

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT
TUYỂN SINH LIÊN THÔNG TỪ CAO ĐẲNG LÊN ĐẠI HỌC**

1. Tên môn thi: Kinh doanh quốc tế

- Số tiết ôn tập: 20 tiết.

2. Đơn vị phụ trách môn thi

- Bộ môn: Kinh doanh quốc tế.

- Khoa: Kinh tế.

3. Mục tiêu của môn thi

3.1. Kiến thức

3.1.1. Cung cấp các khái niệm tổng quát về liên kết kinh tế quốc tế (vi mô và vĩ mô), từ đó làm nền tảng cho thấy sự cần thiết của kinh doanh quốc tế và xu hướng kinh doanh toàn cầu.

3.1.2. Phân tích thách thức và cơ hội mà doanh nghiệp gặp phải khi kinh doanh ở môi trường nước ngoài, bao gồm các yếu tố môi trường bên ngoài (môi trường vĩ mô: văn hóa, kinh tế, chính trị, pháp luật...) và các yếu tố môi trường ngành (các yếu tố môi trường vi mô: đối thủ cạnh tranh, áp lực nhà cung cấp, khách hàng, sản phẩm thay thế...)

3.1.3. Những lý luận cơ bản về chiến lược kinh doanh, sự khác nhau về chiến lược kinh doanh và chiến lược cạnh tranh cũng như sự khác nhau giữa chiến lược kinh doanh nội địa và chiến lược kinh doanh quốc tế. Quan trọng nhất là tổng hợp các yếu tố phân tích từ phần trên để ra quyết định lựa chọn chiến lược với những mô hình xâm nhập thị trường nước ngoài rất khác nhau.

3.2. Kỹ năng

3.2.1. Sau khi hoàn thành khóa học, sinh viên sẽ được trang bị các kỹ năng phân tích, giải quyết vấn đề thực tế không những của các công ty trong nước khi xâm nhập vào thị trường nước ngoài mà còn của các công ty nước ngoài vào thị trường Việt Nam hay trên toàn thế giới.

3.2.2. Ngoài các kỹ năng chuyên môn, sinh viên cũng được trang bị các kỹ năng như: tự học; tìm kiếm, tổng hợp, phân tích và đánh giá, giải quyết vấn đề nhanh chóng và hiệu quả, ra quyết định.

4. Mô tả tóm tắt nội dung môn thi

Sau khi học, người học cần tích lũy các kiến thức sau:

- Nắm rõ và phân biệt các khái niệm, ví dụ cụ thể cho mỗi khái niệm

- Biết phân tích và đánh giá một vấn đề cụ thể, một tình huống kinh doanh cụ thể.

Đặc biệt trong kinh doanh quốc tế cần phân biệt rõ tác động của môi trường kinh doanh vĩ mô và vi mô khác nhau như thế nào.

- Vận dụng lý thuyết, cơ sở lý luận vào phân tích thực tiễn và giải quyết tình huống.

5. Cấu trúc nội dung môn thi

Chương 1. Tổng quan về kinh doanh quốc tế

- 1.1. Các khái niệm cơ bản liên quan đến kinh doanh quốc tế
- 1.2. Cơ sở lý thuyết và thực tiễn về kinh doanh quốc tế

Chương 2. Môi trường kinh doanh quốc tế

- 2.1. Môi trường vĩ mô
- 2.2. Môi trường vi mô

Chương 3. Chiến lược kinh doanh quốc tế

- 3.1. Lý luận về chiến lược và chiến lược kinh doanh quốc tế
- 3.2. Mô hình gia nhập của các công ty đa quốc gia

6. Phương pháp giảng dạy

Giáo viên trình bày nội dung môn học. Ngoài ra, giảng viên sẽ hướng dẫn sinh viên cách thức thực hiện phân tích tình huống cụ thể, viết bài và ứng xử tình huống.

7. Nhiệm vụ của người học

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Tham dự tối thiểu 80% số tiết học.
- Nghiên cứu các tài liệu liên quan đến môn thi.

8. Đánh giá kết quả thi của người học

8.1. Hình thức thi

Môn thi được đánh giá bằng hình thức tự luận. Thời gian thi là 90 phút.

8.2. Cách chấm điểm

Điểm thi được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), lấy đến 0,25; không quy tròn điểm.

8.3. Điều kiện xét tuyển

Môn thi đạt từ 5 điểm trở lên.

9. Tài liệu học tập

Thông tin về tài liệu

- [1] Chiến lược toàn cầu- Global Strategy – Peng, W. M. - Thomson Southwestern
- [2] Quản trị Kinh doanh quốc tế- Bùi Lê Hà, Nguyễn Đông Phong, Ngô Thị Ngọc Huyền, NXB Thống Kê, 2001
- [3] Giáo trình Kinh doanh quốc tế, Võ Văn Dứt, Trương Khánh Vĩnh Xuyên, Đinh Thị Lệ Trinh, Phạm Lê Đông Hậu, NXB Đại Học Cần Thơ, 2016

Số đăng ký cá biệt

MOL 020946,
MOL 020260...

Cần Thơ, ngày 27 tháng 11 năm 2015

TL. HIỆU TRƯỞNG
TRƯỞNG KHOA
Võ Thành Danh (Đã ký)

TRƯỞNG BỘ MÔN
Phan Anh Tú (Đã ký)