

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

В.Н. Шимов

« 30 » 06 2017 г.

Регистрационный № УД 3324-17 /уч.

**Международные бизнес-коммуникации**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине  
для специальности 1-25 81 03 «Мировая экономика»

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

Борисик Ольга Викторовна, доцент кафедры мировой экономики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук.

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Уриш Ирина Владимировна*, – доцент кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

*Сташевская Людмила Александровна* – доцент кафедры менеджмента Белорусского национального технического университета, кандидат экономических наук, кандидат экономических наук.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой мировой экономики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 10 от 09.03.2017 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 5 от 21.06 2017 г.).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Международные бизнес коммуникации» является самостоятельной учебной дисциплиной по выбору для магистрантов специальности 1-25 81 03 «Мировая экономика» по магистерской программе «Международная экономика и коммерческая дипломатия». Курс разработан для получения базовых знаний и навыков в сфере взаимодействия представителей различных национальных и региональных культур, в практике управления международными организациями. Предметом курса «Международные бизнес коммуникации» являются механизмы и инструменты осуществления бизнеса с помощью различных бизнес-коммуникаций в различных деловых культурах в рамках международной экономической деятельности.

*Целью* учебной дисциплины является повышение эффективности ведения бизнеса с учетом культурных особенностей взаимоотношений между партнерами, сотрудниками международных организаций, а также в практике делового общения с представителями других культур.

*Задачи*, которые стоят перед изучением учебной дисциплины:

- дать представление об особенностях различных национальных культур, о методах и подходах к их изучению;
- изучить характеристики организационной культуры, влияние культурных особенностей на организационную культуру и коммуникационные процессы;
- дать знания по основным правилам кросс-культурного поведения;
- показать применимость использования на практике теоретических подходов к изучению национальных культур для практики успешного бизнеса.

В результате теоретического изучения дисциплины магистрант должен:

**знать:**

- базовые ценности мировой культуры;
- причины существования различных подходов к изучению культуры;
- особенности кросс-культурных коммуникаций;
- особенности восприятия другой культуры, времени, отношения к природе, значение статуса и личности в различных культурах;
- особенности культур различных стран.

**уметь:**

- использовать знания о базовых ценностях мировой культуры для своего личного развития;
- обеспечить соблюдение этических норм взаимоотношений в международной организации;
- избегать использования стереотипов при общении с зарубежными деловыми партнерами;
- оценивать поведение представителей других культур с точки зрения традиций, принятых в их стране;
- оценивать проявление особенностей культуры с позиций ее основных параметров.

**владеть:**

- основами общения с представителями организаций различных стран, исходя из особенностей национальной культуры и систем управления;
- принципами организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности деятельности представителей других культур;
- оценкой ситуаций, возникающих в процессе кросс-культурного общения с учетом норм и традиций других культур;
- диагностикой организационных культур.

Связь с другими учебными дисциплинами: учебная дисциплина «Международные бизнес коммуникации» базируется на изучении учебных дисциплин «Международный менеджмент», «Международный бизнес», «Мировая экономика», «Экономическая теория».

Курс состоит из лекционных, практических (семинаров) и индивидуальных занятий и завершается зачетом и выполнением конкретных индивидуальных заданий по данной дисциплине.

В соответствии с учебным планом учреждения высшего образования по специальности 1-25 81 03 «Мировая экономика» учебная программа рассчитана на 48 часов, из них аудиторных для дневной формы получения высшего образования - 24 часов, для заочной формы получения высшего образования – 12 часов. Распределение по видам аудиторных занятий для дневной формы получения высшего образования: лекций 16 часов; семинарских занятий – 8 часов. Распределение по видам аудиторных занятий для заочной формы получения высшего образования: лекций - 10 часа; семинарских занятий – 2 часа.

Форма контроля – зачет.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Тема 1. Международные бизнес-коммуникации в системе международного бизнеса**

Сущность международных бизнес-коммуникаций. Основные типы международных бизнес-коммуникаций. Повышение эффективности международных бизнес-коммуникаций.

Кросс-культурный анализ коммуникаций в системе международного менеджмента. Коммуникационные барьеры: языковые барьеры, невербальное общение, восприятие, стереотипы, обстоятельства времени и места, информация в системе управления, этноцентризм и др.

Особенности руководства в международной компании. Задачи международного менеджера. Международная команда.

### **Тема 2. Бизнес-коммуникации в управлении международной компанией**

Международная компания как объект управления. Отличия международной компании от других форм бизнеса. Понятия материнской компании, филиала, дочерней компании, ассоциированной компании. Роль международных компаний.

Типы международных компаний ТНК и МНК. Типовые структуры управления международной компанией: финансовая группа, конгломерат, концерн. Холдинговая структура организации международной компании. Международные финансово-промышленные группы.

Организационные структуры управления международными компаниями и их объединениями. Формы корпоративной интеграции в международном бизнесе. Международный стратегический альянс. Многонациональная компания. Совместное предприятие. Переход контроля над деятельностью компаний

Управление бизнес-коммуникациями в международных компаниях. Особенности бизнес-коммуникаций в международных проектах.

### **Тема 3. Роль организационных культур в международных бизнес-коммуникациях**

Организационная культура в системе управления международной компанией. Понятие и характеристики организационной культуры. Задачи, которые решаются посредством управления организационной культурой. Роль организационной культуры в международном менеджменте. Методы формирования и поддержания организационной культуры.

Культурные различия и ценностные ориентации. Понятие национальной культуры. Типы культур. Модели анализа культур. Классификация культур Хэнди, Тромпенаарса и др. Модели Хофстеда, Лэйн и Дистефано, Оучи и др.

### **Тема 4. Национальные стереотипы в международных бизнес-коммуникациях**

Национальные стереотипы в деятельности международного менеджера: американский, английский, немецкий, французский национальные стереотипы, стереотип, характерный для стран Ближнего и Среднего Востока, китайский и японский национальный стереотипы.

### **Тема 5. Технологии международных бизнес-коммуникаций**

Деловые переговоры и деловая беседа. Модели и стили переговоров. Эффективные тактики переговорного процесса. Виды переговоров. Условия ведения успешных переговоров. Подходы к решению проблем, возникающих в процессе переговоров.

### **Тема 6. Культура международных бизнес-коммуникаций**

Этикет. Основы деловой этики и делового этикета в международном бизнесе. Национальные особенности делового общения (этики). Атрибуты делового общения. Понятие репутации и имиджа предприятия.



**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**для дневной формы получения высшего образования**

Номер раздела, Темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Формы контроля знаний
		Лекции	Практические Занятия	Семинарские Занятия	Лабораторные Занятия	Количество часов УСРС		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Международные бизнес-коммуникации в системе международного бизнеса	2		-		-	Литература [1-8]	Контрольный опрос
2.	Бизнес-коммуникации в управлении международной компанией	4		2		-	Литература [9-11, 16-17]	Тест по теме 2
3.	Роль организационных культур в международных бизнес-коммуникациях	3		2		-	Литература [1-8, 10, 11]	Написание кейс-стади
4.	Национальные стереотипы в международных бизнес-коммуникациях	3		2		-	Литература [6-8, 10, 17]	Тест по теме 4

5.	Технологии международных бизнес-коммуникаций	2		-		-	Литература [1-8, 10, 12-14]	Эссе на заданную тему
6.	Культура международных бизнес-коммуникаций	2		2			Литература [1-8, 10, 12-14]	Выступление с презентациями, докладом
Итого		16		8		-		



**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**для заочной формы получения высшего образования**

Номер раздела, Темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Формы контроля знаний
		Лекции	Практические Занятия	Семинарские Занятия	Лабораторные Занятия	Количество часов УСРС		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Международные бизнес-коммуникации в системе международного бизнеса	1		-		-	Литература [1-8]	Контрольный опрос
2.	Бизнес-коммуникации в управлении международной компанией	2		1		-	Литература [9-11, 16-17]	Тест по теме 2, написание кейс-стади
3.	Роль организационных культур в международных бизнес-коммуникациях	2		-		-	Литература [1-8, 10, 11]	Контрольный опрос
4.	Национальные стереотипы в международных бизнес-коммуникациях	2		1		-	Литература [6-8, 10, 17]	Контрольная работа, кейс

5.	Технологии международных бизнес-коммуникаций	2		-		-	Литература [1-8, 10, 12-14]	Эссе
6.	Культура международных бизнес-коммуникаций	1		-		-	Литература [1-8, 10, 12-14]	Контрольный опрос
Итого		10		2		-		

## **ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

### ***Методические рекомендации по организации самостоятельной работы магистрантов по учебной дисциплине «Международные бизнес-коммуникации»***

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа магистрантов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 1,5-2 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основные направления самостоятельной работы магистранта:

- первоначальное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы, ее изучение и подбор дополнительной литературы;
- работа с информационными источниками, поиск информации для анализа и прогнозирования мировых товарных рынков;
- изучение материалов различных баз данных международных экономических организаций и их официальных сайтов;
- изучение и расширение материала лекций, предоставленного преподавателем, за счет информации из дополнительной литературы, консультаций;
- подготовка к семинарским занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к основным формам контроля (контрольный опрос, тест, индивидуальные задания, доклад, презентация и др.);
- подготовка компьютерных презентаций по отдельным вопросам и темам учебной дисциплины;
- подготовка к зачету.

### **Перечень рекомендуемых средств диагностики компетенций**

1. Устные формы диагностики компетенций: собеседования, опросы, устные доклады на семинарских занятиях, доклады на конференциях, оценивание на основе дискуссии.

2. Письменные формы диагностики компетенций: тесты, контрольные опросы, контрольные работы, индивидуальные задания, эссе, публикации статей, докладов.

3. Техническая форма диагностики компетенций: электронные тесты, презентации.

### **Нормативные и законодательные акты**

1. Кодекс Республики Беларусь от 22 июня 2001 г. № 37-З «Инвестиционный кодекс Республики Беларусь».

2. Закон Республики Беларусь от 25 ноября 2004 г. № 347-З «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности».

3. Закон Республики Беларусь от 14 ноября № 60-З «Об утверждении Основных направлений внутренней и внешней политики Республики Беларусь».

4. Указ Президента Республики Беларусь от 26 февраля 2015 г. № 100 «Об утверждении Государственной инвестиционной программы на 2015 год».

5. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23 мая 2011 г. № 656 «О Национальной программе развития экспорта Республики Беларусь на 2011-2015 годы».

6. Закон Республики Беларусь Об инвестициях от 12 июля 2013 г. № 53-З.

## ЛИТЕРАТУРА

### *Основная:*

1. Владимирова, И. Г. Международный менеджмент: учеб. – 2-е изд. перераб. / И.Г. Владимирова. – 2-е изд.– М.: Кнорус, 2016. – 440 с.
2. Сейфуллаева, М. Э. Международный менеджмент: учеб. пос. 2-е изд. перераб. / М.Э. Сейфуллаева – М.: Кнорус, 2016. – 232 с.
3. Мясоедов, С.П. Кросс-культурный менеджмент: учебник. – 3-е изд. / С.П. Мясоедов. – М.: Изд. Юрайт, 2016. – 314 с.
4. Темнышова, Е. Международный менеджмент. – М.: Юрайт, 2015. – 456 с.
5. Пивоваров, С.Э. Международный менеджмент. – 5-е изд. / Пивоваров С.Э., Тарасевич Л.С. – СПб, 2013. – 720 с.
6. Бландер, Р. Эффективные бизнес-коммуникации: теория и практика в эпоху информации: пер. с англ. / Ричард Бландер. – СПб.: 2000. – 380 с.
7. Лэйхифф, Дж.Н. Бизнес-коммуникации: стратегии и навыки: пер с англ. / Дж.Н.Лэйхифф, Дж.М. Пенроуз. – СПб., 2001. – 686 с.
8. Льюис, Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Р.Д. Льюис. – М.: Изд. Дело, 2001. – 448 с.

### *Дополнительная:*

9. Данильченко, А.В. Международный менеджмент: учеб.-метод. комплекс / А.В. Данильченко, К.В. Якушенко. – Минск: БГУ, 2016. – 191 с.
10. Кривокора, Е.И. Деловые коммуникации / Е.И. Кривокора. – М.: Инфра-М, 2015. – 188 с.
11. Зайцев, Л. Современные проблемы менеджмента в международном бизнесе. – М.: Магистр, 2014. – 400 с.
12. Спивак, В.В. Деловые коммуникации / В.В. Спивак. – М.: Юрайт, 2015. – 459 с.
13. Коноваленко, М.Ю. Деловые коммуникации / М.Ю. Коноваленко. – М.: Альфа-пресс, 2016. – 298 с.
14. Павлова, Л.Г. Деловые коммуникации / Л.Г. Павлова, Е.Д. – М.: Кнорус, 2016. – 300 с.
15. Михалкин, В. Международный бизнес. – М.: Инфра-М, 2015. – 320 с.
16. Тебекин, А.В. Управление персоналом / А.В. Табекин. – М.: КноРус, 2012. – 624 с.
17. Стоногина, Ю.Б. Бизнес-коммуникации в Японии как национальный социокультурный феномен : автореф. дисс. на соиск. уч. ст.ист. наук / Ю.Б. Стоногина. – М.: МГИМО, 2015. -28 с.
18. Адизес, И. К. Стили менеджмента. Эффективные и неэффективные. – М.: Альпина Паблшер, 2014. – 200 с.
19. Трухачев, В.И. Международные деловые переговоры: учеб. пос. / В.И. Трухачев, И.Н. Лякишева. – М.: Ставрополь: ФиС ; АГРУС, 2005. - 224 с.

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ  
ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**  
на 2017 / 2018 учебный год

№ Пп	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
(протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2017 г.)

Заведующий кафедрой  
д.э.н, профессор

\_\_\_\_\_

(подпись)

А.А. Праневич

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
к.э.н, доцент

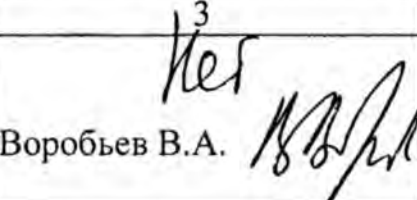
\_\_\_\_\_

(подпись)

В.Ю. Шутилин



## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

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	2	3	4
Макроэкономика (продвинутый уровень)	кафедра экономической теории	<div style="text-align: center;">  </div>	Изменения не требуются. Протокол №10 от 09.03.2017г.