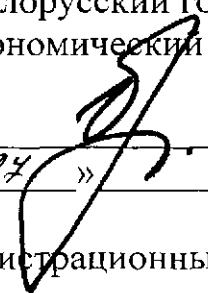


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

Утверждаю

Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


_____ В. Н. Шимов
« 24 » _____ 05 _____ 2014 г.

Регистрационный № УД-1385-4/баз.

ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной
дисциплине

для специальностей

1-26 02 01 «Бизнес-администрирование»,

1-26 01 03 «Мировая экономика»

2014 г

СОСТАВИТЕЛЬ:

Оксана Валентиновна Рыжанкова – доцент кафедры международного бизнеса Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Г.И. Гануш, заведующий кафедрой экономической теории и права Учреждение образования Белорусский аграрно-технический университет, член-корр. Национальная академия наук Республики Беларусь, доктор экономических наук, профессор;

С.И. Мазоль, доцент кафедры мировой экономики Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой международного бизнеса Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 7 от 19 марта 2014 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 4 от 09.04. 2014 г.)

Ответственный за редакцию: Рыжанкова О.В.

Ответственная за выпуск Рыжанкова О.В.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа разработана в соответствии со стандартами специальностей экономического профиля, утвержденными Министерством образования Республики Беларусь.

В программе реализуется мультидисциплинарный подход к изучению делового поведения с учетом действующего теоретического противоречия в исследовании «человека экономического» - «человека неэкономического». Внимание сосредоточено прежде всего на возможностях учета этических требований экономически. То есть изучение национальных и региональных культурных особенностей ведения международного бизнеса, а также рассмотрение особенностей корпоративных культур и специфики организации многонациональных команд предопределяется методологическим подходом к исследованию возможных стратегий внедрения моральных предписаний в международный бизнес.

В соответствии с названным подходом объектом изучения дисциплины является эволюция мирового рынка и его нормативно-законодательных институтов как формальных институтов делового оборота.

Предметом изучения тогда является эволюция поведения субъектов международной экономической деятельности – субъектов ВЭД – эволюция неформальных институтов делового оборота. То есть речь идет о рассмотрении человека с учетом всего многообразия его потенциальных возможностей в процессе реализации его деловой активности в границах мирового рынка. Таким образом, центральная роль в эволюционном процессе развития мирового рынка отводится его субъектам – субъектам ВЭД. .

Цель курса - усвоение, углубление и систематизация знаний студентов об эффективном использовании человеческих ресурсов в различных культурах в ходе международного ведения бизнеса – ведения бизнеса «через границы», или – возможным образом учесть содержательную сторону личности делового человека – активного участника международного рынка.

Задачи курса:

- Показать роль международных коммуникаций в международном бизнесе;
- Изучить основные проблемы кросс-культурного общения, обусловленные особенностями восприятия, стереотипизацией и этноцентризмом;
- Повысить коммуникативную компетентность в ситуациях непосредственного взаимодействия с иностранными партнерами в рамках реализации международных бизнес-транзакций и работы в мультинациональных компаниях;
- Сформулировать правила межкультурного делового взаимодействия;

- Выявить межкультурные различия и их влияние на эффективность международных бизнес-транзакций;
- Дать представление о различных деловых культурах;
- Познакомить с отличительными особенностями (параметрами) ведущих бизнес-культур и научить распознавать бизнес-культуры по этим параметрам;
- Показать практическую применимость параметров деловой культуры для реального бизнеса;
- Дать представление о роли корпоративной культуры в эффективной деятельности компании;
- Сформировать понимание основных причин возникновения кросс-культурных конфликтов;
- Ознакомить с феноменом кросс-культурного шока: его сутью, причинами возникновения, составляющими и временными фазами;
- Раскрыть возможности и способы адаптации к чужой культуре;
- Проследить развитие деловых культур как поведенческой реакции активных участников международного бизнеса – ТНК,ТНБ, а также возможности использования оффшорных юрисдикций;
- Сформировать представление о деловых культурах как нематериальном активе конкурентоспособности международного бизнеса;
- Выделить роль репутационных активов в структуре нематериальных активов международного бизнеса и источники их развития;
- Оценить возможности реализации в бизнесе творческого мышления как диалектики развития деловых культур;
- Проверить и закрепить полученные знания и навыки вопросами для самопроверки, тестированием, разбором ситуаций (case studies and mini cases).

Курс представлен в составе следующих пяти разделов: «Деловые культуры в международном бизнесе как мотивация человеческого поведения», «Деловые культуры как нематериальный актив конкурентоспособности международного бизнеса», «Деловые культуры в международном бизнесе: возможности внедрения», «Деловые культуры как поведенческая реакция активных участников международного бизнеса», «Глобализация и глобальные процессы в развитии деловых культур международного бизнеса».

В первом разделе рассматривается «человек экономический» и «человек неэкономический» с точки зрения мультидисциплинарного подхода к изучению делового поведения, определяются субъекты международного бизнеса, дается трактовка деловых культур как поведенческой реакции субъектов международного бизнеса.

Второй раздел посвящен рассмотрению нематериальных активов международного бизнеса, их структуры и источников формирования.

В третьем разделе внимание уделяется возможностям учета этических требований экономически, исходя из того, что в настоящее время фиксируется феномен признания (легитимации) этики в международном бизнесе, а также приводятся возможные стратегии внедрения моральных предписаний в международный бизнес.

Целью четвертого раздела является конкретизация понимания деловых культур как поведенческой реакции субъектов международного бизнеса, а поэтому отдельное внимание уделяется рассмотрению транснациональных корпораций, транснациональных банков, а также реализации возможностей экономической власти посредством оффшорных юрисдикций.

Пятый раздел призван сформировать понимание эффекта коэволюции деловых культур в процессе интернационализации бизнеса.

Всего часов по дисциплине - 68 , из них всего часов аудиторных - 36, в том числе лекций - 18 часов, практических занятий – 18 часов.
Рекомендуемая форма контроля – зачет.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ
(для специальности 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование»)

№ п/п	НАИМЕНОВАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ	Объем, ч. Лекций	Объем, ч. Практических занятий
	Раздел 1. Деловые культуры в международном бизнесе как мотивация человеческого поведения.		
1.	Объект и предмет изучения, определение понятий, задачи изучения курса. Мультидисциплинарный подход в изучении делового поведения («человек экономический» - «человек неэкономический»).	2	2
2.	Субъекты международного бизнеса и мотивация их поведения. Факторы (совокупность параметров) деловых культур как поведенческой реакции субъектов международного бизнеса	2	2
	Раздел 2. Деловые культуры как нематериальный актив конкурентоспособности международного бизнеса		
3.	Структура нематериальных активов и источники их развития.	2	2
4.	Репутационные активы	2	2
	Раздел 3. Деловые культуры в международном бизнесе: возможности внедрения.		
5.	Возможности учета этических требований экономически. Феномен потери признания (легитимации) этики в предпринимательской практике	2	2
6.	Возможные стратегии внедрения моральных предписаний	2	2
	Раздел 4. Деловые культуры как поведенческая реакция активных участников международного бизнеса		
7.	Транснациональные корпорации (ТНК): понятие, зоны власти и причины их расширения.	2	2
8.	Экономическая власть транснациональных банков (ТНБ). Реализация возможностей экономической власти посредством оффшорных юрисдикций	2	2
	Раздел 5. Глобализация и глобальные процессы в развитии деловых культур международного бизнеса		
9.	Деловые культуры в процессе интернационализации бизнеса: эффект коэволюции	2	2
	ВСЕГО	18	18

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

(для специальности 1-26-01-03 «Мировая экономика»)

№ п/п	НАИМЕНОВАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ	Объем, ч. Лекций	Объем, ч. Практических занятий
	Раздел 1. Деловые культуры в международном бизнесе как мотивация человеческого поведения.	6	2
1.	Объект и предмет изучения, определение понятий, задачи изучения курса. Мультидисциплинарный подход в изучении делового поведения («человек экономический» - «человек неэкономический»).	2	2
2.	Субъекты международного бизнеса и мотивация их поведения. Факторы (совокупность параметров) деловых культур как поведенческой реакции субъектов международного бизнеса	4	2
	Раздел 2. Деловые культуры как нематериальный актив конкурентоспособности международного бизнеса	6	4
3.	Структура нематериальных активов и источники их развития	4	2
4.	Репутационные активы	2	2
	Раздел 3. Деловые культуры в международном бизнесе: возможности внедрения	4	2
5.	Возможности учета этических требований экономически. Феномен потери признания (легитимации) этики в предпринимательской практике	2	1
6.	Возможные стратегии внедрения моральных предписаний	2	1
	Раздел 4. Деловые культуры как поведенческая реакция активных участников международного бизнеса	4	2
7.	Транснациональные корпорации (ТНК): понятие, зоны власти и причины их расширения	2	1
8.	Экономическая власть транснациональных банков (ТНБ), Реализация возможностей экономической власти посредством оффшорных юрисдикций	2	1

	Раздел 5. Глобализация и глобальные процессы в развитии деловых культур международного бизнеса	2	2
9.	Деловые культуры в процессе интернационализации бизнеса: эффект козволлоции	2	2
	ВСЕГО	22	12

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА.

РАЗДЕЛ 1. ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ КАК МОТИВАЦИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ.

Тема 1. Объект и предмет изучения, определение понятий, задачи изучения курса. Мультидисциплинарный подход в изучении делового поведения («человек экономический» - «человек неэкономический»).

Объект и предмет изучения. Определение понятия «деловые культуры в международном бизнесе». Эволюция неформальных институтов делового общения. Многообразие потенциальных возможностей человека в процессе реализации его деловой активности в границах мирового рынка. Использование человеческих ресурсов в процессе ведения бизнеса «через границы». Содержательная сторона личности делового человека – субъекта международного бизнеса.

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. Степень культурности делового общения.

Факторы, влияющие на поведение человека. Международный бизнес как порождение потребности индивидов в реализации своего потенциала. Необходимость учета аспектов психологии, социологии и антропологии в изучении делового поведения.

Оценка попыток выделить в деловом поведении его сугубо рациональную часть – «человека экономического». Элементы корректировки рационального экономического поведения.

Рассмотрение эволюции мирового рынка с точки зрения того, что центральная роль в этом процессе принадлежит его субъектам – субъектам международного бизнеса. Учет того, что расширение зон экономической власти возможно вследствие наличия и использования еще большего

разнообразия факторов, чем возможно предположить, исходя их объемов производства и других экономических показателей.

Тема 2. Субъекты международного бизнеса и мотивация их поведения. Факторы (совокупность параметров) деловых культур как поведенческой реакции субъектов международного бизнеса.

Субъекты международного бизнеса. Деловая активность субъектов международного бизнеса как движущая сила эволюции общества. Воля к власти субъектов международного бизнеса. Элементы экономической власти. Зоны власти. Расширение зон власти как следствие успеха ведения дел; фактической реализации экономической власти; свидетельство наличия и умелого использования деловых культур. Необходимость расширения зон власти как предпосылка развития деловых культур международного бизнеса.

Наличие зон власти как свидетельство борьбы за власть. 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.

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

РАЗДЕЛ 2. ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ КАК НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ АКТИВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА.

Тема 3. 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.

Тема 4. 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 3. ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ: ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ.

Тема 5. Возможности учета этических требований экономически. Феномен потери признания (легитимации) этики в предпринимательской практике.

Различие точек зрения в восприятии самих требований этики. Возможности внедрения моральных намерений в процесс международного бизнеса посредством индивидуальной этики. Возможности внедрения моральных намерений в процесс международного бизнеса посредством институциональной этики. Сравнение контекстов использования моральных предписаний с учетом существования различных подходов в восприятии этики.

Условия легитимации экономической деятельности (ее легальность и легитимность). Феномен потери легитимации этики в предпринимательской практике. Трехступенчатый подход по внедрению моральных норм в предпринимательскую деятельность по Хоману и Бломе-Дрезу. Предпринимательская деятельность в поле напряжения морали и рентабельности. Возможные последствия потери легитимации этики для предприятий.

Тема 6. 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. Способы-стратегии, с помощью которых в условиях современной экономики предприятия могут придавать значение моральным требованиям.

Тема 4. 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 3. ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ: ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ.

Тема 5. Возможности учета этических требований экономически. Феномен потери признания (легитимации) этики в предпринимательской практике.

Различие точек зрения в восприятии самих требований этики. Возможности внедрения моральных намерений в процесс международного бизнеса посредством индивидуальной этики. Возможности внедрения моральных намерений в процесс международного бизнеса посредством институциональной этики. Сравнение контекстов использования моральных предписаний с учетом существования различных подходов в восприятии этики.

Условия легитимации экономической деятельности (ее легальность и легитимность). Феномен потери легитимации этики в предпринимательской практике. Трехступенчатый подход по внедрению моральных норм в предпринимательскую деятельность по Хоману и Бломе-Дрезу. Предпринимательская деятельность в поле напряжения морали и рентабельности. Возможные последствия потери легитимации этики для предприятий.

Тема 6. 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. Способы-стратегии, с помощью которых в условиях современной экономики предприятия могут придавать значение моральным требованиям.

РАЗДЕЛ 4. ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ КАК ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ РЕАКЦИЯ АКТИВНЫХ УЧАСТНИКОВ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА.

Тема 7. Транснациональные корпорации (ТНК): понятие, зоны власти и причины их расширения.

Транснациональные корпорации как экономическое понятие. Расширение зон власти транснациональными корпорациями. Международный статус ТНК. Зоны власти ТНК и объекты их влияния. Причины расширения зон власти транснациональными корпорациями. Формы ТНК как возможности стабилизации зон власти путем контроля деятельности акционерного капитала. Черты глобальных корпораций. Возникновение ТНК с государственным участием – ГТНК. Способы удержания ТНК зон власти. Интеграция экономической деятельности – интеграция культур в рамках ТНК. Оценка вклада различных культур и идеологий в практические успехи стран и отдельных компаний.

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

Тема 8. Экономическая власть транснациональных банков (ТНБ).

Реализация возможностей экономической власти посредством оффшорных юрисдикций.

Побудительные мотивы транснационализации банковского капитала. Критериальное свойство транснациональных банков. Эволюция ТНБ. Возникновение системы взаимного ведения счетов. Крупнейшие ТНБ мира по размерам активов и по сфере влияния. Значение и роль международных финансовых центров. Конкурентная борьба ТНБ и процесс слияний и поглощений банков и культур. Специфика стратегий ТНБ.

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

РАЗДЕЛ 5. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА.

Тема 9. 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.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Льюис, Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ. – 2-е изд./ Р.Д. Льюис. – М.: Дело, 2001. – 448 с.
2. Симонова, Л.М. Кросс-культурные взаимодействия в международном предпринимательстве: Учеб.пособие для вузов./ Л.Е. Симонова – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 189 с.
3. Персикова, Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие./ Т.Н. Персикова – М.: Логос, 2002. – 224 с.
4. Рыженкова, И.К. Профессиональные навыки менеджера: повышение личной и командной эффективности. / И.К. Рыженкова – М.: Эксмо, 2008. – 271 с.
5. Стратегический менеджмент / под редакцией Н.А. Казаковой. Учебное пособие для вузов. – М.: Инфра-М, 2013. – 318 с.

Дополнительная

6. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: Учебник./ В.А. Баринов – М.: ИНФРА-М, 2006. – 237 с. – (Учебники для программы МВА).
7. Все религии мира / под общей ред. Е.В.Кузьминой. – М.: АСТ; СПб.: Сова, 2007. – 351 с.
8. Кочетков, В.В. Психология межкультурных различий: Учеб.пособие./ В.В. Кочетков – М.: Персей, 2002. – 416 с.
9. Мацумото, Д. Психология и культура. Пер. с англ./ Д. Мацумото – М.: Олма-пресс, 2002.
- 10.Карт, Пенни. Преодоление культурных различий: Практическое руководство по международному деловому общению / Пенни Карт, Крис Фокс. – Пер. с англ. И.Гаврилова. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 224 с.
- 11.Кант, И. Критика чистого разума / Иммануил Кант; (пер. с нем.; предисл. И.Евлампиева). – М.: Эксмо; СПб.: Мидгард, 2007. – 1120 с. (Гиганты мысли).
- 12.Белов, К.А. О ценностях идеальных и неидеальных (Медитации на культурологические темы)/ К.А. Белов – Дубна: Феникс+, 2004. – 272 с.
- 13.Карташова, Л.В. Управление человеческими ресурсами: Учебник/ Л.В. Карташова – М.: ИНФРА-М, 2005.
- 14.Романова, Н.П. Деловой этикет на Востоке. Настольная книга бизнесмена: уч.пособие / Н.П.Романова, В.В.Багин, И.В.Романова. – М.: Восток-Запад, 2005. – 295 с.

15. Конфуций. Суждения и беседы / А.А.Маслов; худож.-оформ. А.Семенова. – Изд.2-е. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 304 с.: ил. – (Путь мастера).
16. Белоусова, Т. Легкость делового бытия: корпоративный имидж и бизнес-этикет / Татьяна Белоусова. – М.: АСТ; СПб: Астрель-СПб, 2006. – 224 с. 16 с.ил. – (Ars Vivendi).
17. Экономическое мышление: философские предпосылки: Учебное пособие / Е.Н.Калмычкова, И.Г.Чаплыгина. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 272 с. – (Учебники экономического факультета МГУ им.М.В.Ломоносова).