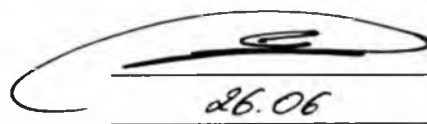


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
Образования «Белорусский
Государственный экономический
Университет»


Е. Ф. Киреева
26.06 2023 г.
Регистрационный № УД 5534-23 уч

Международный бизнес и деловые культуры

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальностей
7-06- 0311-01 «Экономика»,
7-06-0311-02 «Мировая экономика»

Учебная программа составлена на основании учебного плана по специальности «Мировая экономика» рег.№ 23МГР-23 от 12.05.2023, по специальности «Экономика» рег.№ 05МГР-23 от 12.05.2023

СОСТАВИТЕЛЬ:

Рыжанкова О.В. доцент кафедры международного бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Бертош Е.В., заведующий кафедрой «Бизнес-администрирование» БНТУ, кандидат экономических наук, доцент.

_____, к.э.н., доцент кафедры мировой экономики «Белорусского государственного экономического университета»

Янчук А.Л., заведующий кафедрой «Мировой экономики» БГЭУ, кандидат экономических наук, доцент.

_____, к.э.н., доцент кафедры мировой экономики «Белорусского государственного экономического университета»

РЕКОМЕНОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой международного бизнеса учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 8 от 27.04 2023г.)

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 7 от 21.06. 2023г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель учебной дисциплины

Основу интернационализации современной мировой экономики составляет международный бизнес. От участия в международном разделении труда выигрывают все страны. Особенно велико значение международного бизнеса для малых стран, к которым относится и Республика Беларусь.

Международные сделки обеспечивают загрузку производственных мощностей крупных предприятий, стабильность национальной валюты, приток иностранного капитала в страну, технологическое обновление производства, насыщение рынка современными качественными товарами. Поэтому изучение условий ведения международного бизнеса является необходимым этапом подготовки специалистов мировой экономики.

Важную роль в достижении целей на мировом рынке играет знание особенностей деловой культуры стран-партнеров по бизнесу. Цель изучения дисциплины – получить теоретические знания о сущности и условиях развития международного бизнеса с учетом использования деловых культур как фактора его конкурентоспособности.

Задачи изучения учебной дисциплины

Основными задачами являются:

- изучение условий ускорения интернационализации производства на основе теоретических основ развития международного бизнеса;
- учет национальных особенностей поведения субъектов международного бизнеса и специфики их поведенческих реакций в ходе ведения бизнеса «через границы»;
- освоение методов оценки конкурентоспособности продукции предприятия с учетом нематериальных факторов производства;
- изучение опыта интернационализации бизнеса в стране и за рубежом;
- изучение условий осуществления международных сделок с учетом возможностей внедрения моральных предписаний.
- оценка влияния глобализации на национальную экономику с учетом особенностей деловой культуры различных стран;
- изучение тактик и стратегий признания моральных предписаний в предпринимательской практике;
- оценка эффекта коэволюции деловых культур и международного бизнеса в ходе интернационализации бизнеса и его глобализации.

Междисциплинарные связи

Дисциплины: «Международные экономические отношения», «Организация и управление внешнеэкономической деятельностью», «Конкурентные стратегии».

Учебным планом специальности 7-06- 0311-01 «Экономика» профилизация «Бизнес и конкуренция» (дневная) предусмотрено всего – 102 часа, в том числе 42 часа аудиторных занятий (32 лекций, 10 семинара). Форма контроля – экзамен.

Учебным планом специальности 7-06- 0311-01 «Экономика» профилизация «Бизнес и конкуренция» (заочная) предусмотрено всего – 10 часов, в том числе 10 часов аудиторных занятий (6 лекций, 4 семинара). Форма контроля – экзамен.

Учебным планом специальности 7-06-0311-02 «Мировая экономика», профилизация «Международный бизнес» предусмотрено всего – 216 часов, в том числе 72 часа аудиторных занятий (36 лекций, 36 семинаров). Форма контроля – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ I. Деловые культуры как мотивация человеческого поведения

Тема 1. Объект и предмет изучения, определение понятий, задачи изучения курса. Мультидисциплинарный подход в изучении делового поведения

Международный бизнес как порождение потребности индивидов в реализации своего потенциала. Эволюция формальных и неформальных институтов делового общения. Многообразие потенциальных возможностей человека и их реализация в процессе его деловой активности в границах мирового рынка как процессе ведения бизнеса «через границы».

Объект и предмет изучения курса «Деловые культуры в международном бизнесе». Соотношение понятий «культура» и «деловая культура». Принципиальные моменты в определении культуры. Виды культур – групповая, региональная, национальная, глобальная. Разновидности культур (подсистемы) – экономическая (деловая или предпринимательская), нормативная. Необходимость учета аспектов психологии, социологии, антропологии в других науках как мультидисциплинарный подход к изучению делового поведения.

Тема 1.2. Субъекты международного бизнеса и мотивация их поведения. Факторы (совокупность параметров) деловых культур как поведенческой реакции субъектов международного бизнеса

Содержательная сторона личности делового человека. Оценка попыток выделить в деловом поведении его сугубо рациональную часть – отделить

«человека экономического» от «человека неэкономического». Элементы корректировки рационального экономического поведения на основе экономико-психологического подхода.

Эволюции мирового рынка с точки зрения человека как субъекта международного бизнеса. Деловая активность субъектов международного бизнеса как движущая сила эволюции общества.

Факторы (совокупность параметров) деловых культур как поведенческой реакции субъектов международного бизнеса. Поведение людей в качестве структурных единиц управления (в иерархии «начальник» - «подчиненный»). Поведение людей под влиянием организационной среды (работник центра, филиала и т.д.). Поведение людей под влиянием взаимодействия с окружающей средой, частью которой является каждая определенная бизнес-организация. Поведение людей под влиянием взаимодействия со средой международного бизнеса.

Необходимость расширения зон власти как предпосылка развития деловых культур международного бизнеса. Воля к власти субъектов международного бизнеса. Элементы экономической власти. Расширение зон власти как свидетельство успешного ведения дел и умелого использования деловых культур на основе выявления и использования еще большего разнообразия факторов, чем возможно предположить, исходя их объемов производства и других экономических показателей.

РАЗДЕЛ II. Деловые культуры как нематериальный актив конкурентоспособности международного бизнеса

Тема 2.1. Структура нематериальных активов и источники их развития

Понятие нематериальных активов. Оценка значимости нематериальных активов в ряду активов лидеров мирового рынка. Возможности «перекраивания рынка под себя». Варианты реализации усилий по развитию нематериальных активов. Структура нематериальных активов и источники их развития.

Возможности учета качественных параметров поведения субъектов международного бизнеса. Оценка возможностей их поведения в экстремальных условиях, условиях риска. Степень успешности достижения экономических целей и задач в зависимости от учета культурной составляющей делового поведения.

Тема 2.2. Репутационные активы

Имидж (репутация) как элемент, возникающий в сознании и как качество или признак деятельности. Многообразие имиджевых характеристик

из-за различия в получаемой информации. Базы данных клиентов как активы компаний. Практическая ценность хорошей репутации. Угрозы плохой репутации. Критерии ведущих экономических журналов в определении рейтинга компаний.

РАЗДЕЛ III. Деловые культуры в международном бизнесе: возможности внедрения

Тема 3.1. Возможности учета этических требований экономически. Феномен потери признания (легитимации) этики в предпринимательской практике

Различие точек зрения в восприятии требований этики. Возможности внедрения моральных предписаний в процесс международного бизнеса посредством индивидуальной этики. Возможности институциональной этики в международном бизнесе. Сравнение использования моральных предписаний с учетом существования различных подходов и практик восприятия этики.

Условия легитимации этики в экономической деятельности (ее легальность и легитимность). Феномен потери легитимации этики в предпринимательской практике. Предпринимательская деятельность в поле напряжения морали и рентабельности. Возможные последствия потери легитимации этики для предприятий.

Тема 3.2. Возможные стратегии внедрения моральных предписаний

Ответственное и успешное управление предприятием в условиях двойного требования к действиям: следования этическим и экономическим принципам одновременно. Потенциал легитимации этики в предпринимательской практике как предпосылка экономического успеха. Современные тактики и стратегии признания моральных предписаний в международном бизнесе и их значимость.

РАЗДЕЛ VI. Деловые культуры как поведенческая реакция активных участников международного бизнеса

Тема 4.1. Транснациональные корпорации (ТНК) и транснациональные банки (ТНБ): зоны власти и причины их расширения. Реализация возможностей экономической власти посредством оффшорных юрисдикций.

Международный статус ТНК, зоны власти и объекты их влияния. Расширение зон власти транснациональными корпорациями. Интеграция экономической деятельности – интеграция культур в рамках ТНК. Оценка вклада различных культур и идеологий в практические успехи отдельных транснациональных компаний.

Либерализм как наступательная стратегия ТНК. Привлекательность либерализма для ТНК. Возможности сокрытия прагматизма действий. Позитивные и негативные результаты присутствия ТНК в стране.

Побудительные мотивы транснационализации банковского капитала. Эволюция ТНБ. Крупнейшие ТНБ мира по размерам активов и по сферам влияния и интеграции культур.

Степени свободы ведения оффшорного бизнеса. Основные условия и принципы деятельности оффшорных компаний. Преимущества оффшорного бизнеса как способа организации предпринимательства для расширения экономической власти, в том числе – локальные преимущества. Обратная сторона преимуществ оффшорного бизнеса.

Тема 4. 2. Деловые культуры в процессе интернационализации бизнеса:

Эффект коэволюции.

Предпосылки интернационализации деловых культур. Этапы интернационализации хозяйственной жизни – этапы интернационализации делового общения. Современный этап интернационализации деловых культур и его компоненты. Позитивные последствия интернационализации деловых культур. Негативные последствия интернационализации деловых культур и потенциальные опасности (угрозы группам стран). Адаптационные возможности субъектов международного бизнеса к процессу глобализации. Мотивационный аспект интеграционных стратегий и глобализация.

Международный статус ТНК, зоны власти и объекты их влияния. Расширение зон власти транснациональными корпорациями. Интеграция экономической деятельности – интеграция культур в рамках ТНК. Оценка вклада различных культур и идеологий в практические успехи отдельных транснациональных компаний.

Либерализм как наступательная стратегия ТНК. Привлекательность либерализма для ТНК. Возможности сокрытия прагматизма действий. Позитивные и негативные результаты присутствия ТНК в стране.

Побудительные мотивы транснационализации банковского капитала. Эволюция ТНБ. Крупнейшие ТНБ мира по размерам активов и по сферам влияния и интеграции культур.

Степени свободы ведения оффшорного бизнеса. Основные условия и принципы деятельности оффшорных компаний. Преимущества оффшорного бизнеса как способа организации предпринимательства для расширения экономической власти, в том числе – локальные преимущества. Обратная сторона преимуществ оффшорного бизнеса.

Тема 4. 2. Деловые культуры в процессе интернационализации бизнеса: Эффект коэволюции.

Предпосылки интернационализации деловых культур. Этапы интернационализации хозяйственной жизни – этапы интернационализации делового общения. Современный этап интернационализации деловых культур и его компоненты. Позитивные последствия интернационализации деловых культур. Негативные последствия интернационализации деловых культур и потенциальные опасности (угрозы группам стран). Адаптационные возможности субъектов международного бизнеса к процессу глобализации. Мотивационный аспект интеграционных стратегий и глобализация.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ»
Специальность: 7-06 0311-02 «Мировая экономика»
Профилизация «Международный бизнес» (дневная)**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество УСР		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	РАЗДЕЛ 1. Деловые культуры как мотивация человеческого поведения						[1,2,5]	
1	Тема 1.1 Объект и предмет изучения, определение, понятий, задачи изучения курса. Мультидисциплинарный подход в изучении делового поведения	4		4			[2,3]	Опрос, тестовые задания
2	Тема 1.2. Субъекты международного бизнеса и мотивация их поведения. Факторы (совокупность параметров) деловых культур как поведенческой реакции субъектов международного бизнеса	6		6			[1,5,12]	Опрос, дискуссии, диспуты с примерами поведения
	РАЗДЕЛ 2. Деловые культуры как						[10,11,1]	

	нематериальный актив конкурентоспособности международного бизнеса						2]	
3	Тема 2.1. Структура нематериальных активов и источники их развития	4		4			[10,11,1 2]	Опрос, дискуссии, контрольные задания
4	Тема 2.2. Репутационные активы	6		6			[10,11,1 2]	Опрос, дискуссии с примерами поведения и аналитическими диспутами
	РАЗДЕЛ 3. Деловые культуры в международном бизнесе: возможности внедрения							
5	Тема 3.1. Возможности учета этических требований экономически. Феномен потери признания (легитимации) этики в предпринимательской практике	4		4			[10,11,1 2]	Опрос, анализ примеров поведения, диспуты
6	Тема 3.2. Возможные стратегии внедрения моральных предписаний	4		4			[10,11,1 2]	Опрос, дискуссии
	РАЗДЕЛ 4. Деловые культуры как поведенческая реакция активных участников международного бизнеса						[10,11,1 2]	
7	Тема 4.1. Транснациональные корпорации (ТНК) транснациональные банки (ТНБ): зоны власти и причины их расширения. Реализация	4		4			[10,11,1 2]	Опрос, примеры поведения,

	возможностей экономической власти посредством оффшорных юрисдикций.							диспуты, аналитичес кие споры
8	Тема 4.2. Деловые культуры в процессе интернационализации бизнеса: эффект козволюции.							Дискуссии и аргументац ия предположе ний на основе примеров
	ВСЕГО ПО КУРСУ	4		4			[6,7,8]	ЗАЧЕТ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ»
Специальность: 7-06 0311-01 «Экономика»
Профилизация «Бизнес и конкуренция» (дневная)**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество УСП		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	РАЗДЕЛ 1. Деловые культуры как мотивация человеческого поведения						[1,2,5]	
1	Тема 1.1 Объект и предмет изучения, определение понятий, задачи изучения курса. Мультидисциплинарный подход в изучении делового поведения	4		1			[2,3]	Опрос, тестовые задания
2	Тема 1.2. Субъекты международного бизнеса и мотивация их поведения. Факторы (совокупность параметров) деловых культур как поведенческой реакции субъектов международного бизнеса	4		1			[1,5,12]	Опрос, дискуссии, диспуты с примерами поведения

	РАЗДЕЛ 2. Деловые культуры как нематериальный актив конкурентоспособности международного бизнеса						[10,11,1 2]	
3	Тема 2.1. Структура нематериальных активов и источники их развития	4		1			[10,11,1 2]	Опрос, дискуссии, контрольные задания
4	Тема 2.2. Репутационные активы	4		2			[10,11,1 2]	Опрос, дискуссии с примерами поведения и аналитическими диспутами
	РАЗДЕЛ 3. Деловые культуры в международном бизнесе: возможности внедрения							
5	Тема 3.1. Возможности учета этических требований экономически. Феномен потери признания (легитимации) этики в предпринимательской практике	4		1			[10,11,1 2]	Опрос, анализ примеров поведения, диспуты
6	Тема 3.2. Возможные стратегии внедрения моральных предписаний	4		2			[10,11,1 2]	Опрос, дискуссии
	РАЗДЕЛ 4. Деловые культуры как поведенческая реакция активных участников международного бизнеса						[10,11,1 2]	

7	Тема 4.1. Транснациональные корпорации (ТНК) транснациональные банки (ТНБ): зоны власти и причины их расширения. Реализация возможностей экономической власти посредством оффшорных юрисдикций.	4		1			[10,11,12]	Опрос, примеры поведения, диспуты, аналитические споры
8	Тема 4.2. Деловые культуры в процессе интернационализации бизнеса: эффект коэволюции.	4		1			[6,7,8]	Дискуссии и аргументация предположений на основе примеров
ВСЕГО ПО КУРСУ		32		10				ЗАЧЕТ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ»**

Специальность: 7-06 0311-01 «Экономика»

Профилизация «Бизнес и конкуренция» (заочная)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество УСР		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	РАЗДЕЛ 1. Деловые культуры как мотивация человеческого поведения						[1,2,5]	
1	Тема 1.1 Объект и предмет изучения, определение понятий, задачи изучения курса. Мультидисциплинарный подход в изучении делового поведения	0,5		0,5			[2,3]	Опрос, тестовые задания
2	Тема 1.2. Субъекты международного бизнеса и мотивация их поведения. Факторы (совокупность параметров) деловых культур как поведенческой реакции субъектов международного бизнеса	1		0,5			[1,5,12]	Опрос, дискуссии, диспуты с примерами поведения
	РАЗДЕЛ 2. Деловые культуры как						[10,11,1]	

	нематериальный актив конкурентоспособности международного бизнеса						2]	
3	Тема 2.1. Структура нематериальных активов и источники их развития	0,5		0,5			[10,11,1 2]	Опрос, дискуссии, контрольные задания
4	Тема 2.2. Репутационные активы	1		0,5			[10,11,1 2]	Опрос, дискуссии с примерами поведения и аналитическими диспутами
	РАЗДЕЛ 3. Деловые культуры в международном бизнесе: возможности внедрения							
5	Тема 3.1. Возможности учета этических требований экономически. Феномен потери признания (легитимации) этики в предпринимательской практике	1		0,5			[10,11,1 2]	Опрос, анализ примеров поведения, диспуты
6	Тема 3.2. Возможные стратегии внедрения моральных предписаний	1		0,5			[10,11,1 2]	Опрос, дискуссии
	РАЗДЕЛ 4. Деловые культуры как поведенческая реакция активных участников международного бизнеса						[10,11,1 2]	
7	Тема 4.1. Транснациональные корпорации (ТНК) транснациональные банки (ТНБ): зоны власти и	0,5		0,5			[10,11,1 2]	Опрос, примеры

	причины их расширения. Реализация возможностей экономической власти посредством оффшорных юрисдикций.							поведения, диспуты, аналитические споры
8	Тема 4.2. Деловые культуры в процессе интернационализации бизнеса: эффект коэволюции.							Дискуссии и аргументация предположений на основе примеров
		0,5		0,5			[6,7,8]	
	ВСЕГО ПО КУРСУ	6		4				ЗАЧЕТ

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Багана, Ж. Национальные особенности межкультурной коммуникации. Теория и практика : учебное пособие / Ж. Багана, Н. И. Дзенс, Ю. Н. Мельникова. - М. : ФЛИНТА, 2020. - 381, [1] с.
2. Комплексный стратегический анализ устойчивого развития экономических субъектов : учебник для направления магистратуры "Экономика" / [Е. В. Никифорова и др.] ; под ред. Е. В. Никифоровой. - М. : КНОРУС, 2019. - 160 с.
3. Кривокора, Е. И. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е. И. Кривокора. — М. : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
4. 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.
5. Таратухина, Ю. В. Деловые и межкультурные коммуникации : учебник и практикум для вузов : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. – М. : Юрайт, 2020. - 323, [1] с. : ил

Дополнительная:

1. Бегельсдейк, Ш. Культура в экономической науке: история, методологические рассуждения и области практического применения в современности / Бегельсдейк, Ш., Маселанд Р. – М.: Международные отношения, 2016.–464 с
2. Браун, Д. Корпоративное племя: Чему антрополог может научить топ-менеджера / Д. Браун. – М: Альпина Паблишер, 2018. – 240 с.
3. Вежновец, В. Н. Международный переговорный процесс: теория и практика : монография / В. Н. Вежновец ; Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси "Международный университет "МИТСО". — Минск : МИТСО, 2022. — 427 с.
4. Грант, Р. Современный стратегический анализ : [учебник] / Р. Грант ; [перевел с англ. С. Дмитриев]. - 9-е изд. - С.-Пб. [и др.] : Питер, 2018. - 670 с.
5. Демин, Д. Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений / Д. Демин. – М.: Альпина Паблишер, 2016.
6. Зуев, Ю. П. Деловое взаимодействие торговых партнеров / Ю. П. Зуев. – М., 2012 – 190 с.

7. Игнатьева, Е. Международный деловой этикет на примере 22 стран : особенности менталитета, правила дресс-кода, типы приветствий, советы для успешных контрактов / Е. Игнатьева ; [лит. ред. Ю. Дорогова]. - Москва : Эксмо, 2020. - 413, [1] с.
8. Исаев, А. П. Модель корпоративной культуры для развития предприятий с межнациональным персоналом / А. П. Исаев, Дэсинь Чэ // Лидерство и менеджмент. – 2022. – Том 9. – № 3. – С. 767-788
9. Карнажицкая, Т. В. Межкультурные коммуникации: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по гуманитарным специальностям / Т. В. Карнажицкая. – Минск: Издательство Гревцова, 2012. – 398 с.
10. Лайкер, Дж. Корпоративная культура Toyota: уроки для других компаний/ Дж. Лайкер, М. Хосеус. – Москва: Альпина Паблишерз, 2014. – 365 с.
11. Лашко, С. И. Международные переговоры : учебное пособие / С. И. Лашко, И. О. Мартыненко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 132 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <https://doi.org/10.12737/19593>. - ISBN 978-5-369-01573-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1815499> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: по подписке.
12. Льюис, Р. Столкновение команд. Успешное управление международной командой / Р. Льюис. – М.: Инфотропик Медиа, 2013. - 256 с.
13. Льюис, Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию : пер. с англ. / Р. Д. Льюис ; общ. ред. и вступ. ст. П. Н. Шихирева. - М. : Дело, 2001. - 446 с.
14. Макеев, В. А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации / В. А. Макеев. – М.: Ленанд, 2015.
15. Мясоедов, С. П. Основы кросс-культурного менеджмента. Как вести бизнес с представителями других стран и культур: учебное пособие / С. П. Мясоедов: Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации, Институт бизнеса и делового администрирования. – М.: Дело, 2008. – 2008. – 254 с.
16. Негус, К. Креативность. Коммуникация и культурные ценности : пер. с англ. / К. Негус, М. Пикеринг. – Харьков: Гуманитарный центр, 2011. – 299 с. (Ценности, творчество, креативность)
17. Персикова, Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие / Т. Н. Персикова. – М.: Логос, 2002. – 224 с.
18. Почебут, Л. Г. Кросс-культурная и этническая психология: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Л. Г. Почебут. -СПб: Санкт-Петербургский государственный университет, 2017. – 335с.
19. Остроухова, В. А. Влияние стратегии корпоративной социальной ответственности на деятельность зарубежных и российских компаний в современных условиях [Электронный ресурс] / В. А. Остроухова ; Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова. [М.], 1996–2020. – Режим доступа: URL:

<https://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/1962/file/Ostroyhova.pdf>. дата обращения: 20.09.2022). – Текст : электронный

20. Рыбкин, А. Г. Стратегия сложных переговоров : учебное пособие / А. Г. Рыбкин, О. К. Эмих. — М. : ИНФРА-М, 2023. — 260 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI

10.12737/textbook_5b309d10b97501.55398051. - ISBN 978-5-16-014922-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1894026> (дата обращения: 30.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

21. Рыжанкова, О. В. Деловые культуры как потенциал достижения договоренностей в среде международного бизнеса / О. В. Рыжанкова // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы X Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 18-19 мая 2017 г. : в 2 т. / [редкол.: В. Н. Шимов (отв. ред.) и др.] ; М-во образования Респ. Беларусь, УО "Белорусский гос. экон. ун-т". — Минск : БГЭУ, 2017. — Т. 1. — С. 112-113. <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/64627>

22. Рыжанкова, О. В. Международный бизнес и деловые культуры [Электронный ресурс]: презентация дисциплины для магистрантов / О. В. Рыжанкова. — Минск : БГЭУ, 2022. — Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/8969> (дата доступа: 30.05.2023)

23. Рыжанкова, О.В. Кросс-культурная интеграция в международном бизнесе: стереотипы и проблемы / О. В. Рыжанкова // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сборник научных трудов . - Минск : А.Н. Вараксин, 2021. - С. 245-249.

24. Рыжанкова, О.В. Культура и международный бизнес: параллели или взаимодействие? / О. В. Рыжанкова // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XV Международной научно-практической конференции, Минск, 19-20 мая 2022г. - Минск : БГЭУ, 2022. - С. 541-542.

25. Рыжанкова, О.В. Глобализация взаимопроникновения культуры и международного бизнеса / О. В. Рыжанкова // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XIV Международной научно-практической конференции, Минск, 20 мая 2021 г. - Минск : БГЭУ, 2021. - С. 484-485.

26. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии. – Юрайт, 2013. – 304 с.

27. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств: учебное пособие по профессиональной межкультурной коммуникации / Т.С. Самохина. – Москва: Р. Валент. 2005. – 215 с.

28. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контексте разных культур и обстоятельств / Т.С. Самохина. – 2-е изд. – М.: Р. Валент, 2010 – 215 с.

29. Симонова, Л.М. Кросс-культурные взаимодействия в международном предпринимательстве: Учеб.пособие для вузов./ Л.Е. Симонова – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 189 с.

30. Словарь терминов межкультурной коммуникации. Ред. И.Н. Жукова и др. – Москва: Флинта: Наука, 2015. – 632 с.
31. Тромпенаарс, Ф., Хэмпден-Тернер, Ч. 4 типа корпоративной культуры: пер. с англ. [Текст] / Ф. Тромпенаарс, Ч. Хэмпден-Тернер. – Минск, Попурри, 2012, – 528 с.
32. Trompenaars, Fons, Hampden-Turner, Charles Riding the Waves of Culture: Understanding cultural. Diversity in business / Fons Trompenaars, CharlesHampden-Turner. – London: Nicholas Brealey Publishing Limited, 1998, – 276 p
33. Туркин С. Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 381 с.
34. Фил Найт. Продавец обуви. История компании Nike, рассказанная ее основателем. – Эксмо, 2017. – 512 с.
35. Фишер Р. Путь к согласию, или переговоры без поражения/ Р. Фишер, У. Юри. - М., 2010. – 158 с.
36. Шарков Ф.И. Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник. – М.: ИТК «Дашков и К», 2009. – 768 с.
37. Трофимова Р.П. Культуролого-экономический словарь. – М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. – 960 с. (Серия «Gaudeamus»).
38. Щепакин, М.Б., Хандамова Э.Ф., Жаманкулова Д.С. Личность какмишень в манипуляционных действиях бизнеса в условиях цифровизации экономики / М.Б. Щепакин // Лидерство и менеджмент. – 2022. – Том 9. – №2. – С. 323-342. – doi: [10.18334/lim.9.2.114581](https://doi.org/10.18334/lim.9.2.114581).
39. Яскевич, Я.С. Переговорный процесс во внешнеэкономической деятельности: искусство и психология ведения: курс лекций и практикум /Я.С. Яскевич. – Минск : Тетралит, 2013. – 304 с.
40. Zakaria, Norhayati Making sense of culture : Cross-cultural expeditions and management practices of self-initiated expatriates in the foreign workplace / Norhayati Zakaria. – New York: by Routledge/Productivity Press, 2019, – 253 p.
41. Merkin, Rebecca S. Saving Face in Business: Managing Cross-Cultural Interactions / Rebecca S Merkin. – New York, PalgraveMacmillanUS, 2018, – 293p.
42. Thomas, David C., Petrerson, Mark F. Cross-Cultural Management : Essential Concepts / David C. Thomas & Mark F. Peterson. – Los Angeles: Sage Publication Ltd., 2017, – 312 p.
43. Inglehart, Ronald F. Cultural Evolution: People’s Motivations Are Changing, and Reshaping the World / Ronald F. Inglehart. – Cambridge: Cambridge University Press, 2018, – 293 p.
44. Shaules, Joseph Deep Culture: The Hidden Challenges of GlobalLiving / Joseph Shaules. – Clevedon: Cromwell Press Ltd., 2007, – 275 p

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, 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
1. Матрица ТМКБ И БКСИД ИФ. М. Г. И. Р.		Согласовано А.А. Лавина	Протокол № 011 от 29.04.2023 Т.В. Туркина

¹ При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы УВО