

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

А.В. Егоров

24.12 2025

Регистрационный № УД 6787-25 /уч.

БИЗНЕС - КОММУНИКАЦИИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
6-05-0311-02 «Экономика и управление»

2025 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0311-02-2023, учебных планов по специальности 6-05-0311-02 «Экономика и управление»

СОСТАВИТЕЛИ:

М.В.Петрович, профессор кафедры организации и управления учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор;

Э.М.Бодрова, доцент кафедры организации и управления учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

В.М. Синельников, проректор по идеологической и воспитательной работе учреждения образования «Белорусский государственный аграрный технический университет», кандидат экономических наук, доцент;

И.В. Щитникова, доцент кафедры экономики промышленных предприятий учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой организации и управления учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 4 от «19» ноября 2025);

Методической комиссией по специальностям «Экономика и управление на предприятии», «Экономика и управление», «Менеджмент (по направлениям)», «Менеджмент», «Экономика» с профилизацией «Экономика инноваций и развития бизнеса» «учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 2 от «17» 11 2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 3 от «23» 12 2025).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Бизнес-коммуникации» направлена на процесс формирования компетенции студентов в области делового общения. Бизнес-коммуникации имеют решающее значение для успеха в решении деловых вопросов через цифровые каналы, при встрече.

Цель преподавания учебной дисциплины «Бизнес-коммуникации» – сформировать у студентов данной специальности необходимый уровень требуемых компетенций в организации и проведении современных бизнес-коммуникаций.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- дать студентам теоретические знания и выработать практические навыки организации эффективных бизнес-коммуникаций;
- показать и понять роль бизнеса и предпринимательства в развитии современного общества;
- изучить сущность и особенности современных социальных коммуникаций, в том числе межличностных коммуникаций, понять роль личностных характеристик в коммуникациях, а также особенности формальных и неформальных деловых коммуникаций;
- сформировать у студентов необходимую теоретико-методическую базу и практические навыки применения современных технологий бизнес-коммуникаций, включая социально-психологические коммуникативные технологии, а также информационно-компьютерные технологии с применением инструментария электронного взаимодействия;
- дать студентам знания и навыки информационного обеспечения бизнес-коммуникаций, в том числе законодательное регулирование коммерческой тайны в Республике Беларусь, ее критерии и режимы;
- показать содержание и особенности социально-психологического влияния в бизнес-коммуникациях, а также современных информационных технологий на основе цифровых платформ (ИИ, спиндокторинг, спичрайтинг, блогинг, телеграм-каналы и др.);
- раскрыть сущность коммуникативных эффектов и технологий управляемого выбора, инструментов социального программирования и социального взлома (фишинг, уэйлинг, фарминг, кража данных и др.);
- обучить принципам, методам и правилам управления ресурсами бизнес-коммуникаций, понять роль времени как важнейшего бизнес-ресурса, раскрыть сущность моделей коммуникативного поведения во времени, правил и технологий организации рабочего времени;
- изучить сущность и особенности коммуникативных бизнес-конфликтов, в том числе асимметричных конфликтов, а также инструментальные средства их организации и регулирования;
- сформировать у студентов необходимый уровень культуры бизнес-коммуникаций, включая знание этических норм и проблем деловых

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Бизнес-коммуникации» направлена на процесс формирования компетенции студентов в области делового общения. Бизнес-коммуникации имеют решающее значение для успеха в решении деловых вопросов через цифровые каналы, при встрече.

Цель преподавания учебной дисциплины «Бизнес-коммуникации» сформировать у студентов данной специальности необходимый уровень требуемых компетенций в организации и проведении современных бизнес-коммуникаций.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- дать студентам теоретические знания и выработать практические навыки организации эффективных бизнес-коммуникаций;
- показать и понять роль бизнеса и предпринимательства в развитии современного общества;
- изучить сущность и особенности современных социальных коммуникаций, в том числе межличностных коммуникаций, понять роль личностных характеристик в коммуникациях, а также особенности формальных и неформальных деловых коммуникаций;
- сформировать у студентов необходимую теоретико-методическую базу и практические навыки применения современных технологий бизнес-коммуникаций, включая социально-психологические коммуникативные технологии, а также информационно-компьютерные технологии с применением инструментария электронного взаимодействия;
- дать студентам знания и навыки информационного обеспечения бизнес-коммуникаций, в том числе законодательное регулирование коммерческой тайны в Республике Беларусь, ее критерии и режимы;
- показать содержание и особенности социально-психологического влияния в бизнес-коммуникациях, а также современных информационных технологий на основе цифровых платформ (ИИ, спиндокторинг, спичрайтинг, блогинг, телеграм-каналы и др.);
- раскрыть сущность коммуникативных эффектов и технологий управляемого выбора, инструментов социального программирования и социального взлома (фишинг, уэйлинг, фарминг, кража данных и др.);
- обучить принципам, методам и правилам управления ресурсами бизнес-коммуникаций, понять роль времени как важнейшего бизнес-ресурса, раскрыть сущность моделей коммуникативного поведения во времени, правил и технологий организации рабочего времени;
- изучить сущность и особенности коммуникативных бизнес-конфликтов, в том числе асимметричных конфликтов, а также инструментальные средства их организации и регулирования;
- сформировать у студентов необходимый уровень культуры бизнес-коммуникаций, включая знание этических норм и проблем деловых

коммуникаций, этикет бизнес-коммуникаций и культуру речевых коммуникаций;

- дать знания и сформировать начальные навыки организации и проведения деловых переговоров, в том числе международных;
- изучить кросскультурные особенности международных бизнес-коммуникаций.

В результате изучения учебной дисциплины «Бизнес-коммуникации» формируется следующая **компетенция**:

специализированная:

- использовать методы и приемы эффективных коммуникаций в современной инновационной бизнес-среде, применять коммуникативные стратегии.

В результате изучения данной учебной дисциплины обучаемый должен **знать**:

- сущность, базовые элементы и этапы коммуникации;
- особенности формальных и неформальных, межличностных и организационных бизнес-коммуникаций;
- коммуникативные роли и структуру личности;
- содержание, особенности и формы бизнес-коммуникаций;
- сущность и свойства деловой информации, критерии и режим коммерческой тайны в Республике Беларусь;
- принципиальное содержание социально-психологических, а также электронных коммуникативных технологий;
- правила социальной инженерии, формы социального программирования, а также инструменты социального взлома;
- содержание, особенности и принципы организации бизнес-коммуникаций современного руководителя;
- сущность и роль времени как важнейшего ресурса бизнес-коммуникации;
- содержание и особенности коммуникативных бизнес-конфликтов;
- этические и этикетные нормы бизнес-коммуникаций;
- особенности и виды переговоров как важнейшей формы бизнес-коммуникаций;
- кросскультурные особенности международных бизнес-коммуникаций.

уметь:

- строить эффективные бизнес-коммуникации; определять базовые элементы и этапы такой коммуникации;
- определять барьеры в бизнес-коммуникациях и эффективно их преодолевать;
- использовать внутренние и внешние, легальные, полуполегалыные, нелегальные и конфиденциальные источники деловой информации;
- ситуативно применять социально-психологические и электронные коммуникативные технологии;
- применять и регулировать некоторые инструменты социальной инженерии и социального программирования;

- проектировать эффективный фидбэк и применять правила подготовки и проведения эффективных совещаний;
- эффективно использовать временной ресурс в бизнес-коммуникациях;
- регулировать коммуникативные бизнес-конфликты;
- соблюдать этические и этикетные нормы деловых коммуникаций;
- организовать и проводить бизнес-переговоры;
- адаптировать себя в межкультурных бизнес-коммуникациях.

иметь навык:

- организации эффективных бизнес-коммуникаций;
- решения сложных проблем в ходе деловых коммуникаций (преодоления барьеров, получения информации, управления конфликтами, организации фидбэка и др.);
- информационного обеспечения разной сложности бизнес-коммуникаций;
- применения социально-психологических и электронных коммуникативных технологий;
- владения основами социальной инженерии и социального программирования;
- эффективной организации рабочего времени;
- регулирования коммуникативных бизнес-конфликтов;
- применения норм делового этикета и делового протокола;
- организации и проведения бизнес-переговоров;
- эффективных коммуникаций в межкультурных деловых средах.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина относится к модулю по выбору «Менеджмент персонала и коммуникации» компонента учреждения образования.

Изучение учебной дисциплины «Бизнес-коммуникации» может быть основой для дальнейшего получения знаний и формирования компетенций в рамках учебных дисциплин «Экономика организации», «Менеджмент организации», «Маркетинг» и других.

Формы получения образования- дневная, заочная (на базе ССО).

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины отводится:

общее количество учебных часов –102, для дневной формы получения образования аудиторных – 52 часа, из них лекции – 26 часов семинарские занятия – 26 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

1 семестр - лекции – 26 часов, семинарские занятия – 26 часов.

Самостоятельная работа студента –50 часов

Для заочной формы получения образования (на базе ССО) аудиторных часов – 10, из них лекций – 6 часов, семинарских занятий – 4 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

установочная сессия – лекции – 4 часа;

1 сессия – лекции – 2 часа, семинарские занятия – 4 часа.

Самостоятельная работа студента – 88 часов

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Бизнес и предпринимательство в развитии общества

Предпринимательство и бизнес как основа рыночной экономики. Сущность и особенности предпринимательства. Взаимосвязь предпринимательства и бизнеса. Роль бизнеса в развитии общества. Признаки бизнес-организации. Развитие бизнес-культуры. Бизнес и потребители. Роль бизнеса в формировании культуры потребления. Сущность клиентинга в современных бизнес-коммуникациях. Управление бизнес-рисками. Синхронизация интересов бизнеса, потребителей, общества и государства.

Тема 2. Современные социальные коммуникации

Коммуникации в живой природе. Развитие личности как социально-коммуникативный процесс. Человек, индивид, индивидуальность, личность. Теория личностного развития Э. Эриксона. Этапы развития человека как личности. Общение и коммуникация. Эмоциональная составляющая коммуникаций. Коммуникативные функции человека. Пространственно-временная структура коммуникации. Базовые элементы и этапы коммуникации. Формальные и неформальные коммуникации. Межличностные и организационные формы коммуникаций. Письменные и устные формы коммуникаций: их преимущества и недостатки. Горизонтальные и вертикальные коммуникации. Особенности неформальных коммуникаций (слухи, сплетни, догадки, суждения, фейки, мифы, ложь, домыслы, шутки, насмешки).

Тема 3. Человеческий фактор в бизнес-коммуникациях

Коммуникативные роли и структура личности. Модель «Большая пятерка» Л. Голдберга. Эмоциональная составляющая в бизнес-коммуникациях. Влияние темперамента на общение. Коммуникативные особенности темперамента. Характер человека как фактор бизнес-коммуникации. Факторы личности, формирующие ее характер. Сущность и роль способностей в развитии коммуникативных навыков личности. Уровни развития способностей. Мотивационные факторы коммуникации. Управление эмоциональной компонентой в ходе бизнес-коммуникации. Профессиональные кризисы делового человека. Сущность и симптомы профессионального выгорания в деловом общении. Кросс-культурные факторы в бизнес-коммуникациях.

Тема 4. Содержание и особенности бизнес-коммуникаций

Сущность, особенности и формы бизнес-коммуникаций. Коммуникация как система и как процесс. Интегрированные бизнес-коммуникации. Структура бизнес-коммуникации (цели, интересы, предмет, субъект, объект, инструменты, ресурсы). Правила делового общения. Паралингвистические

инструменты в деловых коммуникациях. Функции паралингвистических средств в речевой коммуникации. Проксемические инструменты делового общения. Интимная, личная и социальная зоны общения. Барьеры в бизнес-коммуникациях: непонимания, личностные, социокультурные и организационные. Обратный сигнал как критерий эффективности деловой коммуникации. Пассивный и активный фидбэк. Эффективная и неэффективная обратная связь.

Тема 5. Информационное обеспечение бизнес-коммуникаций

Сущность, свойства и роль информации в бизнес-отношениях. Факты, данные, информация и знания. Классификационные признаки и виды бизнес-информации. Внутренние и внешние источники информации. Легальные, полулегальные, нелегальные и конфиденциальные источники бизнес-информации. Коммерческая тайна в бизнес-коммуникациях. Законодательное регулирование коммерческой тайны в Республике Беларусь. Сущность, преимущества и недостатки первичной и вторичной информации. Информационный менеджмент в бизнес-коммуникациях. Организация специальных информационных событий. Информационная безопасность: сущность и механизмы обеспечения.

Тема 6. Управленческие бизнес-коммуникации

Архитектура труда современного руководителя. Вертикальное и горизонтальное разделение управленческого труда. Основные характеристики и общий функциональный портрет современного бизнес-руководителя. Коммуникативные качества и коммуникативная ответственность бизнес-руководителя. Современные коммуникации и руководитель. Здоровые коммуникации. Ортобиотика управленческих бизнес-коммуникаций. Правила организации здоровья. Актуальность обратной связи для руководителя. Правила эффективной обратной связи. Причины избегания обратной связи руководителем и подчиненными. Проведение совещаний. Факторы необходимости совещаний. Правила подготовки и проведения эффективных бизнес-совещаний. Дистанционные совещания: особенности и правила проведения. Критерии и технологии оценки эффективности труда бизнес-руководителя.

Тема 7. Социально-психологические инструменты влияния в бизнес-коммуникациях

Субъекты, объекты, предмет, инструменты и ресурсы коммуникативных технологий. Влияние в общении. Императивные и неимперативные формы влияния. Методы массового влияния. Конкретные приемы влияния в межличностных деловых коммуникациях. Технология убеждения. Факторы и условия эффективного убеждения. Аргументация и демонстрация. Правила убеждения. Особенности поведения и речевые характеристики объекта убеждения. Технология внушения в деловых отношениях. Факторы результативности внушения. Вербальное и невербальное внушение.

Эмоциональное, интеллектуальное и поведенческое внушение. Эффекты плацебо и ноцебо. Самовнушение. Защита от деструктивного внушения. Технология манипулирования в деловых отношениях. Макиавеллизм. Приемы открытого манипулирования. Эффективные способы защиты от манипулирования. Инструменты деструктивного влияния (моббинг, харрасмент, буллинг, газлайтинг, абьюзинг, хейтинг и другие).

Тема 8. Современные технологии деловых коммуникаций

Развитие технологий бизнес-коммуникаций. Современные тренды в развитии коммуникативных технологий. Содержание и особенности современных коммуникативных технологий. Информационно-компьютерные технологии как инструментарий цифровой экономики. Применение технологий ИИ в бизнес-коммуникациях. Приоритетные направления развития национальной информационно-коммуникационной инфраструктуры Республики Беларусь. Современные прикладные коммуникативные технологии. Спиддокторинг. Спичрайтинг. Блогинг и телеграм-каналы. Технологии мультимедийных коммуникаций. Сущность и структура имиджмейкинга. Содержание имиджмейкинга как процесса. Коммуникативная компетентность и коммуникативная культура: их взаимосвязь. Компоненты деловой коммуникативной компетентности. Коммуникативные бизнес-модели. Развитие коммуникативных компетенций. Структура деловой коммуникативной культуры. Бизнес-школы как платформа для развития бизнес-коммуникаций. Возникновение бизнес-школ. Функционал и предметно-коммуникативное содержание бизнес-школ. Программы MBA. Мировые рейтинги бизнес-школ. Предоставление статуса «бизнес-школа» в Республике Беларусь.

Тема 9. Деловые переговоры

Переговоры как важнейшая бизнес-коммуникация. Особенности и виды переговоров. Организационная подготовка переговоров. Сущность решаемых организационных задач. Определение количественного состава переговорной группы и переговорной локации. Последовательность и содержание этапов переговорного процесса. Психологическая подготовка к переговорам. Модель профессионального переговорщика. Решение содержательных задач предстоящих переговоров. Модели и приемы переговорных коммуникаций. Жесткий и мягкий позиционный торг. Особенности партнерского подхода к переговорам. Тактические приемы переговорных коммуникаций. Правила сохранения внутреннего баланса спокойствия и уверенности в ходе переговорного процесса. Переговорные мифы. Организация деловых приемов. Подготовка и виды приемов. Дневные и вечерние приемы. Поведение на деловых приемах.

Тема 10. Коммуникативные эффекты и технологии управляемого выбора

Поведенческая экономика как феномен несовершенных коммуникаций. Асимметричность информации на рынке. Сущность и особенности поведенческой экономики. Теории, модели и эффекты в условиях несовершенных коммуникаций (теория перспектив, парадокс Алле, теория ограниченной рациональности и др.). Рациональный субъект в

несовершенных коммуникациях. Концепция рационального выбора. Причины иррационального экономического поведения субъектов рынка. Коммуникативно-когнитивные искажения на рынке (боязнь потери, предубеждение статус-кво, эффект Барнума-Форера, денежная иллюзия, проклятие знания и др.). Сущность технологий управляемого выбора. Хакинг социального поведения человека. Социальная инженерия и социальное программирование: общее и различия. Правила социальной инженерии. Инструменты социального взлома (фишинг, уэйлинг, фарминг, кража данных и др.). Методы и формы социального программирования.

Тема 11. Коммуникативные бизнес-конфликты

Сущность и структура бизнес-конфликта. Взгляд, позиция, интерес и конфликтная ситуация. Конфликт как результат несовершенства социальной коммуникации. Отличительные особенности бизнес-конфликтов. Состав и виды конфликта (взаимодействия, поведения, ресурсов, ролей, потенциалов, регламента и ценностей). Организационно-структурные конфликты. Коммуникативные конфликтогены (проявление превосходства, снисходительность, хвастовство, агрессия, неудачные обстоятельства, нарушение правил и др.). Вертикальные и горизонтальные конфликты. Потенциальные причины вертикальных и горизонтальных конфликтов в организациях. Асимметричные бизнес-конфликты. Инструментальное содержание бизнес-конфликтов. Регулирование бизнес-конфликтов в организации. Арбитраж, посредничество и переговоры как методы регулирования конфликтов. Их достоинства и недостатки. Кодекс поведения в конфликте.

Тема 12. Этические нормы и проблемы бизнес-коммуникаций

Сущность бизнес-этики. Три позиции в понимании совместимости бизнеса и этики. Этические уровни бизнес-этики. Этические принципы и нормы деловых отношений. Этические проблемы деловых коммуникаций. Инструментальные морально-этические дилеммы выбора. Проблемы сочетания личных и общественных интересов, соотношения целей и средств их достижения. Межсубъектные этические проблемы. Этика отношений организаций и государства, организаций и общества, производителей и потребителей. Этика отношений организаций с местным сообществом. Этические проблемы бизнес-организаций. Отношения между руководителями и подчиненными, неэтичные управленческие решения, социальный и гендерный сексизм, мобинг, буллинг, харассмент, служебные разоблачения. Социальная ответственность в бизнес-коммуникациях. Мировая практика социально-ответственного бизнеса. Этическое кодифицирование деловых коммуникаций (международные, корпоративные и профессиональные кодексы).

Тема 13. Этикет деловых коммуникаций

Содержание и особенности делового этикета. Деловой протокол и церемониал. Структура делового этикета. Всеобщие этикетные нормы. Этикет приветствий. Рукопожатие, визитные карточки. Вербальный этикет приветствий. Правила применения комплиментов. Подарки руководителю, подчиненным, партнерам. Внешний облик делового мужчины. Деловой костюм. Коэффициент консервативности. Обувь. Верхняя одежда. Аксессуары. Парфюмерия. Табу во внешнем облике делового мужчины. Внешний вид деловой женщины. Общие правила делового дресс-кода для женщин. Элементы деловой экипировки и украшения. Табу во внешнем облике деловой женщины. Этикет электронных коммуникаций. Особенности и культура телефонных коммуникаций. Культура электронной переписки. Недопустимые элементы в деловых электронных коммуникациях. Культура рабочего места. Эргономичность, гигиена и эстетика рабочего места. Этикет рабочего места.

Тема 14. Культура речевых бизнес-коммуникаций

Критерии и нормы культуры устных бизнес-коммуникаций (правильность, точность, логичность, аргументированность, чистота и конкретность речи. Риторические приемы эффективной речевой коммуникации. Особенности официально-делового стиля коммуникаций. Основные черты и особенности официально-делового стиля письменной и устной речи. Виды служебных документов. Организационные документы (устав, учредительный договор, штатное расписание предприятия, положения о структурных подразделениях, должностные инструкции и др.). Распорядительные документы (приказы по основной деятельности, распоряжения, указания, решения, постановления и др.). Документы по личному составу (приказы по личному составу, заявления, резюме, трудовой договор, трудовая книжка, личные дела и др.). Информационно-справочные документы (акты, письма, факсы, справки, докладные и служебные записки, протоколы и др.). Стандартные языковые формулы и этикет официальных документов. Этикет обращения к адресату. Нормы корректности, оптимизма, одобрения, признательности. Паритет уровня подписантов документов.

Тема 15. Время как важнейший бизнес-ресурс

Темпоральный характер экономико-управленческих бизнес-отношений. Время как важнейший экономический ресурс. Экономика времени. Основные положения экономики времени. Сущность рабочего времени по Трудовому Кодексу Республики Беларусь. Условная стоимость единицы рабочего времени. Время в системе бизнес-коммуникаций. Модели коммуникативного поведения во времени. Коммуникативное время. Реактивное запаздывание. Национальные и личностные модели коммуникативного поведения во времени. Коммуникативная синхронизация. Внутренняя и внешняя синхронизация. Особенности и характеристики коммуникативной синхронизации как управляемого процесса. Правила и технологии

организации рабочего времени. Хронообусловленный характер работоспособности человека. Факторы и динамика работоспособности. Хронофаги и прокрастинация.

Тема 16. Организация международных бизнес-коммуникаций

Особенности международных бизнес-коммуникаций. Ментально-национальные особенности в деловых коммуникациях по типологии культурных измерений Г. Хофстеде. Соотношение индивидуализма и коллективизма, дистанция власти, избегание неопределенности, соотношение мужественности и женственности, ориентация на будущее, потворство желаниям. Основные положения государственной протокольной практики Республики Беларусь. Особенности официальных, неофициальных, рабочих визитов и визитов проездом. Подготовка программы пребывания иностранной бизнес-делегации. Задачи рабочего визита. Составление общей и рабочей программ визита. Организация встречи делегации. Приветствия и представления. Этикет обращения, организация трансфера делегации. Размещение гостей в местах проживания. Содержание и особенности визита вежливости. Деловая часть программы визита: состав и особенности. Представление участников, время и продолжительность, язык переговоров. Пресс-конференция и брифинг. Анонс пресс-конференции и его содержание. Пресс-релиз. Организация и продолжительность пресс-конференции. Организация пребывания делегации. Организация питания иностранных гостей. Культурная программа. Подарки и сувениры. Закон Республики Беларусь от 1 июня 2022 г. № 175-З «О государственной службе» о сувенирах и подарках в служебной деятельности. Проводы зарубежной делегации.

Тема 17. Кросскультурные особенности международных бизнес-коммуникаций

Элементы кросскультурных различий в современных бизнес-коммуникациях. Англоязычные деловые культуры. Особенности американского бизнес-этикета. Последовательность, настойчивость и нетерпеливость. Английское тщеславие, аристократизм, строгость, сдержанность, обязательность. Английский юмор. Особенности австралийского делового менталитета: уважение к личности, равноправие и свобода выбора.

Романоязычные деловые культуры. Французская самоуверенность и национальное тщеславие, вежливость и официальность. Итальянское красноречивое многословие и экстравертированность. Непунктуальность. Испанская человечность, обидчивость, чувствительность и следование кодексу честности. Португальское великодушие, деловая гибкость и переговорный профессионализм.

Германия и скандинавские страны. Пунктуальность, обязательность и консерватизм немецкой деловой культуры. Партнерская дисциплинированность и уверенность в немецком качестве. Скандинавские

высочайшие стандарты опрятности, честности, стойкости, мастерства, надежности, гигиены, безопасности и образования.

Арабская бизнес-культура. Религиозность, культ семьи и сословности в арабском деловом менталитете. Тактильный характер, стремление к доверию и непринятие критики в арабском деловом мире.

Китайская деловая культура. Конфуцианство, даосизм, почитание предков и семейных ценностей, скромность и умеренность как основа китайского делового менталитета. Коллективизм, учтивость и вежливость, осторожность и терпеливость. Бережливость и забота о завтрашнем дне. Ситуативность мышления и следование собственным интересам в деловом поведении китайских партнеров.

Взаимосвязь международных бизнес-контактов со знанием особенностей национальных кухонь и культуры еды: его продуктового состава, организации, традиций и культурных норм.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ»

Дневная форма получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1 семестр										
Тема 1	Бизнес и предпринимательство в развитии общества	2							[1,2,3,6,10,11,12,14]	Устный опрос, сообщения, деловая дискуссия
Тема 2	Современные социальные коммуникации			2					[2,3,4,7, 14, 17]	Устный опрос, бизнес-кейс, сообщения
Тема 3	Человеческий фактор в бизнес-коммуникациях	2							[7, 9, 13, 16, 18]	Тест, устный опрос, деловая дискуссия
	Человеческий фактор в бизнес-коммуникациях			2						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 4	Содержание и особенности бизнес-коммуникаций			2					[7, 8, 14, 17,]	Тест, устный опрос, сообщения, бизнес-кейс
Тема 5	Информационное обеспечение бизнес-коммуникаций	2							[4,5, 6, 8, 10, 11]	Тест, устный опрос, сообщения, бизнес-кейс
	Информационное обеспечение бизнес-коммуникаций			2						
Тема 6	Управленческие бизнес-коммуникации	2							[7, 10, 11,13, 16]	Тест, устный опрос, сообщения, деловая дискуссия
	Управленческие бизнес-коммуникации			2						
Тема 7	Социально-психологические инструменты влияния в бизнес-коммуникациях	2							[7,8, 9, 10, 11, 18]	Тест, устный опрос, бизнес-кейс, деловая дискуссия
	Социально-психологические инструменты влияния в бизнес-коммуникациях			2						
Тема 8	Современные технологии деловых коммуникаций	2							[7,8, 14, 17, 18, 19]	Тест, устный опрос, сообщения, бизнес-кейс
Тема 9	Деловые переговоры	2							[1,2, 7, 8, 14, 17, 18, 19]	Тест, устный опрос, бизнес-кейс, деловая дискуссия
Тема 10	Коммуникативные эффекты и технологии управляемого выбора			2					[3,7, 12]	Тест, устный опрос, сообщения, бизнес-кейс
Тема 11	Коммуникативные бизнес-конфликты	2							[2,7, 14, 19]	Тест, устный опрос, бизнес-кейс, деловая дискуссия
	Коммуникативные бизнес-конфликты			2						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 12	Этические нормы и проблемы бизнес-коммуникаций			2					[1,7, 9, 16]	Тест, устный опрос, сообщения, бизнес-кейс
Тема 13	Этикет деловых коммуникаций	2							[7, 8, 9, 10, 11, 16, 17]	Тест, устный опрос, бизнес-кейс, деловая дискуссия
	Этикет деловых коммуникаций			2						
Тема 14	Культура речевых бизнес-коммуникаций	2							[7, 8, 9, 16]	Тест, устный опрос, бизнес-кейс, деловая дискуссия
	Культура речевых бизнес-коммуникаций			2						
Тема 15	Время как важнейший бизнес-ресурс	2							[7, 9, 10, 11]	Тест, устный опрос, сообщения, бизнес-кейс
	Время как важнейший бизнес-ресурс			2						
Тема 16	Организация международных бизнес-коммуникаций	2							[6, 7, 8, 15, 17, 18, 19]	Тест, устный опрос, бизнес-кейс
Тема 17	Кросскультурные особенности международных бизнес-коммуникаций	2							[7, 8, 15, 18, 19]	Тест, устный опрос, сообщения, бизнес-кейс
	Кросскультурные особенности международных бизнес-коммуникаций			2						
	Итого 1 семестр	26		26						Зачет
	Всего часов	26		26						

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ»
 Зочная форма получения высшего образования (на базе ССО)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
Установочная сессия							
Тема 4.	Содержание и особенности бизнес-коммуникаций	2				[7, 8, 14, 17,]	Тест, устный опрос, сообщения, бизнес-кейс
Тема 6	Управленческие бизнес-коммуникации	2				[7, 10, 11,13, 16]	Тест, устный опрос, сообщения, деловая дискуссия
	Итого установочная сессия	4					
1 сессия							
	Тема 8. Современные технологии деловых коммуникаций	2				[7,8, 14, 17, 18, 19]	Тест, устный опрос, сообщения, бизнес-кейс
	Тема 9. Деловые переговоры			2		[1,2, 7, 8, 14, 17, 18, 19]	Тест, устный опрос, бизнес-кейс, деловая дискуссия

1	2	3	4	5	6	7	8
	Тема 16. Организация международных бизнес-коммуникаций			2		[6, 7, 8, 15, 17, 18, 19]	Тест, устный опрос, бизнес-кейс
	Итого 1 сессия	2		4			Зачет
	Всего часов	6		4			

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Петрович, М. В. Деловые коммуникации в организации : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Менеджмент" / М. В. Петрович. – Минск : РИВШ, 2023. – 431 с.
2. Петрович, М. В. Переговорный процесс : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Маркетинг" / М. В. Петрович, С. П. Мармашова. – Минск : Амалфея, 2021. – 403 с.
3. Петрович, М. В. Управление персоналом : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Менеджмент", "Экономика и управление", "Бизнес-администрирование" / М. В. Петрович. – Минск : РИВШ, 2024. – 627 с.
4. Петрович, М. В. Управление организацией : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Менеджмент" / М. В. Петрович. – Минск : РИВШ, 2023. – 667 с.
5. Петрович, М. В. Управление организацией : [учебник для слушателей системы дополнительного образования взрослых] / М. В. Петрович ; Академия упр. при Президенте Респ. Беларусь. – 4-е изд., доп. и перераб. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2023. – 590, [1] с. *(не подходит для 1 ступени. Желательно перенести в Дополнительную)*
6. Петрович, М. В. Экономика управления: учебное пособие с грифом Министерства образования РБ для студентов учред. высш. обр. / М. В. Петрович. – Минск : БГЭУ, 2019. – 427 с. *(год издания. Желательно перенести в Дополнительную)*

Дополнительная:

7. Дорофеева, Л. И. Организационное поведение : учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. И. Дорофеева. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 378 с.
8. Измайлова, М. А. Деловое общение : учебное пособие / М. А. Измайлова. - 7-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 252 с. - ISBN 978-5-394-04991-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2082500> (дата обращения: 01.12.2025). – Режим доступа: по подписке.
9. Михалькевич, Г. Н. Протокол и этикет международного общения: учеб. пособие / Г. Н. Михалькевич. - Минск: БГУ, 2009. – 275 с.
10. Петрович, М. В. Управление персоналом : учеб. пособие / М. В. Петрович. – Минск : Амалфея, 2013. – 511 с.
11. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для академического бакалавриата / В. А. Спивак. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 460 с.

12. Рызов, И. Кремлевская школа переговоров / И. Рызов. – М.: Изд-во Бомбора, 2023. – 336 с.

13. Кеннеди, Г. Переговоры: Полный курс : учебное пособие / Г. Кеннеди. - 3-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 392 с. - (Серия «Сколково»). - ISBN 978-5-9614-4520-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2233553> (дата обращения: 01.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

14. Ефимова, Н. В. Организационные коммуникации : учебно-методическое пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "социальные коммуникации" / Н. В. Ефимова, И. И. Екадумова ; Белорусский гос. ун-т. – Минск : БГУ, 2023. – 109, [2] с.

15. Организационное поведение : учебник : для студентов образовательных учреждений высшего образования, обучающихся по укрупненной группе специальностей 38.00.00 "Экономика и управление" / М.А. Абрамов, С.И. Самыгин, Л.Д. Столяренко [и др.] ; под ред. Л.Д. Столяренко. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2024. – 331 с.

16. Багана, Ж. Национальные особенности межкультурной коммуникации. Теория и практика : учебное пособие / Ж. Багана, Н. И. Дзепс, Ю. Н. Мельникова. – Москва : ФЛИНТА, 2020. – 381, [1] с.

Нормативные правовые акты:

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г., № 218-З : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 дек. 1998 г. : в ред. Закона Республики Беларусь от 17 февраля 2025 г. № 62-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.02.2025, 2/3148) <Н12500062> - с изменениями и дополнениями, вступившими в силу 22 февраля 2025 г. и 22 ноября 2025 г. – Минск, 2025.

2. Трудовой кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 26 июля 1999 г., № 296-З : принят Палатой представителей 8 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г. : в ред. Закона Республики Беларусь от 5 декабря 2024 г. № 46-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 13.12.2024, 2/3132) <Н12400046> с изменениями и дополнениями, вступившими в силу 12 июля 2024 г. и 1 января 2025 г., за исключением изменений и дополнений, которые вступят в силу 1 января 2026 г. - Минск, 2025.

3. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь, 9 янв. 2002 г., № 90-З: в ред. Закона Республики Беларусь от 22 апреля 2024 г. № 365-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.04.2024, 2/3085) <Н12400365> – Минск, 2025.

4. О коммерческой тайне. Закон Республики Беларусь от 5 января 2013 г. № 16-З. в ред. Закона Республики Беларусь от 8 июля 2024 г. № 27-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 11.07.2024, 2/3111) <Н12400027>– Минск, 2025.

5. Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы (утв. Постановление СМ Республики Беларусь 02.02.2021

№ 66) /Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь/ - Минск, 2025.

6. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2035 года. Одобрено. Протокол заседания Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 4 февраля 2020 г. № 3 /Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь/ - Минск, 2025.

Перечень вопросов для проведения зачета

1. Роль бизнеса в развитии общества
2. Сущность клиентинга в современных бизнес-коммуникациях.
3. Виды коммуникаций в живой природе.
4. Базовые элементы и этапы коммуникации.
5. Формальные и неформальные коммуникации.
6. Слухи и сплетни как неформальная коммуникация.
7. Коммуникативные роли и структура личности.
8. Коммуникативные особенности темперамента.
9. Характер человека как фактор бизнес-коммуникации.
10. Сущность и роль способностей в развитии коммуникативных навыков личности.
11. Профессиональные кризисы делового человека.
12. Развитие личности как социально-коммуникативный процесс.
13. Этапы развития человека как личности (социализация, персонализация и уникализация личности).
14. Характерные признаки человека как личности.
15. Межличностная коммуникация, межличностное взаимодействие и межличностные отношения.
16. Сущность, особенности и формы бизнес-коммуникаций.
17. Правила делового общения.
18. Паралингвистические инструменты в бизнес-коммуникациях.
19. Проксемические инструменты делового общения.
20. Интимная, личная и социальная зоны общения.
21. Барьеры в бизнес-коммуникациях: непонимания, личностные, социокультурные и организационные.
22. Понятие информации. Сущность и свойства деловой информации.
23. Внутренние и внешние источники информации.
24. Коммерческая тайна в бизнес-коммуникациях.
25. Законодательное регулирование коммерческой тайны в Республике Беларусь.
26. Преимущества и недостатки первичной и вторичной информации.
27. Сущность и структура коммуникативных технологий.
28. Императивные и неимперативные прямые формы влияния.
29. Факторы, условия и правила эффективного убеждения.
30. Технология вербального и невербального внушения.
31. Технология манипулирования.
32. Содержание и особенности современных коммуникативных технологий.
33. Информационно-компьютерные технологии как инструментарий цифровой экономики.
34. Современные прикладные коммуникативные технологии (ИИ, спиндокторинг, спичрайтинг, блогинг, телеграм-каналы и др.).

35. Сущность и структура имиджмейкинга.
36. Коммуникативная компетентность и коммуникативная культура: их взаимосвязь.
37. Поведенческая экономика как феномен несовершенных коммуникаций.
38. Теории, модели и эффекты в условиях несовершенных бизнес-коммуникаций (теория перспектив, парадокс Алле, теория ограниченной рациональности и др.).
39. Иррациональное экономическое поведение субъекта рынка.
40. Коммуникативные искажения на рынке (боязнь потери, предубеждение статус-кво, эффект Барнума-Форера, денежная иллюзия, проклятие знания и др.).
41. Сущность технологий управляемого выбора.
42. Хакинг социального поведения человека.
43. Социальная инженерия и социальное программирование: общее и различия.
44. Формы социального программирования.
45. Основные характеристики и общий функциональный портрет современного бизнес-руководителя.
46. Коммуникативные качества и коммуникативная ответственность бизнес-руководителя.
47. Актуальность и правила эффективной обратной связи для руководителя.
48. Причины избегания обратной связи руководителем и подчиненными.
49. Правила подготовки и проведения эффективных совещаний.
50. Время как важнейший бизнес-ресурс. Хронофаги и прокрастинация.
51. Сущность экономики времени.
52. Коммуникативная синхронизация.
53. Сущность, особенности, структура и виды бизнес-конфликта.
54. Коммуникативные конфликтогены (проявление превосходства, снисходительность, хвастовство, агрессия, неудачные обстоятельства, нарушение правил и др.).
55. Асимметричные бизнес-конфликты.
56. Регулирование конфликтов.
57. Сущность бизнес-этики.
58. Инструментальные морально-этические дилеммы выбора.
59. Этические проблемы бизнес-организаций.
60. Этические кодексы бизнес-коммуникаций.
61. Содержание и особенности бизнес-этикета.
62. Содержание делового этикета.
63. Этикет приветствий.
64. Внешний облик делового мужчины.
65. Общие правила делового дресс-кода для женщин.
66. Особенности и культура телефонных бизнес-коммуникаций.

67. Культура электронной переписки.
68. Культура рабочего места.
69. Содержание и критерии культуры устных речевых бизнес-коммуникаций.
70. Основные черты и особенности официально-делового стиля письменной и устной речи.
71. Переговоры как важнейшая бизнес-коммуникация.
72. Организационная и психологическая подготовка к переговорам.
73. Модели и приемы переговорных коммуникаций.
74. Организация и виды деловых приемов.
75. Этикет поведения на деловом приеме.
76. Особенности международных бизнес-коммуникаций.
77. Ментально-национальные особенности в деловых коммуникациях
78. Подготовка программы пребывания иностранной бизнес-делегации.
79. Составление общей и рабочей программ визита.
80. Организация встречи иностранной делегации.
81. Деловая часть программы визита: состав и особенности.
82. Организация пребывания делегации.
83. Пресс-конференция по итогам визита и проводы делегации.
84. Особенности американского и английского бизнес-этикета.
85. Особенности романоязычных бизнес-культур (Франция, Италия, Испания, Португалия).
86. Немецкий и скандинавский деловой менталитет.
87. Сравнение арабской и западной деловых культур.
88. Отличительные особенности китайской деловой культуры.
89. Взаимосвязь международных бизнес-контактов со знанием особенностей национального питания: его продуктового состава, организации, традиций и культурных норм.
90. Особенности национальных кухонь и культуры еды.

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу студентов дневной формы получения образования отводится 50 часа, заочной формы получения образования на базе ССО- 92 часа.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде систематизации и закрепления полученных в аудитории теоретических знаний путем использования электронных учебно-методических комплексов, учебно-методических материалов (конспекты лекций, презентации, основная и дополнительная литература, другие источники информации, рекомендуемые студентам для самостоятельного изучения), а также использования возможностей библиотечных фондов; формирования практических навыков студентов путем выполнения практических и тестовых заданий, решения производственных и управленческих ситуаций, подготовки и участия в деловых играх, выступлениям на семинарских занятиях, круглых столах, тематических дискуссиях, подготовки рефератов и т.

- подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущей и промежуточной аттестаций.

Мероприятия *текущей аттестации* проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

включает в себя следующие формы контроля:

тест;

контрольная работа;

экспресс-опрос на аудиторных занятиях;

опрос;

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три раза в семестр.

Результаты текущей аттестации за семестр, полученные в ходе проведения мероприятий текущей аттестации, оцениваются отметкой в баллах по десятибалльной шкале и отражаются в ведомости текущей аттестации по учебной дисциплине.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации

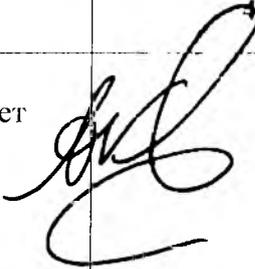
Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название учебной дисциплины, изучение с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1	2	3	
Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции	Экономики АПК и природопользования	Замечаний и предложений нет	

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ»,
(Регистрационный № _____ от _____)

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
организации и управления

(протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой,

ученая степень, ученое звание

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

ученая степень, ученое звание
