельної політики.
17. Характеристика ролі демпінгу в міжнародній торгівлі.
18. Макроекономічний аналіз зовнішньої торгівлі провідних країн світу.
19. Кон'юнктура міжнародних товарних ринків.
20. Україна на світовому ринку товарів і послуг.
21. Оцінка потенційних і реальних умов залучення іноземних інвестицій в економіку України.
22. Мотивація та стратегія залучення іноземних інвестицій у глобальному середовищі.
23. Динаміка розвитку міжнародних інвестиційних процесів у світі.
24. Проблеми формування сприятливого інвестиційного клімату у країні.
25. Роль ТНК в активізації інвестиційних процесів в Україні.
26. Проблеми та суперечності розвитку спільних підприємств в Україні.
27. Особливості сучасного етапу міжнародного руху капіталу.
28. Проблема зовнішньої заборгованості країн та можливі шляхи її розв'язання.
29. Вплив кредитів МВФ, МБРР та ЄБРР на розвиток національних економік.
30. Шляхи вирішення проблеми зовнішньої заборгованості України.
31. Основні напрямки взаємодії України з міжнародними фінансовими організаціями.
32. Світові фінансові кризи, їх причини і наслідки для країн світу.
33. Концепції транснаціоналізації капіталу та їх відображення у стратегіях ТНК.
34. Специфіка фінансових стратегій ТНК щодо приймаючих країн та країн базування.
35. Світогосподарський досвід формування інвестиційної привабливості середовища в державах та їх співтовариствах.
36. Стратегія розвитку національної фінансової системи (в контексті світового досвіду).
37. Соціально-економічні наслідки міграції для країн-експортерів та країн-імпортерів.
38. Особливості формування світових ринків робочої сили з характеристикою окремих регіонів.
39. Міграція робочої сили як фактор розвитку світової економіки у ХХІ сторіччі.
40. Україна в процесах міжнародної трудової міграції.
41. Соціально-економічні наслідки "відпливу умів" для країн світу.
42. Загострення демографічної проблеми світової економіки.
43. Боротьба з нелегальною міграцією робочої сили.
44. Управління людськими ресурсами в міжнародних корпораціях.
45. Міграційні процеси в Європі: тенденції та перспективи.
46. Соціально-економічні наслідки введення євро для країн світу.
47. Аналіз проблем розвитку сучасної світової валютної системи.
48. Проблеми конвертованості валют та шляхи їх розв'язання.
49. Етапи розвитку та сучасний стан валютного ринку України.
50. Особливості функціонування ринку золота.
51. Валютні ризики та методи їх страхування в Україні.
52. Міжнародний банківський бізнес в Україні.
53. Міжнародні операції комерційних банків.
54. Міжнародні міжбанківські операції та їх розвиток в Україні.
55. Міжнародне валютне регулювання.
56. Платіжний баланс, його структура і методологія складання.
57. Головні протиріччя процесів глобалізації та регіоналізації.
58. Глобальна трансформація та еволюція процесів інтеграції у світовому господарстві.
59. Місце і роль інтеграційних угруповань у системі розвитку світогосподарських зв'язків.
60. Дезінтеграційні процеси у сучасному світі: причини, масштаби, наслідки.
61. Етапи розвитку Європейського Союзу.

62. Динаміка макроекономічного розвитку країн Центральної та Східної Європи після приєднання до ЄС.
63. Реалії та проблеми інтеграції України у світове господарство.
64. Світ і Україна у XXI столітті: взаємозв'язок і співвідношення глобального та національного розвитку.
65. Стратегічний вибір України у XXI столітті: інтеграційний аспект.
66. Потенціал розвитку економічних відносин між Україною та ЄС.
67. Потенціал та напрямки розвитку економічних відносин країн з НАФТА.
68. Шляхи розвитку загальноамериканської економічної інтеграції (Панамериканської зони вільної торгівлі).
69. Особливості та напрямки розвитку інтеграційних процесів в Азійсько-Тихоокеанському економічному співробітництві.
70. Безпекові та економічні аспекти співпраці країн Шанхайської організації співробітництва.
71. Інтеграційні перспективи арабських країн.
72. Особливості і проблеми інтеграції в межах СНД.
73. Перспективи розвитку загальноєвропейської економічної інтеграції.
74. Регіональна та структурна політика ЄС.
75. Проблеми створення і функціонування вільних економічних зон в Україні.
76. Суперечливість сучасного процесу глобалізації.
77. Економічний глобалізм і його сучасні виміри.
78. Загострення демографічної проблеми світової економіки.
79. Шляхи розв'язання продовольчої та сировинної проблем світової економіки.
80. Проблема розбродження та її значення для економічного розвитку.
81. Наслідки глобалізації для країн, що розвиваються.
82. Роль глобалізації у сучасній системі розвитку світового господарства.
83. Альтернативні концепції глобалізації у контексті посилення конкуренції у світі.
84. Роль і місце транснаціональних корпорацій у світовій економіці.
85. Глобалізація як основа транснаціоналізації світової економіки.
86. Конкурентні переваги транснаціональних корпорацій.
87. Критерії та стратегії успішного інтегрування держав у глобальному просторі.
88. Соціальні та економічні наслідки збільшення розриву у показниках ВВП й рівнях життя багатих та бідних країн.
89. Особливості розвитку і типи транснаціональних корпорацій.
90. Міжнародний лізинг в системі міжнародних економічних відносин.
91. Механізм адаптації країн до стандартів СОТ.
92. Діяльність транснаціональних корпорацій на ринках України.
93. Аналіз перспектив розвитку франчайзингу в розвинених країнах світу.
94. Транснаціональні стратегічні альянси у світовій економіці.
95. Проблеми розвитку міжнародного торгового посередництва.
96. Міжнародні економічні організації у багатосторонньому економічному співробітництві.
97. Особливості розвитку міжнародної торгівлі послугами.
98. Основні напрямки розвитку міжнародного співробітництва в сфері виробництва.
99. Особливості науково-технологічного співробітництва країн.
100. Особливості розвитку Організації Чорноморського економічного співробітництва.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Навчально-науковий інститут неперервної освіти**

**КУРСОВА РОБОТА**

**з дисципліни “Міжнародні економічні відносини”**

**на тему: “.....”**

**напрямку підготовки 6.030601 «Менеджмент»**

**Виконав: студент гр. \_\_\_\_\_**

**П.І.Б.**

**№ залік. книжки \_\_\_\_\_**

**Перевірила: Литвиненко Л.Л.**

**Київ – 20\_\_\_\_**

## **РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ТОРГОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ**

### **1.1. Сутність та види торгово-посередницької діяльності на зовнішніх ринках**

Посередники – особи, які зв'язують сторони, що мають бажання укласти угоду. Вони діють у сферах перевезення, зберігання, страхування та збуту товарів [80, с.167]. Необхідність використання послуг посередників викликана тим, що більшість комерційних підприємств, фірм, акціонерних товариств не мають досвіду самостійного дослідження зовнішнього ринку, пошуку вигідних іноземних партнерів, кваліфікованого проведення взаємних розрахунків та правильного формулювання умов договору.

В останні роки особливо актуальною стає концепція соціально-етичного маркетингу, за якою фірма повинна націлюватися на ідентифікацію потреб та інтересів цільової аудиторії і забезпечення бажаного рівня задоволення цих потреб, при чому більш ефективніше та продуктивніше, ніж це можуть робити конкуренти. Схема даної концепції відображена на рис. 1.6.

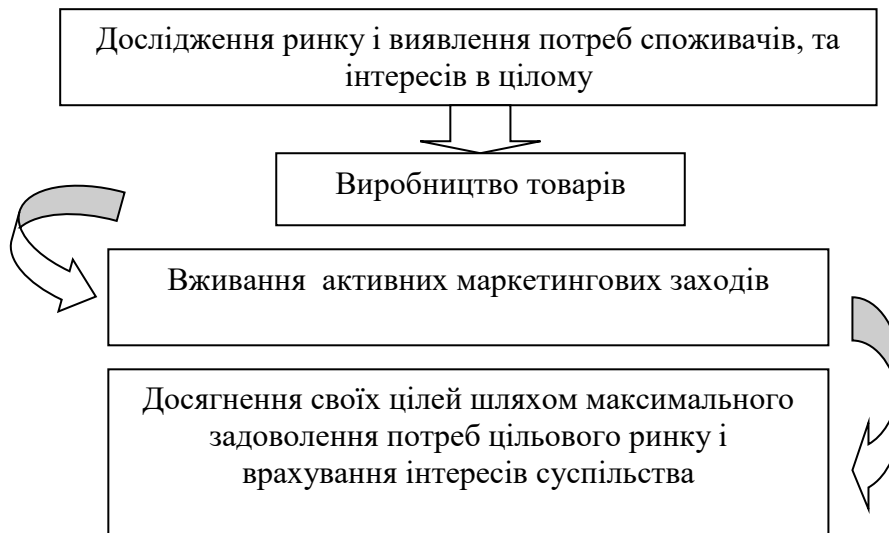


Рис. 1.6. Схема концепції соціально-етичного маркетингу [11]

Основним видом діяльності ТОВ «Альтарес плюс» є спеціалізація на експорті деревини – натурального органічного продукту, який вирощується протягом 80-100 років.

Характеристика бізнесу ТОВ «Альтарес плюс» представлена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Характеристика бізнесу ТОВ «Альтарес плюс»

Визначені напрямки, що характеризують діяльність компанії	Досягнення та цілі компанії за заданими напрямками
Завдання компанії	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Стати відомою і шанованою компанією в Україні та зарубіжних країнах;</li> <li>- Створити відповідні ринки для різноманітної продукції, пропонованої малими та середніми виробниками української деревини, щоб забезпечити високу якість товарів для клієнтів;</li> <li>- Надати допомогу та забезпечити найкращий сервіс та консультації;</li> <li>- Знайти індивідуальні рішення і способи транспортування для клієнтів;</li> <li>- Досягти довгострокових відносин, концентруючись на потребах клієнтів.</li> </ul>
Переваги компанії	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Динамічна робота співробітників;</li> <li>- Робота компанії ґрунтується на довірі, повазі, вдячності та щирості, які сприяють ефективній роботі при задоволенні потреб клієнтів;</li> <li>- Оптимальні транспортні рішення для кожного замовника;</li> <li>- Безпечне транспортування товару;</li> <li>- Тариф перевезень дешевий, а якість висока;</li> <li>- Надійні та перевірені партнери на Близькому Сході;</li> <li>- Знання особливостей ринків та мов країн Європи, Африки, Близького Сходу;</li> <li>- Постійний моніторинг та оперативний обмін інформацією;</li> <li>- Хороший досвід і глибоке знання місцевого та міжнародного ринку, який гарантує клієнтам і постачальникам впевненість у собі.</li> </ul>
Основні клієнти	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Будівельна галузь;</li> <li>- Сектор деревообробної промисловості;</li> <li>- Роздрібна торгівля будівельних матеріалів;</li> <li>- Теслярі.</li> </ul>



<b>Визначені напрямки, що характеризують діяльність компанії</b>	<b>Досягнення та цілі компанії за заданими напрямками</b>
Перспективи компанії	<ul style="list-style-type: none"><li>- Бути найбільш надійною компанією на ринку лісоматеріалів, відповідаючи потребам користувачів;</li><li>- Бути стратегічним партнером для постачальників і клієнтів;</li><li>- Забезпечувати високу якість продукції, постійно розширюючи асортимент та пропонуючи нові види продукції;</li><li>- Допомогати постачальникам у розробці інноваційної продукції для задоволення потреб клієнтів на різних ринках;</li><li>- Бути кращою компанією для працюючого персоналу, відповідаючи їх інтересам, для отримання задоволення від своєї роботи;</li><li>- Будувати діяльність на довірі, повазі і, безпосередньо, ефективній роботі.</li></ul>

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ (приклад оформлення)

1. Господарський кодекс України в редакції від 11.03.2007р. №436-15
2. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-ХІІ (зі змінами та доповненнями)
3. Апопій В.В. Інтернет-торгівля: проблеми і перспективи розвитку / В.В. Апопій // Регіональна економіка. – 2006. – № 1. – С. 25-32.
4. Багиев Г. Л. Маркетинг: навч. посіб. / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – СПб.: Питер, 2012. – 560 с.
5. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг: підручник для ВНЗ / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К.: ЦУЛ, 2014. – 632 с.
6. Білик М.С. Аналіз результативності діяльності маркетингових служб підприємства / М.С. Білик, Г.І. Кіндрацька, В.М. Білик // Вісник національного університету «Львівська політехніка»: зб. наук. праць. – Львів: НУ «Львівська політехніка», 2008. – № 633. – С. 43-50.
7. Близнюк С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку: [монографія] / С.В. Близнюк. – [2-ге вид., випр. і допов.]. – К.: Політехніка, 2009. – 400 с.
8. Кеглер Т. Реклама и маркетинг в Интернетe / Т. Кеглер, П. Даулинг, Б. Тейлор, Д. Постерман; [пер. с англ.]. – М.: Альпина Паблишер, 2003. – 364 с.
9. Промисловий маркетинг: підручник / [за ред. д-ра екон. наук, професора О. О. Шубіна]; [в 2-ох томах]. – К.: ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с.
10. Волкова М.В. Методи оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства [Електронний ресурс] / М.В. Волкова, Т.В. Данько. – Режим доступу: [http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова\\_періодика/vestnik/](http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова_періодика/vestnik/)
11. Інтернет-портал для управлінців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.management.com.ua](http://www.management.com.ua)
12. Global Timber Marketplace [E-resource]. – Mode of access: <http://www.timberweb.com/>
13. Murphy D. 6 Marketing Activities to Increase Online Visibility [E-resource] / D. Murphy. – Mode of access: <http://masterful-marketing.com/increase-online-visibility/>