

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
KHOA KINH TẾ VÀ KINH DOANH QUỐC TẾ**

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC:

**Tên tiếng Việt: Kinh doanh quốc tế
Tên tiếng Anh: International Business**

PHẦN MỘT. BẢN CHẤT CỦA KINH DOANH QUỐC TẾ

CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ KINH DOANH QUỐC TẾ

1.1 Khái niệm, sự cần thiết của môn học

1.1.1 Khái niệm

1.1.2 Sự cần thiết (tầm quan trọng) của môn học

1.1.3 Đối tượng nghiên cứu của môn học

1.2 Các hình thức kinh doanh quốc tế

1.2.1 Các hình thức kinh doanh quốc tế chủ yếu

1.2.2 Động lực thúc đẩy các doanh nghiệp toàn cầu hoá hoạt động kinh doanh

1.3 Sự phát triển và các nguyên nhân tăng trưởng kinh doanh quốc tế

1.3.1 Sự phát triển của kinh doanh quốc tế qua các thời kỳ

1.3.2. Các nguyên nhân dẫn đến sự tăng trưởng nhanh của kinh doanh quốc tế

Tóm tắt

Các thuật ngữ cơ bản

Câu hỏi thảo luận

PHẦN HAI. MÔI TRƯỜNG KINH DOANH QUỐC TẾ

CHƯƠNG 2. MÔI TRƯỜNG (KINH DOANH) QUỐC TẾ

2.1 Khái niệm, phân loại môi trường kinh doanh quốc tế

2.1.1 Khái niệm môi trường kinh doanh quốc tế

2.1.2 Phân loại môi trường kinh doanh quốc tế

2.2 Các lý thuyết thương mại và đầu tư quốc tế

2.2.1 Mậu dịch quốc tế và nền kinh tế thế giới

2.2.2 Các lý thuyết thương mại quốc tế

2.2.3 Tổng quan về đầu tư quốc tế

2.2.4 Các lý thuyết và các nhân tố ảnh hưởng đến đầu tư quốc tế

2.3 Hệ thống tiền tệ quốc tế và thị trường tài chính quốc tế

2.3.1 Lịch sử của hệ thống tiền tệ quốc tế

2.3.2 Tỷ giá hối đoái và thị trường tài chính quốc tế

Tóm tắt

Các thuật ngữ cơ bản

Câu hỏi thảo luận

CHƯƠNG 3. MÔI TRƯỜNG QUỐC GIA

3.1 Khái niệm

3.2 Môi trường kinh tế-xã hội

3.2.1 Môi trường xã hội

3.2.2 Môi trường kinh tế

3.2.3 Cơ sở hạ tầng, điều kiện tự nhiên

3.3 Chính sách thương mại và đầu tư

3.3.1 Chính sách thương mại

3.3.2 Chính sách đầu tư

3.4 Môi trường luật pháp và môi trường chính trị

3.4.1 Sự khác biệt trong các hệ thống luật pháp

3.4.2 Luật pháp của nước chính quốc

3.4.3 Luật pháp của nước sở tại

3.4.4 Môi trường chính trị

3.5 Môi trường văn hoá

3.5.1 Khái niệm, những đặc trưng

3.5.2 Các yếu tố văn hoá

Tóm tắt

Các thuật ngữ cơ bản

Câu hỏi thảo luận

PHẦN BA. CHIẾN LƯỢC KINH DOANH QUỐC TẾ

CHƯƠNG 4. HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC KINH DOANH QUỐC TẾ

4.1 Khái niệm, các định hướng chiến lược

4.1.1 Khái niệm

4.1.2 Các định hướng chiến lược

4.2 Hình thành chiến lược

- 4.2.1 Khái niệm
- 4.2.2. Đánh giá môi trường bên ngoài
- 4.2.3 Đánh giá môi trường bên trong
- 4.2.4 Xác định mục tiêu

4.3 Thực hiện chiến lược

- 4.3.1 Khái niệm
- 4.3.2 Định vị
- 4.3.3 Quyền sở hữu
- 4.3.4 Các chiến lược chức năng

4.4 Kiểm tra và đánh giá việc thực hiện chiến lược kinh doanh

- 4.4.1 Mục đích
- 4.4.2 Quy trình kiểm tra đánh giá
- 4.4.3 Các phương pháp đo lường

Tóm tắt

Các thuật ngữ cơ bản

Câu hỏi thảo luận

CHƯƠNG 5. CHIẾN LƯỢC TỔ CHỨC (CƠ CẤU TỔ CHỨC)

5.1 Các cơ cấu tổ chức ban đầu

- 5.1.1 Mở rộng hoạt động ra nước ngoài
- 5.1.2 Xây dựng phòng Marketing
- 5.1.3 Xây dựng phòng xuất khẩu
- 5.1.4 Xây dựng chi nhánh ở nước ngoài
- 5.1.5 Cơ cấu phòng quốc tế

5.2 Cơ cấu tổ chức toàn cầu

- 5.2.1 Cơ cấu tổ chức toàn cầu theo sản phẩm
- 5.2.2 Cơ cấu tổ chức toàn cầu theo khu vực
- 5.2.3 Cơ cấu tổ chức toàn cầu theo chức năng
- 5.2.4 Cơ cấu tổ chức hỗn hợp
- 5.2.5 Cơ cấu tổ chức ma trận

5.3 Những nhân tố quy định việc lựa chọn cơ cấu tổ chức

- 5.3.1 Các vấn đề cần chú ý
- 5.3.2 Các nhân tố (biến số) quy định

Tóm tắt

Các thuật ngữ cơ bản

Câu hỏi thảo luận

CHƯƠNG 6. CHIẾN LƯỢC SẢN XUẤT

6.1 Chiến lược nghiên cứu, phát triển và đổi mới

6.1.1 Phát triển sản phẩm và dịch vụ mới

6.1.2 Tốc độ thâm nhập thị trường của sản phẩm và dịch vụ mới

6.2 Sản xuất hàng hoá và dịch vụ

6.2.1 Nguồn cung ứng toàn cầu

6.2.2 Chế tạo sản phẩm

6.2.3 Quản lý hàng dự trữ

6.2.4 Phát triển định hướng dịch vụ

6.3 Tổ chức cung ứng quốc tế

6.3.1 Hình thức vận chuyển

6.3.2 Tiêu chí lựa chọn

6.3.3 Đóng gói hàng hoá

6.3.4 Lưu trữ hàng hoá

6.4 Quản trị chiến lược và chiến lược sản xuất

6.4.1 Công nghệ và thiết kế

6.4.2 Hoàn thiện liên tục

6.4.3 Liên minh và mua lại

Tóm tắt

Các thuật ngữ cơ bản

Câu hỏi thảo luận

CHƯƠNG 7. CHIẾN LƯỢC MARKETING QUỐC TẾ

Nghiên cứu tình huống: Volkswagen AG-Marketing toàn cầu

7.1 Đánh giá thị trường quốc tế

7.1.1 Xác định nhu cầu cơ bản và tiềm năng

7.1.2 Xác định, kiểm tra các điều kiện về kinh tế và tài chính

7.1.3 Tác động của chính trị và luật pháp

7.1.4 Tác động của văn hoá, xã hội

7.1.5 Môi trường cạnh tranh

7.2 Chiến lược sản phẩm

7.2.1 Sản phẩm ít hoặc không có sự thay đổi

7.2.2 Sản phẩm có sự thay đổi

7.3 Chiến lược khuyến khích thương

7.3.1 Tính chất của sản phẩm

7.3.2 Quảng cáo

7.3.3 Bán hàng trực tiếp cho cá nhân

7.3.4 Khuyến mãi

7.3.5 Quan hệ công chúng (PRs)

7.4 Chiến lược định giá

7.4.1 Kiểm soát của chính phủ

7.4.2 Đa dạng hoá thị trường

7.4.3 Biến động của tỷ giá

7.5 Chiến lược phân phối

7.5.1 Các hệ thống phân phối

7.5.2 Chọn lựa hệ thống phân phối tốt nhất

Tóm tắt

Các thuật ngữ cơ bản

Câu hỏi thảo luận

CHƯƠNG 8. CHIẾN LƯỢC QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC QUỐC TẾ

Nghiên cứu tình huống: Tư duy quốc tế của Coca-Cola

8.1 Một số vấn đề chung

8.1.1 Khái niệm

8.1.2 Nguồn nhân lực quốc tế

8.1.3 Mô thức bố trí nhân sự

8.2 Tuyển chọn và bồi dưỡng

8.2.1 Các tiêu chuẩn kiểm tra quốc tế và tuyển chọn

8.2.2 Bồi dưỡng

8.3 Đào tạo và phát triển

8.3.1 Khái niệm

8.3.2 Các loại hình đào tạo

8.4 Thu nhập

8.4.1 Các yếu tố của thu nhập trọn gói

8.4.2 Thuế thu nhập

8.4.3 Xu hướng thu nhập hiện nay

8.5 Quan hệ lao động

8.5.1 Hệ thống quan hệ lao động

8.5.2 Các nhân tố tác động

8.5.3 Quan hệ lao động trong thực tiễn

Tóm tắt

Các thuật ngữ cơ bản

Câu hỏi thảo luận

CHƯƠNG 9. QUẢN TRỊ KINH DOANH TOÀN CẦU: CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP THỨ BA

Nghiên cứu tình huống: Outsourcing: tăng trưởng bằng cách xây dựng trên cơ sở kinh doanh đã có

9.1 Outsourcing toàn cầu

9.1.1 Nguyên nhân

9.1.2 Các thỏa thuận Outsourcing toàn cầu

9.1.3 Tầm quan trọng của Outsourcing toàn cầu

9.1.4 Tìm kiếm Outsourcing toàn cầu

9.1.5 Các vấn đề của Outsourcing toàn cầu

9.2 Hệ thống sản xuất

9.2.1 Công nghệ sản xuất tiên tiến-Nhật Bản

9.2.2 Nỗ lực của Nhật Bản trong việc giảm chi phí và hoàn thiện chất lượng

9.2.3 Công nghệ sản xuất tiên tiến-Hoa Kỳ

9.2.4 So sánh năng suất lao động và năng lực cạnh tranh

9.3 Chuẩn hóa toàn cầu hệ thống sản xuất

9.3.1 Nỗ lực quốc tế về hoàn thiện chất lượng và giảm chi phí

9.3.2 Nguyên nhân của chuẩn hóa toàn cầu về hệ thống sản xuất

9.3.3 Các cản trở đối với việc toàn cầu hóa các phương tiện sản xuất

9.3.4 Hệ thống sản xuất đặt tại các địa phương

Tóm tắt

Các thuật ngữ cơ bản

Câu hỏi thảo luận