

**РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ІВЕНТ-ІНДУСТРІЙ, КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА МУЗЕСЗНАВСТВА**

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ВК31 МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС В КУЛЬТУРІ І МИСТЕЦТВІ**

Спеціальність: 028 Менеджмент соціокультурної діяльності  
Освітня програма: Менеджмент соціокультурної діяльності  
Інститут, факультет: художньо-педагогічний

2022-2023 навчальний рік

Робоча програма Міжнародний бізнес в культурі і мистецтві для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 028 Менеджмент соціокультурної діяльності

Мова навчання: українська

Розробник: Матусевич К. М. к. екон. наук, професор кафедри івент-індустрій, культурології та музеєзнавства

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри івент-індустрій, культурології та музеєзнавства

Протокол від «31» серпня 2022 року № 8

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (проф. Виткалов В. Г.)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально- методичною комісією факультету / інституту

Протокол від «31» серпня 2022 року № 10

Голова навчально-методичної комісії \_\_\_\_\_ (доц. Власюк О. П.)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів –6	Галузь знань <u>02 Культура і мистецтво</u>	Вибіркова	
Модулів –1	Спеціальність: 028 Менеджмент соціокультурної діяльності Освітня програма Менеджмент соціокультурної діяльності	Рік підготовки	
Змістових модулів –3		4-й	4-й
Індивідуальне науково дослідне завдання		Семестр	
Загальна кількість годин –180		7-й	7-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – самостійної роботи –	Освітній рівень: бакалавр	Лекції	
		30год.	
		Практичні, семінарські	
		30год.	
		Лабораторні	
		- год.	- год.
		Самостійна робота	
		120год.	
		Індивідуальні завдання *за наявності	
		- год.	
Вид контролю:			
залік			
Передумови для вивчення дисципліни (Вступ до спеціальності, Соціокультурна діяльність, Менеджмент і маркетинг соціокультурної діяльності, Основи маркетингу.)			

### 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Основною метою вивчення дисципліни Міжнародний бізнес в культурі і мистецтві є поглиблене вивчення міжнародного бізнесу в культурі і мистецтві та впливу на економічний та соціокультурний розвиток країни і на її становище в світовій економіці.

Основним завданням дисципліни є:

- ознайомлення з концепціями та поняттями міжнародного бізнесу;
- вивчення практичних аспектів міжнародного бізнесу.
- формування системи знань про специфіку функціонування міжнародного бізнесу в культурі і мистецтві

### 3. Очікувані результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен **знати:**

- основні концепції та поняття міжнародного бізнесу в культурі і мистецтві;
- принципи функціонування міжнародного бізнесу в культурі і мистецтві;

**вміти:**

- аналізувати ситуації у сфері міжнародного бізнесу;
- простежувати взаємозв'язок подій у сфері міжнародного бізнесу;
- характеризувати стан і перспективи розвитку бізнесу конкретного підприємства чи галузі;
- визначати пріоритетні напрями розвитку бізнесу у сфері культури і мистецтва.

У процесі вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти мають набути такі компетентності:

ЗК11- Здатність працювати в міжнародному контексті.

СК20- Здатність аналізувати економічні, екологічні, правові, політичні, соціологічні, мистецькі, технологічні аспекти формування ринку культури.

ПР15 - Вміти встановлювати діалог з різними професійними суб'єктами та групами.

#### **4. Програма навчальної дисципліни**

##### **Змістовий модуль 1. Складники міжнародного бізнесу**

###### **Тема 1. Концептуальні поняття та особливості сучасного міжнародного бізнесу**

Поняття міжнародного бізнесу. Види міжнародного бізнесу. Особливості міжнародного бізнесу на сучасному етапі.

Визначальні особливості сучасного міжнародного бізнесу. Глобалізація сучасної світової економіки та її причини. Транснаціоналізація сучасної світової економіки. Причини транснаціоналізації. Інтеграційні процеси у сучасній світовій економіці та їх вплив на міжнародний бізнес.

###### **Тема 2. Середовище міжнародного бізнесу.**

Поняття середовища бізнесу. Макро- та мікросередовище бізнесу. Особливості внутрішнього і зовнішнього середовища у міжнародному бізнесі.

Класифікація чинників макросередовища бізнесу та їх вплив на діяльність фірми.

Класифікація чинників мікросередовища бізнесу та їх вплив на діяльність фірми.

Основні чинники економіко-політичного, соціокультурного середовища Соціальна структура та її вплив на міжнародний бізнес.

Правові чинники середовища міжнародного бізнесу.

Поняття культури та культурних відмінностей. Традиції, норми і стереотипи та їх вплив на міжнародний бізнес. Вплив на міжнародний бізнес домінуючої релігії. Мовні та суб-мовні чинники соціокультурного середовища міжнародного бізнесу.

###### **Тема 3. Види стратегій міжнародних компаній.**

Міжнародний стратегічний менеджмент. Стратегія. Сутність стратегій та причини їх вибору. Вибір основних стратегій та їх еволюція. Стратегії виробництва у міжнародному бізнесі. Аналіз зарубіжних ринків і стратегії проникнення. Групи еталонних стратегій розвитку міжнародного бізнесу Аутсорсинг міжнародних компаній. Управління глобальною системою постачання.

###### **Тема 4. Основні тенденції глобалізації світової економіки та міжнародного бізнесу**

Сучасний рівень розвитку міжнародної економіки у контексті глобалізації як система науково-технологічних та галузево-функціональних зв'язків.

Сучасний економічний та культурний стан основних регіонів світу. Тенденції інтернаціоналізації світової економіки.

Створення нових елементів продуктивних сил (інформаційно-комунікаційні технології) та поява нових форм і методів міжнародного бізнесу у сфері культури та мистецтва, їх модифікація.

Оновлення технологій форм міжнародного бізнесу, поява нових продуктів, нових відносин продавця з покупцем, нових конкурентних та бізнес-стратегій в галузі культури та мистецтва.

##### **Змістовий модуль 2. Теоретичні основи міжнародного бізнесу в культурі і мистецтві**

###### **Тема 5. Роль культури у формуванні міжнародного бізнесу.**

Сутність поняття «культура» та її детермінанти. Культура та робоче місце. Детермінанти культури. Норми, цінності і звичаї. Релігійні та етичні системи: християнство, іслам, індуїзм, буддизм та конфуціанство. Зміни в культурі та їх вплив на практику міжнародного бізнесу. Етноцентризм. Соціальна структура. Індивід та групи. Соціальне розшарування.

#### **Тема 6. Міжнародний бізнес і сучасна культура: основні поняття**

Сутність ключових понять сфери міжнародного бізнесу (міжнародний бізнес, світова економіка, глобалізація світової економіки, міжнародні ринки, міжнародне бізнес-середовище, міжнародне підприємництво, інтернаціоналізація міжнародного бізнесу, бізнес-стратегія, ТНК, кроскультурний менеджмент, глобальний бренд-менеджмент, креативна економіка, культурні індустрії, креативні індустрії, культурне виробництво, культурний продукт та ін.)

Політичні аспекти міжнародного бізнесу в культурі та мистецтві.

Правові аспекти міжнародного бізнесу в культурі та мистецтві.

Міжнародні маркетингові стратегії.

#### **Тема 7. Нові тенденції міжнародного бізнесу в культурі та мистецтві**

Економічні, політичні, соціокультурні зміни в зовнішньому середовищі та сучасній економіці. Характеристика значущих тенденцій в світовому бізнесі як для малих компаній, так і для потужних корпорацій (глобалізація, розвиток інформаційних і високих технологій, ухвалення нової парадигми менеджменту).

Теорія С. Робінсона про 3 основні підходи до визначення ролі культурного фактора в міжнародному бізнесі і концептуальні напрями крос-культурних досліджень (універсалістський підхід, економіко-кластерний підхід та культурно-кластерний підхід). Характеристика.

#### **Тема 8 Організаційна (корпоративна) культура міжнародного бізнесу.**

Поведінка індивіда в міжнародній компанії. Концепція організаційної культури міжнародного бізнесу. Поняття, структура і зміст організаційної культури міжнародного бізнесу. Мотивація в міжнародних компаніях. Лідерство, групи і команди в міжнародних компаніях

#### **Тема 9. Етика і соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі.**

Етика в крос-культурному і міжнародному контексті. Управління етикою поведінки в зарубіжних країнах.

Сутність соціальної відповідальності. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі. Управління соціальною відповідальністю компаній, що ведуть бізнес в зарубіжних країнах

### **Змістовий модуль 3. Практичні основи міжнародного бізнесу в культурі і мистецтві**

#### **Тема 10. Міжнародна співпраця у сфері культури та мистецтва**

Переваги, міжнародних мереж (обмін досвідом, співпраця над проектами, обмін членами команди, волонтерство, програми обміну, можливість колективних переговорів щодо умов для сектора тощо).

Програмні документи та інструменти, що регулюють міжнародну співпрацю в галузі культури та мистецтва.

Діяльність «Trans Europe Halles» (ТЕН) як мережі європейських незалежних культурних центрів задля важливості зміни функціонального використання старої промислової інфраструктури та привнесення в зали фабрик, складів та інших промислових будівель мистецтво, культуру, заходи для спільноти.

Діяльність «European Creative Business Network» (ECBN) як мережі посередницьких організацій, агентств, державних, муніципальних та регіональних некомерційних організацій, метою яких є розвиток культурних і творчих індустрій.

Діяльність IETM як спеціалізованої мережі театрів і організацій перформативного мистецтва.

Діяльність мережі N.I.C.E. – «Network for Innovation and Creativity in Europe», що об'єднує зацікавлені сторони з широкої галузі культури і креативних галузей, таких як фестивалі, інкубатори, коворкінгові місця, національні агентства, креативні майданчики, міста, регіони, торгово-промислові палати, університети та установи культури, такі як театри або музеї.

### **Тема 11. Культурні та креативні індустрії як частина креативної економіки**

Закон України «Про культуру»: введення поняття «креативні індустрії». Взаємозамінність понять «культурні індустрії» та «креативні індустрії».

Поняття «культурних індустрій» як культурної спадщини та традиційних видів творчості. Поняття «креативних індустрій» як прикладних творчих практик, інновацій та генерації прибутку та робочих місць за рахунок створення інтелектуальної власності.

Структура креативних індустрій: театральні та образотворчі види мистецтва, кінематограф, телебачення й радіо, музика, видавнича справа, комп'ютерні ігри, нові медіа, архітектура, дизайн, мода та реклама.

Культурні та креативні індустрії як важливий чинник економічного зростання країни.

### **Тема 12. Культурний продукт як основа бізнес-проєкту**

Сучасне бачення та трактування культури як довготривалого процесу, де є візія, місія, стратегія, цілі та конкретні результати.

Культурне підприємство як підприємство, яке здійснює діяльність, спрямовану на поширення художнього та культурного змісту, для досягнення мети соціального замовлення – культурного зростання громади. Матеріальні і нематеріальні активи або ж відповідний оборотний капітал як необхідна складова досягнення своєї інституційної місії.

Культурний продукт як товар та послуги, що виробляються, чи тиражуються в процесі культурної діяльності на основні творів і служать для задоволення людиною своїх творчих, духовних, дозвілєвих потреб, або ж товари та послуги, що включають у себе мистецтво (виконавське мистецтво, образотворче мистецтво, архітектура), збереження спадщини (музеї, галереї, бібліотеки), галузі культури (письмові медіа, трансляція, фільм, запис) та фестивалі.

### **Тема 13. Міжнародний виставковий бізнес в культурі і мистецтві**

Соціально-економічне значення та еволюція міжнародної виставкової діяльності. Термінологічний інструментарій міжнародного виставкового бізнесу. Організаційно-економічний механізм управління суб'єктами виставкового бізнесу. Тенденції розвитку міжнародного виставкового бізнесу. Правове регулювання міжнародного виставкового бізнесу. Оцінка механізмів управління суб'єктами виставкового бізнесу. Інтернет-технології у виставковому бізнесі. Інвестиційна привабливість проєктів у виставковому бізнесі.

### **Тема 14 Міжнародна концертно-гастрольна діяльність в культурі і мистецтві**

Теоретичні засади міжнародної гастрольної діяльності. Типовидова характеристика гастрольних заходів. Гастрольна діяльність як феномен культурної інтеграції та міжнародного обміну: специфіка, напрями та завдання. Міжнародні гастролі як вид діяльності музичного колективу: правове регулювання, особливості підготовки та

проведення. Гастрольний і репертуарний обмін та професійна мобільність у сфері виконавського мистецтва як форми міжнародних культурних зв'язків.  
Роль Міжнародних фахових асоціацій в активізації гастрольної діяльності.

### Тема 15. Діяльність міжнародних мистецьких аукціонів.

Аукціонна торгівля творами мистецтва та предметами антикваріату в системі світового товарного ринку. Сучасний ринок мистецтва: умови виникнення та формування. Сутність аукціонної торгівлі та особливості діяльності міжнародних аукціонних домів. Діяльність найбільших міжнародні аукціонних домів: «Sotheby's», «Christie's», «Bonhams», «Phillips». Специфіка аукціонної торгівлі творами мистецтва та антикваріатом. Твори українського мистецтва на міжнародних аукціонах.

## 5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб	інд	с. р.	л		п	лаб	інд	с. р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль 1</b>												
<b>Змістовий модуль 1. Музейна справа: історія, теоретичні аспекти та законодавча база.</b>												
Тема 1. Концептуальні поняття та особливості сучасного міжнародного бізнесу	12	2	2			8						
Тема 2. Середовище міжнародного бізнесу.	12	2	2			8						
Тема 3. Види стратегій міжнародних компаній.	12	2	2			8						
Тема 4. Основні тенденції глобалізації світової економіки та міжнародного бізнесу	12	2	2			8						
Разом за змістовим модулем 1	48	8	8			32						
<b>Змістовий модуль 2. Теоретичні основи міжнародного бізнесу в культурі і мистецтві</b>												
Тема 5. Роль культури у формуванні міжнародного бізнесу.	12	2	2			8						
Тема 6. Міжнародний бізнес і сучасна культура: основні поняття	12	2	2			8						
Тема 7. Нові тенденції міжнародного бізнесу в культурі та мистецтві	12	2	2			8						
Тема 8 Організаційна (корпоративна) культура міжнародного бізнесу.	12	2	2			8						
Тема 9. Етика і соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі.	12	2	2			8						
Разом за змістовим модулем 2	60	10	10			40						
<b>Змістовий модуль 3. Практичні основи міжнародного бізнесу в культурі і мистецтві</b>												
Тема 10. Міжнародна співпраця у сфері культури та мистецтва	12	2	2			8						
Тема 11. Культурні та креативні індустрії як частина креативної економіки	12	2	2			8						
Тема 12. Культурний продукт як основа бізнес-проекту	12	2	2			8						
Тема 13. Міжнародний виставковий бізнес в культурі і мистецтві	12	2	2			8						

Тема 14 Міжнародна концертно-гастрольна діяльність в культурі і мистецтві	12	2	2			8					
Тема 15. Діяльність міжнародних мистецьких аукціонів.	12	2	2			8					
Разом за змістовим модулем 3	72	12	12			60					
Усього годин	180	30	30			120					

## 6. Теми семінарських занять

Не передбачено

## 7. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Концептуальні поняття та особливості сучасного міжнародного бізнесу	2
2	Тема 2. Середовище міжнародного бізнесу.	2
3	Тема 3. Види стратегій міжнародних компаній.	2
4	Тема 4. Основні тенденції глобалізації світової економіки та міжнародного бізнесу	2
5	Тема 5. Роль культури у формуванні міжнародного бізнесу.	2
6	Тема 6. Міжнародний бізнес і сучасна культура: основні поняття	2
7	Тема 7. Нові тенденції міжнародного бізнесу в культурі та мистецтві	2
8	Тема 8 Організаційна (корпоративна) культура міжнародного бізнесу.	2
9	Тема 9. Етика і соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі.	2
10	Тема 10. Міжнародна співпраця у сфері культури та мистецтва	2
11	Тема 11. Культурні та креативні індустрії як частина креативної економіки	2
12	Тема 12. Культурний продукт як основа бізнес-проекту	2
13	Тема 13. Міжнародний виставковий бізнес в культурі і мистецтві	2
14	Тема 14 Міжнародна концертно-гастрольна діяльність в культурі і мистецтві	2
15	Тема 15. Діяльність міжнародних мистецьких аукціонів.	2
Всього		30

## 8. Теми лабораторних занять

Не передбачено

## 9. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Концептуальні поняття та особливості сучасного міжнародного бізнесу	10
2.	Тема 2. Середовище міжнародного бізнесу.	10
3.	Тема 3. Види стратегій міжнародних компаній.	10
4.	Тема 4. Основні тенденції глобалізації світової економіки та міжнародного бізнесу	10
5.	Тема 5. Роль культури у формуванні міжнародного бізнесу.	10
6.	Тема 6. Міжнародний бізнес і сучасна культура: основні поняття	10
7.	Тема 7. Нові тенденції міжнародного бізнесу в культурі та мистецтві	10
8.	Тема 8 Організаційна (корпоративна) культура міжнародного бізнесу.	10
9.	Тема 9. Етика і соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі.	10
10.	Тема 10. Міжнародна співпраця у сфері культури та мистецтва	

11.	Тема 11. Культурні та креативні індустрії як частина креативної економіки	
12.	Тема 12. Культурний продукт як основа бізнес-проекту	
13.	Тема 13. Міжнародний виставковий бізнес в культурі і мистецтві	
14.	Тема 14 Міжнародна концертно-гастрольна діяльність в культурі і мистецтві	
15.	Тема 15. Діяльність міжнародних мистецьких аукціонів.	

### **10. Індивідуальні завдання.**

Не передбачено

### **11. Методи навчання.**

МН1 –словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);  
МН2 –практичний метод (практичні заняття);  
МН3 –наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);  
МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);  
МН5 –відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);  
МН6 –самостійна робота (розв'язання завдань).

### **12. Методи оцінювання.**

МО2 –усне або письмове опитування  
МО4 –тестування;  
МО5 – командні проекти;  
МО6 – реферати, есе;  
МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень;  
МО8 – презентації та виступи на наукових заходах;  
МО9 – захист практичних робіт;  
МО10 –залік.

### **13. Засоби діагностики результатів навчання**

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів можуть бути:  
-аналітичні звіти, статті, реферати, тези,  
-презентації результатів виконаних завдань та досліджень.

**14. Критерії оцінювання результатів навчання. Визначити за допомогою якісних критеріїв мінімальний пороговий рівень оцінки і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку. Зазначити використовувану числову (рейтингову) шкалу.**

**Критерії оцінювання результатів навчання:**

Суми балів за 100-бальною шкалою	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90-100	A	відмінно	здобувач вищої освіти виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, бездопомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	здобувач вищої освіти вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі нестандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)	добре	
74-81	C	добре	здобувач вищої освіти вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію підкерівництвом викладача, загаломсамостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64-73	D	задовільно	здобувач вищої освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)	задовільно	
60-63	E	задовільно	здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні			
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу			

		контролю		Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів			

## 15. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Приклад для заліку

Поточне тестування та самостійна робота														ІНДЗ*	Сума	
Змістовний модуль 1				Змістовний модуль 2					Змістовний модуль 3							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	-	100
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
Модульний контроль - 20				Модульний контроль - 20					Модульний контроль - 20							

Приклад критеріїв по видах діяльності

№ з.п.	Вид навчальної діяльності*	Оціночні бали*	Кількість балів
T1	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T2	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T3	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T4	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
Модульний контроль		20	20
T5	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T6	Виконання завдань під час практичних занять Участь в обговоренні під час практичних занять	4	4
T7	Виконання завдань під час практичних занять Участь в обговоренні під час практичних занять	4	4
T8	Виконання завдань під час практичних занять Участь в обговоренні під час практичних занять	4	4
T9	Виконання завдань під час практичних занять Виконання завдань самостійної роботи	4	4
Модульний контроль		20	20
T10	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T11	Виконання завдань під час практичних занять Участь в обговоренні під час практичних занять	4	4
T12	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T13	Виконання завдань під час практичних занять Участь в обговоренні під час практичних занять	4	4
T14	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T15	Виконання завдань під час практичних занять Участь в обговоренні під час практичних занять	4	4
Модульний контроль		20	20
Разом		100	

## 16. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення дисципліни Міжнародний бізнес в культурі і мистецтві першого (бакалаврського) рівня вищої освіти складається з:

- Робоча програма навчальної дисципліни
- Опорний конспект лекцій (електронний носій)
- Опорний конспект лекцій (паперовий варіант)
- Матеріали для практичних занять ( паперовий та електронний варіант)

## 17. Питання для підготовки до підсумкового контролю

1. Сфери та види міжнародного бізнесу.
2. Зовнішнє середовище міжнародного бізнесу.
3. Глобалізація сучасної світової економіки та її причини
4. Транснаціоналізація сучасної світової економіки.
5. Інтеграційні процеси у сучасній світовій економіці та їх вплив на міжнародний бізнес.
6. Економічне середовище в міжнародному бізнесі.
7. Характеристика значущих тенденцій в світовому бізнесі як для малих компаній
8. Лідерство, групи і команди в міжнародних компаніях
9. Соціальна структура та її вплив на міжнародний бізнес.
10. Правові чинники середовища міжнародного бізнесу.
11. Міжнародний стратегічний менеджмент.
12. Сучасний економічний та культурний стан основних регіонів світу.
13. Тенденції інтернаціоналізації світової економіки.
14. Поняття «культура» та її детермінанти
15. Зміни в культурі та їх вплив на практику міжнародного бізнесу
16. Програмні документи та інструменти, що регулюють міжнародну співпрацю в галузі культури та мистецтва.
17. Політичні аспекти міжнародного бізнесу в культурі та мистецтві.
18. Міжнародні маркетингові стратегії.
19. Соціокультурні зміни в зовнішньому середовищі та сучасній економіці.
20. Теорія С. Робінсона
21. Поведінка індивіда в міжнародній компанії.
22. Мотивація в міжнародних компаніях.
23. Сутність соціальної відповідальності.
24. Програмні документи та інструменти, що регулюють міжнародну співпрацю в галузі культури та мистецтва.
25. Закон України «Про культуру»:
26. Культурні та креативні індустрії як важливий чинник економічного зростання країни.
27. Міжнародний виставковий бізнес в культурі і мистецтві
28. Механізми управління суб'єктами виставкового бізнесу.
29. Гастрольна діяльність як феномен культурної інтеграції та міжнародного обміну
30. Міжнародні мистецькі аукціони

## 18. Рекомендована література (основна, допоміжна)

1. Алієва-Барановська В. М., Дахно І. І. Глобальний бізнес. Київ: ЦНЛ, 2019.
2. Алієва-Барановська В. М., Дахно І. І. Міжнародний бізнес. Київ: ЦНЛ, 2013.
3. Бутко М., Бутко І., Дітковська І. Міжнародний менеджмент. Київ: ЦНЛ, 2018.
4. Гілен П. Креативність та інші фундаменталізми. Харків: IST Publishing, 2019.
5. Гілен П. Культура в підмурках громадянського суспільства. Харків: IST Publishing, 2018.
6. Дубілет Д. Бізнес на здоровому глузді. 50 ідей, як домогтися свого. Київ: Book Chef,

- Форс, 2020.
7. Ло Е. Адаптивні ринки. Фінансова еволюція на швидкості думки. Київ: BookChef, Форс, 2018.
  8. Сільбігер С. МВА за 10 днів. Львів: Видавництво Старого Лева, 2019.
  9. Сливоцький А., Моррісон Д. Дж. Зона прибутку: стратегічна бізнес-модель як запорука завтрашніх прибутків. Львів: УКУ.
  10. Юхименко П.І. Міжнародний менеджмент. Київ: ЦНЛ, 2011.
  11. 50 + книг, щоб стати успішним в бізнесі. Під редакцією В. Чепового, В. Польового. Київ: БІЗНЕС, 2019.

#### **додадкова:**

1. Buckley Peter J - International business - London: Routledge, 2018.
2. Buckley Peter J, Enderwick Peter, Cross Adam R - International business – Oxford: Oxford University Press, 2018.
3. Cavusgil S Tamer, Knight Gary A, Riesenberger John R - International business the new realities – Boston: Pearson, 2020.
4. Chow Daniel C K, Schoenbaum Thomas J - International business transactions : problems, cases, and materials - New York : Wolters Kluwer, 2020.
5. Collinson Simon, Narula Rajneesh, Rugman Alan M - International business – Harlow: Pearson, 2020.
6. Eden Lorraine, Nielsen Bo Bernhard, Verbeke Alain - Research methods in international business - Cham: Palgrave Macmillan, 2020.
7. Fellmeth Aaron X - Introduction to international business transactions - Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2020.
8. Filho Walter Leal, Brito Paulo Roberto Borges de, Frankenberger Fernanda - International business, trade and institutional sustainability - Cham, Switzerland: Springer, 2020.
9. Griffin Ricky W, Pustay Michael - International business - Harlow: Pearson, 2020.
10. Jansson Hans - International business strategy in complex markets - Cheltenham, UK ; Northampton, MA: Edward Elgar, 2020.
11. Larimo Jorma, Marinov Marin, Marinova Svetla Trifonova, Leposky Tiina - International business and emerging economy firms. Volume II, European and African perspectives - Cham (Suisse): Palgrave Macmillan. 2020

### **19. Інформаційні інтернет-ресурси**

1. Глосарій креативних індустрій. URL:  
<http://uccs.org.ua/hlosarij-kreatyvnykh-industrij/>
2. Закон України «Про культуру. Про внесення змін. URL:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text>
3. Культура і креативність. URL:  
<https://www.culturepartnership.eu/publishing/course/lecture-5>
4. Міжнародна співпраця. URL:  
<https://www.culturepartnership.eu/article/successful-international-partnership>
5. Міністерство культури України.  
URL:<http://mincult.kmu.gov.ua/control>
6. Підприємництво та культура.  
URL:<https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/project-management/lecture-17-1>
7. Федів Ю. Інвестиції в культуру. URL:  
<https://business.diia.gov.ua/cases/masstabuvanna/investicii-v-kulturu-so-natomist-kejs-vid-ulia-fediv>