

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT MÔN HỌC **KINH DOANH QUỐC TẾ**

I. TÊN MÔN HỌC VÀ SỐ ĐƠN VỊ HỌC TRÌNH

- 1. Tên môn học:** *Kinh doanh quốc tế*
- 2. Số đơn vị học trình:** 03

II. GIỚI THIỆU VỀ MÔN HỌC

1. Vai trò của môn học đối với ngành đào tạo:

- “Kinh doanh quốc tế” là môn học thuộc khối kiến thức chuyên ngành quản trị kinh doanh quốc tế.
- Học phần “Kinh doanh quốc tế” cung cấp những kiến thức cần thiết để có thể thực hiện được các nghiệp vụ kinh doanh quốc tế, am hiểu sự khác biệt giữa các quốc gia sẽ ảnh hưởng trực tiếp hay gián tiếp trước khi ra quyết định xâm nhập thị trường toàn cầu, biết thiết lập các phương án kinh doanh, lựa chọn phương thức hoạt động giao dịch và đầu tư thích hợp để có thể tăng lợi nhuận cũng như mang lại hiệu quả tối ưu từ việc mở rộng thị trường ngoài nước. Với nội dung ấy, “Kinh doanh quốc tế” chính là môn chủ lực của chuyên ngành quản trị kinh doanh quốc tế, thuộc khối kiến thức quản trị kinh doanh.

2. Đối tượng nghiên cứu của môn học:

- Xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế đang lôi cuốn hầu hết các quốc gia trên toàn thế giới nhập cuộc trên cả hai cấp độ khu vực hóa và toàn cầu hóa, nhằm mục đích là tương tác qua lại với nhau, và thúc đẩy nhau cùng phát triển.
- Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu, đối tượng nghiên cứu của môn học “Kinh doanh quốc tế” chính là các chủ thể kinh tế; bao gồm những cá nhân, doanh nghiệp, những tập đoàn đa quốc gia hoạt động trong hệ thống kinh doanh toàn cầu; là các quốc gia, các tổ chức quốc tế với chức năng hỗ trợ, điều tiết mối quan hệ kinh tế của các chủ thể kinh tế thế giới.

3. Yêu cầu về các kiến thức tiên quyết:

Để học tốt môn này, trước tiên sinh viên cần phải hoàn tất chương trình đại cương, kết thúc các học phần cơ sở của khối ngành và khối kiến thức ngành. Cụ thể sinh viên cần trang bị những kiến thức về:

- Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô, các môn học liên quan đến quản trị chiến lược, marketing, tài chính, nhân sự, dự án,... Khi đã học xong những học phần trên, sinh viên sẽ tiếp thu bài giảng một cách nhanh chóng và dễ dàng hơn.
- Kinh tế - xã hội: bắt nhịp được dòng chủ lưu thời sự với những thông tin liên quan đến nền kinh tế thế giới, tình hình tài chính trong khu vực và toàn cầu; chính sách kêu gọi và ưu đãi đầu tư của các quốc gia, các chính bảo hộ, thuế quan,...

- Các kiến thức về mô hình hoạt động của các tập đoàn đa quốc gia cũng sẽ góp phần hỗ trợ cho SV trong quá trình học tập và nhanh chóng tích lũy kiến thức từ môn học này.

III. NỘI DUNG TÓM LƯỢC CỦA TỪNG CHƯƠNG

CHƯƠNG 1

TOÀN CẦU HÓA (5 TIẾT)

I. MỤC TIÊU

- Cung cấp những khái niệm về toàn cầu hoá, đặc biệt toàn cầu hoá trong phạm vi kinh tế học. Giải thích nền kinh tế thế giới đang trở nên toàn cầu như thế nào và các động cơ thúc đẩy toàn cầu hoá.
- Ngoài ra, chương này cũng cung cấp cho sinh viên các kiến thức về ảnh hưởng của toàn cầu hoá, cũng như những cơ hội và thách thức do toàn cầu hoá tạo nên mà các quốc gia cũng như doanh nghiệp sẽ gặp phải.

II. KẾT CẤU CỦA CHƯƠNG

1. Toàn cầu hoá là gì?

- Trong phạm vi kinh tế học, một định nghĩa khái quát nhất về toàn cầu hoá và đã được dùng trong lĩnh vực kinh doanh quốc tế là kinh tế toàn cầu. Kinh tế toàn cầu hay toàn cầu hoá là sự hợp tác quốc tế trong việc giao thương hàng hoá, trao đổi khoa học kỹ thuật và công nghệ tiên tiến, lưu thông tiền tệ quốc tế và đẩy mạnh dòng vốn đầu tư từ những cá nhân, doanh nghiệp hay tổ chức của quốc gia nọ đến quốc gia kia và ngược lại

2. Các nhân tố đẩy nhanh tiến độ toàn cầu hoá: tập trung vào hai yếu tố vĩ mô đẩy mạnh dòng chảy toàn cầu hoá:

- Giảm hàng rào thương mại.
- Vai trò của kỹ thuật công nghệ.

3. Tranh luận về toàn cầu hoá:

Vấn đề đặt ra ở đây là, có phải toàn cầu hoá (tức là chuyển dịch sự phát triển của nền kinh tế toàn cầu theo hướng hội nhập hơn và phụ thuộc hơn) là điều tốt? Lập luận giữa hai nhóm người ủng hộ và phê phán toàn cầu hoá hoàn toàn trái ngược. Để có thể hiểu sâu hơn những ảnh hưởng của toàn cầu hoá, phân mục này sẽ nêu lên 3 vấn đề tranh luận được sự quan tâm đông đảo của quần chúng.

- Tác động của toàn cầu hoá lên việc làm và thu nhập.
- Ảnh hưởng của toàn cầu hoá trong chính sách lao động và bảo vệ môi trường.
- Sự tranh luận về toàn cầu hoá và chủ quyền quốc gia.

4. Sự thay đổi bức tranh kinh tế toàn cầu:

Cùng với khuynh hướng toàn cầu hoá, bức tranh kinh tế toàn cầu đã có nhiều thay đổi đáng kể trong hơn 30 năm qua.

- Sự thay đổi sản lượng thế giới và bức tranh thương mại thế giới.
- Sự thay đổi bức tranh đầu tư nước ngoài trực tiếp.
- Bản chất thay đổi của các công ty đa quốc gia.
- Sự thay đổi trật tự thế giới.
- Kinh tế toàn cầu thế kỷ 21.

CHƯƠNG 2

BẢN CHẤT CỦA KINH DOANH QUỐC TẾ (5 tiết)

I. MỤC TIÊU

Hiểu khái niệm về kinh doanh quốc tế, các phương thức hoạt động trong nền kinh tế toàn cầu cùng các thể loại doanh thương quốc tế khác nhau.

Bên cạnh đó, sinh viên cũng nắm vững đâu là những nhân tố bên ngoài tác động trực tiếp hay gián tiếp đến hoạt động kinh doanh, để từ đó có thể lên chiến lược quản lý phù hợp.

II. KẾT CẤU CỦA CHƯƠNG

1. Khái niệm kinh doanh quốc tế:

Kinh doanh quốc tế là bao hàm tất cả những giao dịch thương mại – bán hàng, đầu tư, và vận chuyển – được diễn ra từ hai hay nhiều nước trở lên.

2. Tại sao công ty tham gia vào thị trường quốc tế?

Cơ bản chúng ta tập trung vào ba mục tiêu chính mà một khi công ty tiến hành thâm nhập thị trường nước ngoài phác thảo kế hoạch ngay từ buổi đầu. Đó chính là:

- Mở rộng thị trường
- Tìm kiếm thêm nguồn lực
- Giảm thiểu rủi ro

3. Các phương thức giao dịch trong kinh doanh quốc tế:

Trước khi thâm nhập thị trường ngoài nước, doanh nghiệp cần thiết phải quyết định loại hình quản trị nào phù hợp với khả năng và tiềm lực để có thể phát triển. Hầu hết, chúng ta thường thấy các doanh nghiệp sử dụng phương thức **xuất nhập khẩu** là phổ biến nhất; bên cạnh đó là phương thức **đầu tư nước ngoài** cho cả hai loại hình **đầu tư trực tiếp** và **đầu tư gián tiếp**. Bên trong các loại phương thức này, chúng ta sẽ tìm hiểu thêm về hình thức **liên doanh, nhượng quyền thương hiệu, chuyển nhượng giấy phép, dự án chìa khoá trao tay,....**

4. Phân biệt các loại hình doanh thương quốc tế:

- Công ty đa quốc gia (MNC).
- Công ty xuyên quốc gia (TNC).
- Công ty toàn cầu (GC).

5. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh quốc tế:

- Các nhân tố xã hội (hệ thống chính trị, điều luật, văn hoá và môi trường kinh tế)
- Nhân tố tự nhiên (ảnh hưởng địa lý)
- Những yếu tố cạnh tranh (số lượng và thế mạnh của đơn vị cung ứng nguồn nguyên liệu, khách hàng, đối thủ cạnh tranh, ...)

6. Quản lý trong nền kinh tế toàn cầu:

- Khi nền kinh tế thế giới thực sự chuyển dịch theo hướng hội nhập toàn cầu thì rất nhiều công ty cũng sẽ tham gia vào hoạt động kinh doanh quốc tế. Và một khi công ty hội nhập sâu vào các hoạt động thương mại và đầu tư xuyên quốc gia, nhà quản trị cần sớm đưa ra những chiến lược quản lý phù hợp tại thị trường nước sở tại. Tiêu mục này sẽ nêu các chiến dịch quản trị cần lưu tâm.

CHƯƠNG 3

THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ (5 tiết)

I. MỤC TIÊU

Cung cấp cái nhìn toàn diện về hoạt động thương mại quốc tế trên cơ sở phân tích các học thuyết & chính sách thương mại, phân tích tác động của thương mại quốc tế đến nền kinh tế của mỗi quốc gia và các nhân tố ảnh hưởng đến nền kinh tế của mỗi quốc gia và các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động thương mại quốc tế.

II. KẾT CẤU CỦA CHƯƠNG

1. Lý thuyết thương mại quốc tế:

- 1.1. Thuyết trọng thương
- 1.2. Adam Smith với thuyết lợi thế tuyệt đối
- 1.3. Quy luật lợi thế so sánh của David Ricardo
- 1.4. Lý thuyết chi phí cơ hội của Haberler
- 1.5. Lý thuyết hiện đại của Heckscher-Ohlin
- 1.6. Thuyết về chu kỳ sống của sản phẩm
- 1.7. Lý thuyết thương mại mới
- 1.8. Lợi thế cạnh tranh quốc gia: Porter's Diamond

2. Các công cụ và chính sách thương mại quốc tế:

- 2.1. Thuế quan
- 2.2. Hàng rào phi thuế quan
- 2.3. Bảo hộ mậu dịch
- 2.4. Chính sách phá giá

3. Những tình huống về sự can thiệp của chính phủ

4. Sự phát triển hệ thống thương mại toàn cầu:

- Từ thời Smith đến đại khủng hoảng.
- 1947-1979: GATT, tự do hoá thương mại và tăng trưởng kinh tế.
- 1980-1993: khuynh hướng rối loạn
- Vòng đàm phán Uruguay và tổ chức thương mại thế giới

CHƯƠNG 4

ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI (5 tiết)

I. MỤC TIÊU

Truyền tải những nội dung về đầu tư trực tiếp nước ngoài trên cơ sở phân tích những học thuyết, tìm hiểu dòng chảy vốn của FDI, ích lợi và bất lợi của cả hai quốc gia: nơi nhận đầu tư và nơi mang nguồn lực đi đầu tư.

II. KẾT CẤU CỦA CHƯƠNG

1. Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI):

Vấn đề quan trọng khi bàn về đầu tư trực tiếp nước ngoài là phân biệt giữa dòng vốn và tích lũy vốn. Dòng vốn FDI là tổng số FDI thực hiện trong thời gian nhất định. Vốn FDI tích lũy là tổng tài sản nước ngoài sở hữu ở một thời điểm nhất định.

- 1.1. Sự tăng trưởng của FDI
- 1.2. Hướng phát triển của FDI
- 1.3. Nguồn vốn của FDI

2. Hình thức đầu tư gián tiếp

3. Lý thuyết về đầu tư trực tiếp nước ngoài:

Xem xét những lý thuyết tiếp cận hiện tượng đầu tư nước ngoài từ 3 khía cạnh:

- Nhóm lý thuyết tìm cách giải thích tại sao doanh nghiệp lại chọn đầu tư nước ngoài thay cho hai giải pháp sẵn có là xuất khẩu và nhượng quyền.
- Nhóm thuyết tìm cách giải thích tại sao công ty cùng ngành thường thực hiện đầu tư cùng lúc và đầu tư trực tiếp vào cùng một vùng xác định.
- Thuyết về lợi thế địa điểm riêng biệt.

4. Ý thức hệ chính trị và đầu tư trực tiếp nước ngoài:

Phần này chúng ta đề cập đến chính sách của chính phủ về FDI. Chính sách của chính phủ được định hướng bởi ý thức hệ chính trị.

- 4.1. Quan điểm bảo thủ
- 4.2. Quan điểm thị trường tự do
- 4.3. Chủ nghĩa dân tộc thực dụng

5. Bất lợi và ích lợi của FDI:

- 5.1. Những ảnh hưởng đối với quốc gia nhận đầu tư
- 5.2. Những ảnh hưởng đối với quốc gia đầu tư.

CHƯƠNG 5

HỆ THỐNG TIỀN TỆ TOÀN CẦU (5 tiết)

I. MỤC TIÊU

Tìm hiểu lịch sử phát triển của hệ thống tiền tệ quốc tế, và giải thích hệ thống tiền tệ này hoạt động như thế nào. Cùng với việc xem xét chính sách tỷ giá hối đoái của chính phủ có tác động quan trọng gì cho triển vọng về hoạt động kinh doanh của quốc gia.

II. KẾT CẤU CỦA CHƯƠNG

1. Tiêu chuẩn vàng:

- Tìm hiểu lịch sử, bản chất, và sức mạnh của giá trị vàng như một đơn vị trao đổi, tính toán, và phương tiện cất giữ.

2. Hệ thống Bretton Woods với sự ra đời của tỷ giá cố định

3. Sự sụp đổ của hệ thống tỷ giá cố định

4. Hệ thống tỷ giá thả nổi:

- Theo sau sự sụp đổ của hệ thống tỷ giá cố định, chính sách tỷ giá thả nổi được hình thành.
 - + Thoả thuận Jamaica
 - + Tỷ giá hối đoái 1973

5. Chính sách tỷ giá trên thực tiễn

6. Bài học từ các cuộc khủng hoảng tiền tệ trên thế giới

CHƯƠNG 6

ẢNH HƯỞNG BỞI HỆ THỐNG CHÍNH TRỊ - LUẬT PHÁP (4 tiết)

I. MỤC TIÊU

- Mỗi quốc gia được đặc trưng bởi sự khác biệt về khuôn khổ, thể chế chính trị, hệ thống luật pháp và mức độ phát triển kinh tế. Giới quản lý doanh nghiệp cần phải phân tích kỹ lưỡng giữa các chính sách của công ty và các môi trường về thể chế, chính trị và kinh tế để tối đa hoá hiệu quả.
- Sau khi học xong chương này, sinh viên sẽ hiểu những tác động của hệ thống chính trị – luật pháp ảnh hưởng đến những quyết định trong giao dịch quốc tế, đến như lợi nhuận, giá cả, và rủi ro của doanh nghiệp.

II. KẾT CẤU CỦA CHƯƠNG

1. Hệ thống chính trị:

Hệ thống chính trị được ấn định dựa trên hai thể thức. Thứ nhất là cấp độ mà chính phủ của quốc gia đặc biệt nhấn mạnh ở chủ nghĩa tập thể hay chủ nghĩa cá nhân. Thứ hai là cấp độ đo lường trong tính dân chủ hay cực quyền. Những thể thức này có sự tương quan lẫn nhau. Nhưng phần lớn hiện nay, có nhiều quốc gia tồn tại trong thể chế lưỡng đôi.

1.1. Chủ nghĩa tập thể và chủ nghĩa cá nhân.

- Xã hội chủ nghĩa
- Tư bản chủ nghĩa

1.2. Xã hội dân chủ và quốc gia cực quyền.

2. Hệ thống pháp luật:

Hệ thống pháp luật của một nước có tầm quan trọng lớn lao đối với thương mại quốc tế, xác định cách thức mà ở đó những giao dịch thương mại phải được thi hành và lập nên những quyền lợi và nghĩa vụ cho những ai tham gia vào.

2.1. Quyền sở hữu tài sản:

Quyền sở hữu liên quan tới nhiều quyền lợi hợp pháp thông qua sử dụng tài sản để tạo thu nhập từ tài sản.

2.2. Quyền sở hữu trí tuệ:

Có thể thiết lập quyền sở hữu dựa vào tài sản trí tuệ (kịch bản phim, phần mềm máy tính, công thức hoá học, ...) thông qua bằng sáng chế, bản quyền, nhãn hiệu.

2.3. Khác biệt trong luật hợp đồng:

Luật hợp đồng có thể khác nhau giữa các nước và như thế nó sẽ ảnh hưởng đến các loại hợp đồng mà giao dịch quốc tế dùng khi gặp tranh chấp.

CHƯƠNG 7

SỰ KHÁC BIỆT GIỮA CÁC QUỐC GIA VỀ KINH TẾ (3 tiết)

I. MỤC TIÊU

- Cung cấp những kiến thức về hệ thống kinh tế chính trị và những vấn đề then chốt trong các quốc gia công nghiệp và quốc gia đang phát triển.
- Giúp sinh viên hiểu sự khác biệt trong nền kinh tế sẽ ảnh hưởng đến việc lựa chọn đối tác liên minh, xây dựng chiến lược nhân sự, và các hoạt động khác,...trước khi ra quyết định thương mại và đầu tư ở một quốc gia bên ngoài.

II. KẾT CẤU CỦA CHƯƠNG

1. Hệ thống kinh tế:

1.1. Kinh tế thị trường:

- Hàng hoá, dịch vụ được sản xuất không theo sự điều khiển của bất cứ ai. Và tất cả các hoạt động sản xuất được quyết định bởi sự tác động qua lại giữa cung và cầu; và tín hiệu đến người sản xuất sẽ được thông qua hệ thống giá. Nếu cầu vượt cung, giá sẽ tăng đòi hỏi sản xuất nhiều hơn; và ngược lại nếu cung vượt cầu, giá sẽ giảm và sản lượng hàng hoá sản xuất cần điều chỉnh ít lại.

1.1. Kinh tế hoạch định (do nhà nước quản lý):

- Sản lượng hàng hoá, dịch vụ, giá cả, ...đều bị điều khiển bởi sự quản lý của nhà nước.

1.2. Kinh tế hỗn hợp:

- Nhìn vào kinh tế thị trường và kinh tế do Nhà nước quản lý sẽ tìm thấy nền kinh tế hỗn hợp. Có nhiều phân khúc thị trường được quản lý bởi tư nhân, tuy nhiên, nhiều phân khúc khác, chính phủ lại có khuynh hướng nhảy vào.

2. Các vấn đề kinh tế then chốt ở các quốc gia công nghiệp và các quốc gia đang phát triển:

2.1. Tăng trưởng kinh tế

2.2. Lạm phát

2.3. Chiến lược thương mại

2.4. Mất cân bằng thanh toán

2.5. Nợ quốc gia

2.6. Sự nghèo đói

3. Điều kiện phát triển kinh tế:

Những khác biệt về kinh tế, chính trị, luật pháp có thể ảnh hưởng sâu sắc đến mức độ phát triển kinh tế của một quốc gia.

3.1. Những khác biệt trong phát triển kinh tế.

3.2. Kinh tế chính trị và tiến bộ kinh tế.

3.3. Các yếu tố quyết định khác: địa lý và giáo dục

CHƯƠNG 8

SỰ KHÁC BIỆT VỀ VĂN HÓA (3 tiết)

I. MỤC TIÊU

- Khám phá những khác biệt về văn hoá ở nước ngoài và trong nước có thể ảnh hưởng đến thương mại quốc tế.
- Chương này tập trung thảo luận về văn hoá. Sau đó nêu lên những khác biệt trong cấu trúc xã hội, ngôn ngữ và giáo dục ảnh hưởng đến văn hoá của một quốc gia.

II. KẾT CẤU CỦA CHƯƠNG

1. Văn hoá là gì?

1.1. Giá trị và tiêu chuẩn:

- Giá trị hình thành nên nền tảng văn hoá, trong khi tiêu chuẩn là quy luật xã hội chi phối hành động giữa người với người.

1.2. Văn hoá, xã hội và quốc gia

2. Cấu trúc xã hội:

- Có nhiều khía cạnh cấu trúc xã hội, nhưng có hai khuynh hướng chính nổi bật lên khi giải thích sự khác biệt giữa các nền văn hoá. Thứ nhất đề cập đến sự đối lập giữa cá nhân và tập thể. Khía cạnh thứ hai là mức độ mà xã hội phân chia thành giai cấp.

2.1. Cá nhân và tập thể

2.2. Sự phân cấp xã hội

3. Ngôn ngữ:

- Ngôn ngữ giúp mọi người giao tiếp với nhau. Đồng thời bản chất ngôn ngữ hình thành con đường cho chúng ta nhận biết thế giới.

4. Giáo dục:

- Ở viễn cảnh kinh doanh quốc tế, khía cạnh giáo dục đóng vai trò quan trọng như yếu tố quyết định lợi thế quốc gia.
- Chuẩn bị sẵn sàng nguồn nhân lực tốt, có trình độ giáo dục và kỹ năng sẵn sàng tham gia vào thị trường thế giới chính là sản phẩm của hệ thống giáo dục quốc gia tốt.

CHƯƠNG 9

HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC TOÀN CẦU (5 tiết)

I. MỤC TIÊU

- Tìm hiểu khái niệm và cách thiết lập chiến lược kinh doanh quốc tế. Nghiên cứu các chiến lược khác nhau mà doanh nghiệp áp dụng khi cạnh tranh quốc tế, xem xét những thuận lợi và khó khăn của các chiến lược này, và thảo luận các yếu tố khác nhau ảnh hưởng đến lựa chọn chiến lược. Để từ đó biết cách thẩm định đầu một chiến lược kinh doanh có hiệu quả..
- Xem xét tại sao công ty tham gia liên minh chiến lược với đối thủ cạnh tranh khác trên toàn cầu. Tìm hiểu những lợi ích, chi phí, và rủi ro của liên minh chiến lược.

II. KẾT CẤU CỦA CHƯƠNG

1. Chiến lược kinh doanh quốc tế:

1.1. *Khái niệm về chiến lược:*

- Chiến lược của công ty được định nghĩa như là hành động mà nhà quản trị thực hiện để đạt mục tiêu đề ra.

1.2. *Thiết lập chiến lược:*

Thiết lập chiến lược là tiến trình đánh giá môi trường và những thế mạnh của công ty.

- Dùng phương pháp phân tích SWOT để đánh giá điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp đối với thị trường; cũng như cơ hội và thách thức mà doanh nghiệp có thể đối mặt trước khi mở rộng hoạt động kinh doanh. Trên cơ sở thu thập được những thông tin cần thiết sau khi phân tích, nhà quản trị xác định mục tiêu cụ thể.

1.3. *Thực thi chiến lược:*

2. Lợi ích từ mở rộng toàn cầu:

Mở rộng toàn cầu cho phép công ty tăng lợi nhuận của họ theo cách không có sẵn đối với một doanh nghiệp nội địa thuần túy. Tuy nhiên, khả năng của mỗi công ty muốn tăng lợi nhuận lại bị giới hạn bởi những nhu cầu tùy biến, chiến lược marketing, chiến lược kinh doanh khác nhau giữa điều kiện của các quốc gia. Do đó, cần thiết phải xem xét những yếu tố:

2.1. *Chuyển cạnh tranh độc quyền.*

2.2. *Nhận biết kinh tế vùng.*

2.3. *Nhận biết kinh tế đường cong kinh nghiệm*

3. Áp lực giảm chi phí và yêu cầu của quốc gia nhận đầu tư

4. Lựa chọn chiến lược:

- Chiến lược quốc tế
- Chiến lược đa thị trường nội địa.
- Chiến lược toàn cầu

- Chiến lược xuyên quốc gia.

5. Liên minh chiến lược:

- Liên minh chiến lược tiến hành một loạt từ liên doanh đến thoả thuận hợp đồng ngắn hạn, theo đó hai công ty đồng ý hợp tác về một nhiệm vụ riêng biệt.

5.1. Sự thuận lợi của liên minh chiến lược

5.2. Những bất lợi của liên minh chiến lược

6. Phương thức hoạt động của liên minh:

- Phần này đi sâu vào thảo luận sự thành công của liên minh như là hàm số của ba yếu tố: lựa chọn đối tác, cơ cấu liên minh, và tình trạng mà liên minh được quản lý.

CHƯƠNG 10

THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI (5 tiết)

I. MỤC TIÊU

Cung cấp cái nhìn toàn diện về con đường ra “biển lớn” của một doanh nghiệp, trên cơ sở phân tích làm thế nào để thâm nhập thị trường nước ngoài, xác định thời gian, qui mô và lựa chọn mô hình thâm nhập.

II. KẾT CẤU CỦA CHƯƠNG

1. Quyết định cơ bản về việc thâm nhập thị trường:

Trong phần này, chúng ta xem xét ba quyết định căn bản mà một công ty mở rộng xuất khẩu phải thực hiện: thị trường nào, khi nào thì thâm nhập đó, và qui mô như thế nào?

1.1. Thị trường nước ngoài

1.2. Thời gian thâm nhập

1.3. Qui mô và chiến lược thâm nhập

2. Mô hình thâm nhập:

- Một khi công ty tham gia vào thị trường nước ngoài, câu hỏi là mô hình tốt nhất là gì?
- Có 6 mô hình để một công ty có thể lựa chọn để tham gia thị trường nước ngoài:
 - + Xuất khẩu
 - + Chuyển nhượng giấy phép.
 - + Chuyển nhượng thương hiệu.
 - + Dự án trao tay.
 - + Liên doanh.
 - + Sở hữu hoàn toàn (100% vốn nước ngoài)

3. Lựa chọn mô hình thâm nhập:

Thuận lợi và khó khăn của mỗi hình thức được xác định bởi các yếu tố bao gồm chi phí vận chuyển, hàng rào thương mại, rủi ro chính trị, rủi ro kinh tế và chiến lược công ty. Lựa chọn thâm nhập tối ưu khác nhau phụ thuộc vào các yếu tố:

- Yếu tố cạnh tranh cốt lõi của doanh nghiệp và mô hình thâm nhập.
- Áp lực giảm chi phí và mô hình thâm nhập.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu bắt buộc

- Nguyễn Đông Phong, etc., 2007, *Kinh doanh toàn cầu ngày nay*, NXB Lao động và Xã Hội, Tp.HCM.
- Bài giảng của giảng viên đứng lớp (PowerPoint Slides)

Tài liệu tham khảo

- Hill, C, 2007, *International Business: competing in the global marketplace*, McGraw-Hill, New York.
- Bùi Lê Hà, etc., 2003, *Quản trị kinh doanh quốc tế*, Nhà xuất bản Thống Kê.
- Ball, D, et.al., 2006, *International Business: the Challenge of Global Competition*, 10th ed, McGraw-Hill, NY.
- Stiglitz, J.E., *Toàn cầu hóa và những mặt trái*, Tái bản lần thứ 1, 2008, NXB. Trẻ Tp. HCM.
- Rugman, et.al., 2003, *International Business*, 3rd ed, FT prentice Hall, Harlow.
- Friedman, T.L., 2005, *Chiếc Lexus và cây ÔLiu*, NXB KH&XH.
- <http://www.thitruongnuocngoai.vn> - Bộ công thương
- <http://www.ft.com> - The Financial Times
- <http://www.forbes.com> - Forbes Global magazine
- <http://www.wsj.com> - The Wall Street Journal
- <http://www.cnn.com> - CNN World News
- <http://www.businessweek.com> - Business week magazine
- <http://www.bloomberg.com> - Bloomberg News