

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

А.В. Егоров

30.06 2026

Регистрационный № УД 4012-26 /уч.

БИЗНЕС-ЭТИКА В МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИЗМЕ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
7-06-0311-01 «Экономика»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта углубленного высшего образования ОСВО 7-06-0311-01-2023 и учебного плана университета по специальности 7-06-0311-01 «Экономика».

СОСТАВИТЕЛИ:

О.В.Ежель, доцент кафедры экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук;

В.Н.Малеронок, старший преподаватель кафедры экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет».

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

А.И.Тарасенок, профессор кафедры межкультурной профессиональной коммуникации Белорусского национального технического университета, доктор экономических наук, кандидат географических наук, профессор;

И.В.Уриш, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 10 от 14.05.2026);

Методической комиссией по специальностям «Экономика и управление туристской индустрией», «Экономика и управление» с профилизациями «Экономика и управление туристическим бизнесом», «Экономика и управление гостиничным бизнесом», «Экономика и управление на рынке недвижимости», «Экономика» с профилизациями «Экономика и управление туристическими комплексами и территориями», «Экономика и управление на рынке недвижимости», «Экономика» с профилизацией «Международный туристический бизнес» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 26.06 2026);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 30 06 2026).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Бизнес-этика международного туризма» направлена на формирование у магистрантов целостной системы теоретических знаний и прикладных компетенций в области деловой этики и этикета, необходимых для эффективной профессиональной деятельности в поликультурной и высококонкурентной среде международного туризма. Актуальность изучения дисциплины обусловлена возрастающей ролью этических норм как ключевого фактора устойчивого развития и конкурентоспособности туристических организаций в условиях глобализации экономики и расширения внешнеэкономических связей Республики Беларусь. Значимость курса определяется его практической направленностью на формирование у будущих магистров навыков кросс-культурной коммуникации, этического принятия решений и социальной ответственности, что является неотъемлемым требованием современного международного бизнеса. Необходимость освоения данной дисциплины диктуется также усилением внимания со стороны потребителей, партнёров и регулирующих органов к вопросам корпоративной этики, защиты персональных данных, экологической устойчивости и соблюдения прав местных сообществ, что делает этическую компетентность магистра-экономиста важнейшим условием его профессиональной востребованности.

Цель преподавания учебной дисциплины является формирование у магистрантов целостной системы теоретических знаний и прикладных компетенций в области деловой этики и этикета в международном туризме, необходимых для эффективной профессиональной деятельности в поликультурной и высококонкурентной бизнес-среде, а также развитие способности применять этические нормы и принципы делового общения для достижения взаимовыгодных результатов, укрепления социальной ответственности и устойчивого развития организации в условиях интернационализации экономики и расширения внешнеэкономических связей.

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

- освоить терминологию деловой этики, особенности национальной и религиозной коммуникации в международном туризме;

- изучить подходы к моделированию бизнес-процессов, методы анализа и принятия решений в глобальном мире;

- обучить студентов практическим методам ведения бизнеса в разных странах;

- овладеть искусством общения и сотрудничества.

В результате изучения учебной дисциплины «Бизнес-этика международного туризма» формируются следующие **компетенции**:

универсальные:

- обеспечивать коммуникации, проявлять лидерские навыки, быть способным к командообразованию и разработке стратегических целей и задач;

осуществлять коммуникации на иностранном языке в академической, научной и профессиональной среде для реализации научно-исследовательской и инновационной деятельности;

специализированная:

обеспечивать эффективное деловое общение, владеть современными технологиями управления поведением персонала, организационной культурой.

В результате изучения учебной дисциплины магистрант должен:

знать:

основные особенности международной и национальной этики перед началом ведения бизнеса;

методы эффективных деловых коммуникаций;

различия, преимущества и недостатки деловой этики разных стран в ходе исторического развития;

особенности ведения бизнеса представителями разных стран;

тенденции этического климата и этические проблемы;

правила деловой этики;

уметь:

договориться о деловой встрече с иностранным партнером;

вести себя корректно во время переговоров;

принимать решения, не наносящие вреда окружающей среде;

уважать национальные и религиозные традиции деловых партнеров;

нести ответственность за свои решения и действия;

учитывать интересы заинтересованных сторон;

иметь навыки:

выявлять этические дилеммы, возникающие в деятельности международных туристических компаний, применять модели этического принятия решений и выбирать оптимальные альтернативы с учётом интересов всех заинтересованных сторон;

разрабатывать и внедрять корпоративные этические кодексы, а также планировать программы обучения персонала нормам профессиональной этики и кросс-культурной коммуникации;

использовать нормы этикета для прогнозирования действий коллег и контрагентов в конкурентной и высокодинамичной бизнес-среде международного туризма.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине магистрант должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить 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 «Бизнес-этика международного туризма» относится к модулю «Стратегическое лидерство в международном туризме» компонента учреждения образования.

Учебная дисциплина «Бизнес-этика международного туризма» связана с

изучением таких дисциплин, как «Предпринимательство и бизнес в сфере туризма», «Корпоративные стратегии в сфере туризма».

Форма получения высшего образования – дневная.

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

общее количество учебных часов – 100, в т.ч. аудиторных – 36 часов, из них лекции – 18 часов, семинарские занятия – 18 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

2 семестр: лекции - 18 часов, семинарские занятия - 18 часов;

Трудоемкость – 3 з.е.

Самостоятельная работа – 64 часа.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Ключевые этические концепции в бизнесе

Объект, предмет и задачи учебной дисциплины. Ее место в системе профессиональной подготовки будущих специалистов. Практическая направленность дисциплины. Знания и навыки, приобретаемые в процессе изучения дисциплины. Связь с другими учебными дисциплинами.

Рассмотрение этических дилемм. Аспекты делового поведения и поведения отдельных лиц и целых организаций. Нормы деловой этики каждого исторического периода. Развитие организационной и глобальной этической культуры. Преимущества деловой этики.

Сущность этики. Подходы к понятию «бизнес-этика» и «деловая этика». Бизнес-этика во всех организационных функциях. Организационная культура. Этический климат. Почему в бизнесе возникают этические проблемы. Этика в производстве. Этика в маркетинге. Этика в сфере человеческих ресурсов. Этика в информационных технологиях. Проблемы деловой этики в глобальной экономике. Этика, закон и незаконное корпоративное поведение.

Тема 2. Социальная ответственность и устойчивое развитие в международном туризме

Концепция корпоративной социальной ответственности. Проявление социально ответственного поведения. Аргументы в пользу социальной ответственности. Аргументы против социальной ответственности. Основные подходы к корпоративной социальной ответственности. Политика корпоративной этики. Этический брендинг и корпоративная репутация. Корпорации и их последствия.

Концепция устойчивого туризма (экономическая, социальная и экологическая составляющие). Этические аспекты взаимодействия с местными сообществами. Ответственное потребление туристических услуг.

Тема 3. Этический климат и корпоративная культура в международных туристических компаниях

Факторы формирования этического климата. Типологии этического климата, включающие эгоистический, доброжелательный, принципиальный, а также независимый климат, базирующийся на личных моральных стандартах работников.

Типы корпоративных культур (этическая, комплаенс-ориентированная, прагматичная). Роль лидерства в поддержании этических стандартов. Последствия доминирования каждого из типов для практики делового общения с клиентами, партнерами и местными сообществами в туристической индустрии. Методы диагностики этического климата, включая анонимные опросы сотрудников, этические аудиты и анализ жалоб клиентов, а также

инструменты его улучшения, такие как внедрение этических кодексов, создание этических комитетов и организация регулярного обучения персонала нормам профессиональной этики в сфере международного туризма.

Тема 4. Этика потребителя в международном туризме

Этика маркетинга. Правдивость в рекламе и коммуникациях. Точное представление характеристик и выгод туристического продукта. Честная информация о ценах и условиях. Четкое раскрытие существенных условий и положений.

Этика цифрового маркетинга. Конфиденциальность данных. Влияние социальных сетей. Конфиденциальность и защита данных. Уважение прав потребителей. Кибербезопасность. Минимизация сроков хранения данных.

Честное ценообразование и реклама. Обеспечение целостности рынка. Прозрачные практики ценообразования. Этика динамического ценообразования. Хищническое ценообразование.

Этические принципы ответственной рекламы. Этичное управление взаимоотношениями с потребителями. Построение долгосрочного доверия. Этичное рассмотрение жалоб потребителей. Обеспечение достоверности онлайн-обзоров и оценок.

Тема 5. Формирование этической культуры в туристической организации

Правила приветствия, обращения, обмена визитными карточками, дресс-код, жесты, подарки и сувениры. Особенности деловой переписки и телефонных переговоров в туристической индустрии.

Этические кодексы поведения. Глобальный этический кодекс туризма (GCET). 10 принципов кодекса в полной мере удовлетворяют экономические, социальные, культурные и экологические компоненты путешествий и туризма. Внедрение этических ценностей. Комплексные программы этического обучения. Коммуникационные стратегии для формирования этической культуры. Диагностика состояния этической культуры. Внедрение этики в бизнес-процессы. Интеграция с управлением эффективностью.

Влияние национальных и религиозных ценностей на деловое поведение. Модели Хофстеде, Холла и Тромпенаарса. Национально-культурные особенности ведения переговоров с представителями разных стран (Азия, Ближний Восток, Европа, Америка). Практические рекомендации по выстраиванию эффективной и взаимно уважительной коммуникации с зарубежными партнерами в сфере международного туризма.

Типичные этические проблемы: коррупция, конфликт интересов, дискриминация, неравенство. Методы анализа и разрешения этических дилемм. Роль внутреннего аудита и этического комитета.

Тема 6. Модели принятия этических решений в международном туризме

Пошаговый этический анализ. Определение этической проблемы. Сбор соответствующих фактов. Выявление заинтересованных сторон и их интересов. Рассмотрение альтернативных курсов действий. Оценка альтернатив с использованием этических моделей (структур). Принятие и реализация решения. Рефлексия и обучение.

Применение этического принятия решений на практике. Специализированные инструменты принятия решений. Модель этического принятия решений PLUS. Структура принятия этических решений MORAL: анализ дилеммы, определение вариантов, разрешение конфликтов, действие в соответствии с выбранным вариантом, ретроспективная оценка. Анализ влияния на заинтересованные стороны.

Когнитивные искажения в этическом принятии решений: подтверждающее искажение, искажение в собственных интересах, моральная отстраненность. Цейтнот и этическая слепота. Организационное давление и этический компромисс.

Формирование организационного потенциала принятия решений. Обучение и развитие. Системы поддержки принятия решений. Создание инфраструктуры принятия решений.

Тема 7. Организация и проведение международных деловых встреч и переговоров в сфере туризма

Этические аспекты планирования, протокол, рассадка, угощение, тайминг. Техники эффективной коммуникации в духе взаимного уважения. Управление конфликтами и трудными переговорами.

Тема 8. Этические проблемы многонациональных корпораций в туризме (гостиничные сети, авиакомпании, туроператоры)

Религия и деловая культура. Сравнение этических традиций бизнеса с различных религиозных точек зрения. Христианство, ислам, буддизм, иудаизм, конфуцианство: подходы к честности, справедливости, ростовщичеству, труду, гостеприимству. Халяль-туризм, кошерный туризм, религиозные ограничения в бизнесе.

Овербукинг, скрытые комиссии, безопасность клиентов, обработка персональных данных, «зеленый» маркетинг (гринвошинг). Социальная отчетность и стандарты этики (UNWTO Global Code of Ethics for Tourism).

Тема 9. Модели этического поведения и прогнозирование в высокодинамичной бизнес-среде международного туризма

Разработка корпоративных этических кодексов. Методы обучения персонала этике. Использование норм этикета для прогнозирования поведения партнеров. Выбор оптимальной модели коммуникации в конкурентной среде для достижения взаимной выгоды.

Тема 10. Личная добросовестность в профессиональной деятельности

Развитие этического характера. Формирование нравственной силы. Стратегии развития характера. Влияние личной истории и опыта. Формирование этических привычек и практик. Волновой эффект личной добросовестности. Преобразующая сила этического ведения туристического бизнеса.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «БИЗНЕС-ЭТИКА В МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИЗМЕ»

Дневная форма получения углубленного высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Форма 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
2 семестр										
Тема 1	Ключевые этические концепции в бизнесе	2							[1-3, 5, 14]	Экспресс-опрос
	Ключевые этические концепции в бизнесе			2					[1-3, 5, 14]	Опрос
Тема 2	Социальная ответственность и устойчивое развитие в международном туризме	2							[4, 12]	Экспресс-опрос
	Социальная ответственность и устойчивое развитие в международном туризме			2					[4, 12]	Опрос, решение практической ситуации
Тема 3	Этический климат и корпоративная культура в международных туристических компаниях	2							[1, 2, 5]	Экспресс-опрос
	Этический климат и корпоративная культура в международных туристических компаниях			1					[1, 2, 5]	Опрос, контрольная работа №1
Тема 4	Этика потребителя в международном туризме	2							[6, 13]	Экспресс-опрос
	Этика потребителя в международном туризме			1					[6, 13]	Опрос
Тема 5	Формирование этической культуры в туристической организации	2							[1-5]	Экспресс-опрос

	Формирование этической культуры в туристической организации			2					[1-5]	Опрос, тест
Тема 6	Модели принятия этических решений в международном туризме	2							[3, 11]	Экспресс-опрос
	Модели принятия этических решений в международном туризме			2					[3, 11]	Опрос, контрольная работа №2
Тема 7	Организация и проведение международных деловых встреч и переговоров в сфере туризма	2							[1-5]	Экспресс-опрос
	Организация и проведение международных деловых встреч и переговоров в сфере туризма			2					[1-5]	Опрос, решение практической ситуации
Тема 8	Этические проблемы многонациональных корпораций в туризме (гостиничные сети, авиакомпании, туроператоры)	1							[3, 10]	Экспресс-опрос
	Этические проблемы многонациональных корпораций в туризме (гостиничные сети, авиакомпании, туроператоры)			2					[3, 10]	Опрос
Тема 9	Модели этического поведения и прогнозирование в высокодинамичной бизнес-среде международного туризма	1							[1, 8-10]	Экспресс-опрос
	Модели этического поведения и прогнозирование в высокодинамичной бизнес-среде международного туризма			2					[1, 8-10]	Опрос, контрольная работа №3
Тема 10	Личная добросовестность в профессиональной деятельности	2							[5, 13, 14]	Экспресс-опрос
	Личная добросовестность в профессиональной деятельности			2					[5, 13, 14]	Опрос
Итого 1 семестр		18		18						
Всего часов		18		18						Зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Business ethics : Annual editions / Ed. J.E. Richardson. – 8th ed. – Guilford : Brown & Benchmark Publishers, 1996. – 243 p.
2. Foster, C. Reputation Strategy and Analytics in a Hyper-Connected World / C. Foster. -Hoboken: Wiley, 2016.-XVII, 131 p.
3. Smith, M. The Ethics of Tourism Development / Mick Smith, Rosaleen Duffy. – New York: Routledge, 2003. – 208 p. – URL: <https://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/43633/1/52.Mick%20Smith%20and%20Rosaleen%20Duffy.pdf> (date of access: 17.05.2026).
4. Vasilyeva, I. L. Business Ethics: a textbook for students of higher education institutions on economic specialties / I. L. Vasilyeva, L. O. Voroshucho. - Минск : БГЭУ, 2025. - 129, [1] pp. - (in Russian).
5. Захаров, В. Б. Tourism as Business: учеб. пособие для студентов вузов / В.Б. Захаров. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 207 с. - (Серия «Special English for universities, colleges»). - ISBN 978-5-238-00667-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1028887> (дата обращения: 18.05.2026). – Режим доступа: по подписке.
6. Мельничук, М. В. Business Fundamentals (Основы бизнеса) : учебник / М. В. Мельничук, О. Н. Анюшенкова. – М. : ИНФРА-М, 2024. – 216 с. – (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-018712-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2049711> (дата обращения: 18.05.2026). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная:

7. Global Code of Ethics for Tourism. – URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-10/gcetpassportglobalcodeen.pdf> (date of access: 17.05.2026).
8. Jamal, T. Tourism ethics: a perspective article / Jamal T. //Tourism Review. – 2020. – Т. 75. – №. 1. – С. 221-224.
9. Oskam, J. A. A systematic review of ethical issues in hospitality and tourism innovation / J. A. Oskam, A. De Visser-Amundson // Journal of Hospitality and Tourism Insights. – 2022. – DOI 10.1108/JHTI-11-2021-0305.
10. Sharma V. An empirical study on dynamism between ethics and tourism / Sharma V. // International Journal of Economic Research. – 2019. – Т. 16. – №. 1. – С. 255-260.
11. Zebardast L. The role of environmental ethics in sustainable tourism development //International Journal of Ethics and Society. – 2019. – Т. 1. – №. 1. – С. 17-21.
12. Бороздина, Г.В. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для академического бакалавриата : учебник для студентов высших

учебных заведений всех направлений и специальностей / Г. В . Бороздина, Н. А . Кормнова; под общ. ред. Г.В. Бороздиной. - М.: Юрайт, 2017. - 463 с.

13. Жулидов, С. Б. The Restaurant Business: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса 230000 / С.Б. Жулидов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 239 с. – (Серия «Special English for universities, colleges»). - ISBN 978-5-238-01047-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1028622> (дата обращения: 18.05.2026). – Режим доступа: по подписке.

14. Жулидов, С.Б. The Hotel Business: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса 230000 / С. Б. Жулидов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 159 с. – (Серия «Special English for universities, colleges»). - ISBN 978-5-238-01069-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1028621> (дата обращения: 18.05.2026). – Режим доступа: по подписке.

Перечень вопросов для проведения зачета

1. Понятие, предмет и структура бизнес-этики как научной дисциплины.
2. Основные этические теории (утилитаризм, деонтология, этика добродетелей) и их применимость к сфере международного туризма.
3. Корпоративная социальная ответственность (КСО) в туристической индустрии: принципы, уровни и практические механизмы реализации.
4. Устойчивое развитие в международном туризме: экономическая, социальная и экологическая составляющие.
5. Концепция устойчивого туризма Всемирной туристской организации (UNWTO): этические аспекты.
6. Всемирный этический кодекс туризма: структура, основные положения и механизмы имплементации.
7. Кросс-культурные модели анализа делового поведения: параметры культуры Г. Хофстеде.
8. Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры в концепции Э. Холла и их влияние на деловую коммуникацию в туризме.
9. Универсализм и партикуляризм, нейтральные и эмоциональные культуры в модели Ф. Тромпенаарса.
10. Влияние национальных и религиозных ценностей на формирование этических норм в международном туризме.
11. Понятие и структура этического климата в международных туристических компаниях.
12. Типология этического климата (эгоистический, доброжелательный, принципиальный, независимый).
13. Корпоративная культура как фактор этического поведения персонала в туристической индустрии.
14. Типы корпоративных культур: этическая, комплаенс-ориентированная, прагматичная.
15. Роль лидерства в формировании и поддержании этического климата в туристической компании.
16. Методы диагностики и оценки этического климата в организации (этический аудит, анонимные опросы, анализ жалоб).
17. Понятие и классификация этических дилемм в деятельности глобальных менеджеров туризма.
18. Конфликт интересов в международном туризме: причины, формы проявления и способы урегулирования.
19. Взятничество, откаты и подарки в туристическом бизнесе: критерии этической допустимости и правовые последствия.
20. Дискриминация и неравенство в сфере международного туризма: этические аспекты и пути противодействия.

21. Методы анализа и разрешения этических дилемм (этическое моделирование, тест на публичность, тест на универсальность).
22. Понятие и содержание делового этикета в международном туризме.
23. Национально-культурные особенности приветствий, обращений и рукопожатий в различных странах.
24. Этические аспекты использования жестов, зрительного контакта и дистанции общения в межкультурной коммуникации.
25. Правила деловой переписки и обмена визитными карточками в туристической индустрии.
26. Дресс-код и внешний вид сотрудников международных туристических компаний: этические и культурные требования.
27. Этикет дарения подарков и сувениров в деловой среде: национальные особенности и ограничения.
28. Организация и проведение международных деловых встреч и переговоров в сфере туризма: этико-протокольные нормы.
29. Пунктуальность, тайминг и рассадка участников переговоров: кросс-культурные различия.
30. Техники эффективной коммуникации в духе взаимного уважения при сохранении делового формата.
31. Управление конфликтами и трудными переговорами в международном туризме: этические стратегии.
32. Религиозные подходы к деловой этике: христианство, ислам, буддизм, иудаизм, конфуцианство.
33. Халяль-туризм и кошерный туризм: этические и религиозные стандарты обслуживания.
34. Этические проблемы многонациональных корпораций в туризме: овербукинг, скрытые комиссии, безопасность клиентов.
35. Обработка персональных данных туристов: этические и правовые аспекты (GDPR и иные стандарты).
36. Гринвошинг (зеленый маркетинг) в туристической индустрии: критерии идентификации и способы предотвращения.
37. Разработка и внедрение корпоративных этических кодексов в международных туристических компаниях.
38. Социальная отчетность в сфере туризма: стандарты GRI и UN Global Compact.
39. Использование норм и правил делового этикета для прогнозирования поведения партнеров в конкурентной среде.
40. Методы обучения персонала международных туристических компаний нормам бизнес-этики и кросс-культурной коммуникации.

Перечень тем рефератов

1. Эволюция концепции бизнес-этики в международном туризме: от формальных правил к социальной ответственности.
2. Сравнительный анализ основных этических теорий (утилитаризм, деонтология, этика добродетелей) и их применимость к туристической индустрии.
3. Всемирный этический кодекс туризма UNWTO: история создания, структура, принципы и механизмы имплементации.
4. Корпоративная социальная ответственность в туристической индустрии: отечественный и зарубежный опыт.
5. Устойчивое развитие международного туризма: этические аспекты взаимодействия с местными сообществами и природной средой.
6. Модель культурных параметров Г. Хофстеде как инструмент анализа деловой этики в международных туристических компаниях.
7. Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры в концепции Э. Холла: влияние на переговорный процесс в туризме.
8. Кросс-культурные особенности делового этикета в странах Азиатско-Тихоокеанского региона: Китай, Япония, Южная Корея.
9. Особенности деловой этики и этикета в арабских странах Ближнего Востока: религиозные и национальные аспекты.
10. Сравнительный анализ деловых культур Северной Америки и Западной Европы применительно к международному туризму.
11. Этический климат в международной гостиничной сети: факторы формирования, методы диагностики и инструменты улучшения.
12. Роль лидерства в формировании этической корпоративной культуры туристической компании.
13. Этические дилеммы в деятельности менеджера международного туризма: типология и методы разрешения.
14. Конфликт интересов в туристической индустрии: причины возникновения, формы проявления и способы урегулирования.
15. Религиозные подходы к деловой этике в туризме: исламские принципы халяль-туризма и иудейские нормы кошерного туризма.
16. Этические проблемы многонациональных туристических корпораций: овербукинг, скрытые комиссии, гринвошинг и защита персональных данных.
17. Разработка и внедрение корпоративного этического кодекса в международной туристической компании: этапы, структура и механизмы контроля.
18. Обучение персонала международных туристических компаний нормам бизнес-этики и кросс-культурной коммуникации: методы и оценка эффективности.
19. Использование норм делового этикета для прогнозирования поведения партнеров в конкурентной и высокодинамичной бизнес-среде международного туризма.

20. Сравнительный анализ подходов к социальной отчетности в туристической индустрии: стандарты GRI и принципы Глобального договора ООН.

Организация самостоятельной работы студентов

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

На самостоятельную работу обучающегося отводится 64 часа.

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

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- подготовка к выполнению рефератов;
- подготовка к семинарским занятиям, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов, информационных и демонстративных материалов, рефератов, презентаций и т.д.;
- подготовка отчетов по результатам выполнения индивидуальных практических работ;
- работа с учебной, справочной, аналитической, другой литературой и материалами;
- составление обзора научной (научно-технической) литературы по заданной теме;
- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;
- аналитическую обработку текста (аннотирование, реферирование, рецензирование, составление резюме);
- подготовку 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:

- контрольная работа;
- тест;
- экспресс-опрос на аудиторных занятиях;
- опрос;
- решение практических ситуаций.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится два 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.