Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

_____ А.В. Егоров
«30» 06 2026 г.
Регистрационный № УД-6933-26 /уч.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности
6-05-0413-01 «Коммерция»

2026

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0413-01-2023 «Коммерция» и учебных планов по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» профилизации: «Коммерция на внешнем рынке», «Электронная коммерция и внешнеторговые операции».

СОСТАВИТЕЛИ:
И.В. Уриш, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;
С.В. Стасюкевич, старший преподаватель кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет».

РЕЦЕНЗЕНТЫ:
Ю.А. Шаврук, заместитель директора Республиканского института китаеведения имени Конфуция Белорусского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент;
Л.С. Пацай, доцент кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:
Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 8 от 12 марта 2026 г.);

Методической комиссией по специальностям «Коммерческая деятельность», «Коммерция», «Экономика и управление на рынке недвижимости», «Экономика» с профилизацией «Экономическое и антимонопольное регулирование» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 4 от 22.04.2026);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 9 от 30.06.2026).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Коммерческая дипломатия» направлена на подготовку специалистов, владеющих навыками, позволяющими на высоком уровне осуществлять анализ внешних рынков, вести международные торговые переговоры, соблюдать дипломатический протокол и деловой этикет, защищать коммерческие интересы национальных экспортёров в условиях торговых ограничений, а также продвигать национальный бренд и экспортный потенциал страны.

Коммерческая дипломатия предлагает инструменты для эффективного взаимодействия с зарубежными партнёрами, упрощая процедуры доступа на внешние рынки, снижая торговые барьеры и способствуя заключению взаимовыгодных соглашений. Преимуществом использования инструментов коммерческой дипломатии является реализация стратегических приоритетов страны, диверсификация экспорта, защита от дискриминационных мер и повышение конкурентоспособности на мировых рынках.

Цель преподавания учебной дисциплины «Коммерческая дипломатия» – формирование у обучающихся профессиональных знаний и компетенций, позволяющих использовать коммерческую дипломатию как инструмент защиты коммерческих интересов национальных производителей на мировых рынках, а также применять современные дипломатические и переговорные технологии во взаимодействии с зарубежными партнерами в целях продвижения национальных торгово-экономических интересов.

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

- сформировать понятийный аппарат и методологию коммерческой дипломатии;
- определить инструменты реализации государственных приоритетов в системе коммерческой дипломатии;
- изучить нормы дипломатического протокола, делового этикета и кросс-культурных коммуникаций, необходимые для эффективного международного делового общения;
- овладеть технологией ведения международных торговых переговоров и методологией урегулирования разногласий;
- определить особенности национального брендинга и направления продвижения экспортного потенциала страны.

В результате изучения учебной дисциплины «Коммерческая дипломатия» формируется следующая **компетенция**:

специализированная:

- находить компромиссы и взаимоприемлемые решения сложных внешнеторговых проблем.

В результате изучения учебной дисциплины «Коммерческая дипломатия» обучающийся должен

***знать*:**

- сущность, функции, базовые категории и методологию коммерческой дипломатии;

- инструменты реализации государственных приоритетов в коммерческой дипломатии;

- нормы дипломатического протокола, делового этикета и кросс-культурные особенности ведения переговоров;

- технологию подготовки и ведения международных торговых переговоров, стадии переговорного процесса, стратегии и тактики;

- особенности национального брендинга и направления продвижения экспортного потенциала страны;

- виды торговых ограничений, адаптационные стратегии и дипломатические методы защиты интересов национальных экспортеров.

уметь:

- применять понятийный аппарат коммерческой дипломатии в конкретных ситуациях;

- разрабатывать страновые стратегии продвижения с учетом государственных приоритетов;

- соблюдать дипломатический протокол и деловой этикет при организации приемов, встреч делегаций, переписке на международном уровне;

- адаптировать коммуникативную стратегию под национальные стили ведения переговоров;

- участвовать в подготовке переговорной делегации, формировании мандата и ведении переговоров;

- использовать инструменты национального брендинга для продвижения экспортного потенциала;

- применять адаптационные стратегии и дипломатические методы защиты интересов национальных экспортеров.

иметь навык:

- деловой коммуникации с учетом дипломатического протокола и кросс-культурных особенностей;

- создания национального брендинга;

- применения дипломатических методов защиты интересов национальных экспортеров.

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

Содержание учебной дисциплины «Коммерческая дипломатия» опирается на изучение студентами учебных дисциплин «Торговая политика организации», «Электронная коммерция». Учебная дисциплина «Коммерческая дипломатия» необходима для изучения учебной дисциплины «Бизнес-планирование».

Форма получения образования: дневная.

Учебная дисциплина «Коммерческая дипломатия» относится к учебным дисциплинам компонента учреждения образования.

В соответствии с учебным планом университета для профилизации «Коммерция на внешнем рынке» на изучение учебной дисциплины отводится:

– для дневной формы получения высшего образования: общее количество учебных часов – 136, аудиторных – 68 часов, из них лекции – 36 часов, практические занятия – 32 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 семестр – лекции – 36 часов, практические занятия – 32 часа.

Самостоятельная работа студента – 68 часов.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Учебная дисциплина «Коммерческая дипломатия» относится к модулю «Коммерция на внешних цифровых рынках» компонента учреждения образования для профилизации «Электронная коммерция и внешнеторговые операции».

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

– для дневной формы получения высшего образования: общее количество учебных часов – 130, аудиторных – 72 часов, из них лекции – 36 часов, практические занятия – 36 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 семестр – лекции – 36 часов, практические занятия – 36 часов.

Самостоятельная работа студента – 58 часов.

Трудоемкость – 4 з.е.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Коммерческая дипломатия: базовые категории и методология

Сущность, функции и место коммерческой дипломатии в системе дипломатических отношений. Понятие и виды дипломатии (политическая, экономическая, культурная, публичная, коммерческая дипломатия). Соотношение категорий «торговая дипломатия», «экономическая дипломатия» и «коммерческая дипломатия». Функции коммерческой дипломатии (информационно-аналитическая, переговорно-договорная, защитная, содействующая (facilitation), имиджево-позиционирующая). Роль коммерческой дипломатии в системе внешнеэкономической политики государства.

Основные категории: коммерческий интерес, торгово-политический инструмент, дипломатическая защита бизнеса, переговорный мандат, торговые платформы и интернет-системы (ТИС).

Методология коммерческой дипломатии (методы научного анализа): институциональный, сравнительно-правовой, переговорно-процессуальный, кросс-культурный, кейс-стади.

Инструментарий коммерческой дипломатии: виды и технология применения: переговорно-договорные (двусторонние и многосторонние переговоры, заключение торговых и инвестиционных соглашений), информационно-аналитические (мониторинг рынков, анализ торговых барьеров, подготовка страновых обзоров), содействующие (торговые миссии, бизнес-форумы, выставки, работа торговых атташе), защитные (дипломатические демарши, международный арбитраж, медиация), имиджевые (национальный брендинг, культурная дипломатия, PR-кампании).

Тема 2. Коммерческая дипломатия в системе государственных приоритетов

Понятие и система стратегических приоритетов в контексте национальных интересов страны: экономическая безопасность, экспортная диверсификация, привлечение инвестиций, технологическое развитие, транзитный потенциал.

Экспортная диверсификация: географическая, товарная, отраслевая. Инструменты коммерческой дипломатии: проведение торговых миссий и бизнес-форумов под эгидой посольств, переговорный процесс по заключению соглашений о свободной торговле, деятельность торговых атташе по защите интересов экспортёров.

Привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Целевые секторы для ПИИ: высокие технологии, фармацевтика, «зелёная» энергетика, логистика, IT-сектор. Методы коммерческой дипломатии: переговоры о заключении и реализации двусторонних инвестиционных договоров, работа инвестиционных атташе; организация инвестиционных миссий, презентация инвестиционного потенциала на международных форумах с участием дипломатических

представительств; защита прав инвесторов через дипломатические каналы и международный арбитраж.

Развитие транзитного потенциала и логистической инфраструктуры. Международные транспортные коридоры и их значение для национальной экономики. Инструменты коммерческой дипломатии: переговоры о тарифах, пропускной способности, упрощении формальностей; участие в международных транспортных организациях.

Цифровая трансформация внешнеэкономической деятельности. Миссия коммерческой дипломатии: участие в международных переговорах по правилам цифровой торговли, защита трансграничных потоков данных.

Разработка страновых стратегий продвижения. Координация стратегий с дипломатическими представительствами, учет торгово-политического режима стран-партнеров.

Тема 3. Протокол и деловой этикет в коммерческой дипломатии

Сущность и значение дипломатического протокола. Оформление дипломатических и деловых документов. Вербальная нота, памятная записка, личная нота: структура, случаи применения, требования к оформлению. Правила обращения к официальным лицам в документах и устной речи (титулование).

Понятие и основные принципы дипломатического старшинства. Дипломатические ранги (посол, посланник, советник, первый/второй/третий секретарь, атташе, поверенный в делах) и их иерархия. Правила очередности выступлений на мероприятиях (алфавитный порядок, принцип «хозяин — первый», старшинство рангов).

Организация официальных приёмов и встреч делегаций. Виды приёмов: «бокал шампанского», завтрак, коктейль, фуршет, обед, ужин, чай/кофе («five o'clock»). Порядок подготовки и проведения приёма: составление приглашений, рассадка гостей, разработка меню и сценария. Правила поведения на приеме: этикет общения, использование столовых приборов, обмен тостами. Прием и дарение подарков и сувениров: национальные особенности, поводы для дарения.

Деловой этикет в международной коммерческой практике. Приветствия и представления (очередность представления, рукопожатие, обмен визитными карточками). Дресс-код на деловых переговорах, приемах, выставках (формальная, полуформальная, неформальная одежда). Протокол деловой переписки: структура письма, формы обращения, подпись. Цифровой этикет (e-mail, мессенджеры, видеоконференции): приветствие, время ответа, оформление. Этикет телефонного разговора: правила начала и завершения разговора, допустимое время звонка.

Тема 4. Кросс-культурная коммуникация и национальные стили делового общения

Кросс-культурная компетенция в коммерческой дипломатии. Влияние национальных культурных кодов на стиль ведения переговоров, принятие

решений, коммуникацию и деловой этикет. Сравнительный анализ стилей: западный, восточноазиатский, ближневосточный, латиноамериканский. Риски незнания культурных особенностей. Адаптация переговорной стратегии под стиль ведения переговоров представителей разных регионов.

Организационные аспекты подготовки к международным переговорам. Изучение национальных особенностей (история, религия, деловой этикет, табу). Подготовка программы пребывания иностранной делегации: протокольная часть (встреча, рассадка, приёмы), деловая часть (переговоры, осмотр объектов), культурная программа. Рассадка за столом переговоров (старшинство, позиция главы делегации, переводчики). Государственный (официальный) визит vs рабочий визит: отличия в протокольном сопровождении.

Тема 5. Международные торговые переговоры в системе коммерческой дипломатии

Переговоры как ключевой инструмент коммерческой дипломатии. Специфика торговых переговоров на двустороннем, региональном и многостороннем уровнях. Принципы: взаимность, недискриминация, взаимная выгода.

Стадии переговорного процесса. Подготовка: анализ национальных интересов, изучение позиции партнёра, формирование переговорного досье. Выработка мандата: полномочия и «красные линии». Консультации, переговоры по существу, заключение соглашения, ратификация, имплементация.

Подготовка переговорной делегации: состав, распределение ролей, функции. Руководитель, эксперты (юристы, экономисты, технические специалисты), переводчики, секретариат. Распределение обязанностей, внутренняя координация, инструктаж.

Стратегии и тактики переговоров. Интегративный торг (win-win), позиционный торг, коалиционная дипломатия. Роль неформальных контактов и «кулуарной дипломатии» (green room).

Урегулирование разногласий в ходе переговоров. Предупреждение торговых споров: согласительные комиссии, консультационные механизмы. Эскалация и деэскалация конфликта. Переговорные методы разрешения споров до обращения в арбитраж.

Тема 6. Национальный брендинг в коммерческой дипломатии

Понятие и основные составляющие национального бренда. Nation branding: имидж страны, репутация, инвестиционная привлекательность. Составляющие бренда: экономика, культура, туризм, человеческий капитал.

Имиджевая дипломатия как инструмент продвижения национального бренда. Формирование образа страны как надежного торгового партнера. Противодействие негативному информационному воздействию.

Цифровые инструменты национального брендинга. Онлайн-выставки, цифровые торговые миссии, виртуальные презентации. Продвижение через социальные сети, B2B-платформы.

Отраслевой брендинг. Продвижение экспортных секторов (IT, образование, медицина, высокие технологии).

Измерение эффективности национального брендинга. Индексы и рейтинги (Anholt-Ipsos Nation Brands Index, Global Competitiveness Index).

KPI для коммерческой дипломатии: рост узнаваемости, увеличение числа запросов от иностранных партнеров.

Тема 7. Коммерческая дипломатия в условиях торговых ограничений

Понятие, виды и характеристика торговых ограничений. Традиционные нетарифные барьеры (квоты, лицензирование, технические барьеры, санитарные меры). Рестриктивные меры (санкции): односторонние, коалиционные, многосторонние (эмбарго, заморозка активов, технологические запреты, «зелёные» меры). Влияние на деятельность субъектов внешней торговли: блокировка поставок, удорожание продукции, потеря рынков, репутационные риски, ограничение доступа к технологиям и финансам.

Дипломатические методы защиты интересов экспортеров. Переговорные методы: двусторонние консультации, создание рабочих групп по устранению барьеров. Защита через дипломатические каналы: демарши, ноты, обращение через торговых атташе и посольства. Использование региональных интеграционных механизмов.

Адаптационные стратегии для бизнеса: рыночные (диверсификация рынков, поиск новых ниш), торговые (параллельный импорт, импортозамещение, кооперация), финансовые (расчеты в нацвалютах), логистические (новые маршруты, нейтральные порты, транспортные коридоры), технические (пересертификация, адаптация под стандарты новых рынков).

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ»

Дневная форма получения высшего образования

Профилизация: «Электронная коммерция и внешнеторговые операции»

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7 семестр										
Тема 1	Коммерческая дипломатия: базовые категории и методология	6							[1], [2], [6], [8], [11]	Дискуссия, экспресс-опрос
Тема 1	Коммерческая дипломатия: базовые категории и методология		6						[1], [2], [6], [8], [11]	Опрос, реферат
Тема 2	Коммерческая дипломатия в системе государственных приоритетов	6							[3], [4], [5], [7], [10], [11]	Дискуссия
Тема 2	Коммерческая дипломатия в системе государственных приоритетов		4						[3], [4], [5], [7], [10], [11]	Опрос, Контрольная работа № 1*
Тема 3	Дипломатический протокол и деловой этикет в коммерческой дипломатии	6							[4], [5], [7], [9], [13]	Опрос
Тема 3	Дипломатический протокол и деловой этикет в коммерческой дипломатии		6						[4], [5], [7], [9], [13]	Опрос

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 4	Кросс-культурная коммуникация и национальные стили ведения переговоров	4							[4], [5], [7], [9], [13], [15]	Дискуссия
Тема 4	Кросс-культурная коммуникация и национальные стили ведения переговоров		4						[4], [5], [7], [9], [13], [15]	Дискуссия
Тема 5	Международные торговые переговоры в системе коммерческой дипломатии	6							[2], [4], [9], [12], [15]	Опрос, реферат
Тема 5	Международные торговые переговоры в системе коммерческой дипломатии		6						[2], [4], [9], [12], [15]	Дискуссия Контрольная работа № 2*
Тема 6	Национальный брендинг в коммерческой дипломатии	4							[5], [6], [9], [12], [16]	Опрос, реферат
Тема 6	Национальный брендинг в коммерческой дипломатии		6						[5], [6], [9], [12], [16]	Опрос, реферат
Тема 7	Коммерческая дипломатия в условиях торговых ограничений: механизмы защиты	4							[1], [2], [6], [8], [11]	Дискуссия
Тема 7	Коммерческая дипломатия в условиях торговых ограничений: механизмы защиты		4						[1], [2], [6], [8], [11]	Опрос Контрольная работа № 3*
	Итого 7 семестр	**36**	**36**							**Экзамен**
	Всего часов	**36**	**36**							

** мероприятия текущего контроля (в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов)*

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ»

Дневная форма получения высшего образования

Профилизация: «Коммерция на внешнем рынке»

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7 семестр										
Тема 1	Коммерческая дипломатия: базовые категории и методология	6							[1], [2], [6], [8], [11]	Дискуссия, экспресс-опрос
Тема 1	Коммерческая дипломатия: базовые категории и методология		4						[1], [2], [6], [8], [11]	Опрос, реферат
Тема 2	Коммерческая дипломатия в системе государственных приоритетов	6							[3], [4], [5], [7], [10], [11]	Дискуссия
Тема 2	Коммерческая дипломатия в системе государственных приоритетов		4						[3], [4], [5], [7], [10], [11]	Опрос, Контрольная работа № 1*
Тема 3	Дипломатический протокол и деловой этикет в коммерческой дипломатии	6							[4], [5], [7], [9], [13]	Опрос

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 3	Дипломатический протокол и деловой этикет в коммерческой дипломатии		6						[4], [5], [7], [9], [13]	Опрос
Тема 4	Кросс-культурная коммуникация и национальные стили ведения переговоров	4							[4], [5], [7], [9], [13], [15]	Дискуссия
Тема 4	Кросс-культурная коммуникация и национальные стили ведения переговоров		4						[4], [5], [7], [9], [13], [15]	Дискуссия
Тема 5	Международные торговые переговоры в системе коммерческой дипломатии	6							[2], [4], [9], [12], [15]	Опрос, реферат
Тема 5	Международные торговые переговоры в системе коммерческой дипломатии		4						[2], [4], [9], [12], [15]	Дискуссия Контрольная работа № 2*
Тема 6	Национальный брендинг в коммерческой дипломатии	4							[5], [6], [9], [12], [16]	Опрос, реферат
Тема 6	Национальный брендинг в коммерческой дипломатии		6						[5], [6], [9], [12], [16]	Опрос, реферат
Тема 7	Коммерческая дипломатия в условиях торговых ограничений: механизмы защиты	4							[1], [2], [6], [8], [11]	Дискуссия
Тема 7	Коммерческая дипломатия в условиях торговых ограничений: механизмы защиты		4						[1], [2], [6], [8], [11]	Опрос Контрольная работа № 3*
	Итого 7 семестр	**36**	**32**							**Экзамен**
	Всего часов	**36**	**32**							

** мероприятия текущего контроля (в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов*

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Хачатурян, Н. Р. Основы деловых переговоров в коммерческой деятельности: учебное пособие / Н. Р. Хачатурян, С. Г. Халатян, Е. К. Пиливанова. - Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс Рост. гос. экон. ун-та (РИНХ), 2024. - 136 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2214548 (дата обращения: 17.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Рыбкин, А. Г. Стратегия сложных переговоров : учебное пособие / А.Г. Рыбкин, О.К. Эмих. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 260 с. – (Высшее образование: Магистратура). - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2085043 (дата обращения: 17.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

3. 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.

4. Турбан, Г. В. Регулирование международной коммерческой деятельности: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Бизнес-администрирование" / Г. В. Турбан. – Минск : БГЭУ, 2025. – 330 с.

5. Шелег, Н. С. Международная торговля: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / Н. С. Шелег, Ю. И. Енин. – Минск : Вышэйшая школа, 2023. – 552 с.

Дополнительная:

6. Переговоры: практическое руководство. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 200 с. - (Серия «Harvard Business Review: 10 лучших статей»). - Текст: электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2235355 (дата обращения: 17.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

7. Пивоварова, Г. Б. Переговоры в коммерческой деятельности предприятия : учебно-методическое пособие / Г. Б. Пивоварова. - Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. - 59 с. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2211554 (дата обращения: 17.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

8. Михайлова, К. Ю. Международные деловые переговоры : учебное пособие / К. Ю. Михайлова, А. В. Трухачев. - 6-е изд., перераб. и доп. - Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2013. - 368 с. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/514885 (дата обращения: 17.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

Электронные ресурсы:

9. Варвашеня, А. А. Коммерческая дипломатия: электронный учебно-методический комплекс для студентов специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» (специализация 1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке») / А. А. Варвашеня, Л. С. Климченя // Электронная библиотека БГЭУ: [сайт]. – URL: http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/98835 (дата обращения: 17.04.2026).

Нормативные правовые акты:

10. Закон Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания» от 15 февраля 1993 г. № 2181-XII // (изменения и дополнения от 9 января 2023 г. № 243-З) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 11.01.2023, 2/2963).

11. Указ Президента Республики Беларусь «О некоторых вопросах дипломатической службы Республики Беларусь» от 15 мая 2008 г. № 276 // (изменения и дополнения от 28 июля 2014 г. № 380) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 31.07.2014, 1/15211).

12. Указ Президента Республики Беларусь «Об утверждении Положения о дипломатических представительствах и консульских учреждениях Республики Беларусь» от 9 июля 1996 г. № 247 // (изменения и дополнения от 15 мая 2008 г. № 276) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, № 120, 1/9707.

13.Постановление Министерства иностранных дел Республики Беларусь «Об утверждении Положения о почетном консуле Республики Беларусь» от 19 сентября 2014 г. № 4 // (Национальный правовой Интернет-портал.

14. Постановление Министерства иностранных дел Республики Беларусь «Вопросы Министерства иностранных дел Республики Беларусь» от 31 июля 2006 г. № 978 // (изменения и дополнения от 3 ноября 2022 г. № 746) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 05.11.2022, 5/50910).

15. Закон Республики Беларусь «О государственных символах Республики Беларусь» от 5 июля 2004 г. № 301-З // (изменения и дополнения от 7 февраля 202 г. № 248-З) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 09.02.2023, 2/2968. .

16. Постановление Президиума Высшего хозяйственного суда Республики Беларусь «Об утверждении методических рекомендаций о рассмотрении хозяйственных (экономических) споров и иных дел с участием иностранных лиц» от 18 октября 2006 г. № 90 // (изменения и дополнения от 8 февраля 2007 г. № 13.

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Раскройте сущность и функции коммерческой дипломатии в системе дипломатических отношений.
2. Назовите и охарактеризуйте виды дипломатии (политическая, экономическая, культурная, публичная, коммерческая).
3. Проведите сравнительный анализ понятий «торговая дипломатия», «экономическая дипломатия» и «коммерческая дипломатия»: сходство, различия, взаимосвязь.
4. Раскройте содержание основных категорий коммерческой дипломатии: коммерческий интерес, торгово-политический инструмент, дипломатическая защита бизнеса.
5. Дайте характеристику понятиям «переговорный мандат» и «торговые платформы и интернет-системы (ТИС)».
6. Охарактеризуйте методы научного анализа коммерческой дипломатии: институциональный, сравнительно-правовой, переговорно-процессуальный.
7. Раскройте сущность кросс-культурного метода и метода кейс-стади в анализе коммерческой дипломатии.
8. Инструменты коммерческой дипломатии: виды и характеристика.
9. Охарактеризуйте переговорно-договорные и информационно-аналитические инструменты коммерческой дипломатии.
10. Раскройте содержание содействующих и защитных инструментов коммерческой дипломатии.
11. Охарактеризуйте имиджевые инструменты коммерческой дипломатии и технологию их применения.
12. Назовите и охарактеризуйте систему стратегических приоритетов коммерческой дипломатии в контексте национальных интересов страны.
13. Раскройте сущность экспортной диверсификации (географическая, товарная, отраслевая) и инструменты её реализации.
14. Охарактеризуйте деятельность торговых атташе по защите интересов экспортёров.
15. Назовите целевые секторы для привлечения прямых иностранных инвестиций (ПИИ) и раскройте инструменты инвестиционной дипломатии.
16. Охарактеризуйте механизм защиты прав инвесторов через дипломатические каналы и международный арбитраж.
17. Раскройте значение развития транзитного потенциала и логистической инфраструктуры для национальной экономики.
18. Охарактеризуйте инструменты коммерческой дипломатии в переговорах о тарифах и упрощении формальностей.
19. Определите миссию коммерческой дипломатии в сфере цифровой трансформации внешнеэкономической деятельности.
20. Охарактеризуйте участие коммерческой дипломатии в международных переговорах по правилам цифровой торговли.

21. Раскройте содержание разработки страновых стратегий продвижения и учёта торгово-политического режима стран-партнёров.

22. Охарактеризуйте координацию страновых стратегий с дипломатическими представительствами.

23. Дипломатический протокол в коммерческой деятельности: сущность и значение.

24. Охарактеризуйте виды дипломатических и деловых документов: вербальная нота, памятная записка, личная нота (структура, случаи применения, требования к оформлению).

25. Назовите правила обращения к официальным лицам в документах и устной речи (титулование).

26. Охарактеризуйте понятие дипломатического старшинства и иерархию дипломатических рангов.

27. Раскройте правила очередности выступлений на мероприятиях (алфавитный порядок, принцип «хозяин — первый», старшинство рангов).

28. Назовите и охарактеризуйте виды официальных приёмов.

29. Опишите порядок подготовки и проведения приёма (составление приглашений, рассадка гостей, разработка меню и сценария).

30. Охарактеризуйте правила поведения на приёме: этикет общения, использование столовых приборов, обмен тостами.

31. Раскройте особенности приёма и дарения подарков и сувениров с учётом национальных традиций.

32. Охарактеризуйте правила приветствий, представлений, обмена визитными карточками и дресс-кода на деловых переговорах.

33. Назовите требования к протоколу деловой переписки, цифровому и телефонному этикету.

34. Охарактеризуйте влияние национальных культурных кодов на стиль ведения переговоров и принятие решений.

35. Проведите сравнительный анализ западного и восточноазиатского стилей ведения переговоров.

36. Охарактеризуйте ближневосточный и латиноамериканский стили ведения переговоров.

37. Назовите риски незнания культурных особенностей и способы адаптации переговорной стратегии.

38. Охарактеризуйте методику изучения национальных особенностей (история, религия, деловой этикет, табу) при подготовке к переговорам.

39. Раскройте структуру подготовки программы пребывания иностранной делегации (протокольная, деловая, культурная части).

40. Охарактеризуйте правила рассадки за столом переговоров с учётом старшинства, позиции главы делегации и переводчиков.

41. Проведите сравнительный анализ государственного (официального) и рабочего визитов (отличия в протокольном сопровождении).

42. Назовите типичные ошибки в межкультурной коммуникации и способы их предотвращения.

43. Охарактеризуйте специфику торговых переговоров на двустороннем, региональном и многостороннем уровнях.

44. Охарактеризуйте принципы ведения торговых переговоров (взаимность, недискриминация, взаимная выгода).

45. Раскройте стадии переговорного процесса: подготовка, выработка мандата, консультации, заключение соглашения, ратификация, имплементация.

46. Охарактеризуйте содержание подготовительной стадии: анализ национальных интересов, изучение позиции партнёра, формирование переговорного досье.

47. Раскройте понятие переговорного мандата и «красных линий».

48. Охарактеризуйте состав переговорной делегации (руководитель, эксперты, переводчики, секретариат) и распределение функций.

49. Назовите стратегии ведения переговоров: интегративный торг (win-win), позиционный торг, коалиционная дипломатия.

50. Охарактеризуйте роль неформальных контактов и «кулуарной дипломатии» (green room) в переговорном процессе.

51. Раскройте механизмы урегулирования разногласий в ходе переговоров (согласительные комиссии, консультационные механизмы).

52. Охарактеризуйте понятия эскалации и деэскалации конфликта в переговорном процессе.

53. Назовите переговорные методы разрешения споров до обращения в арбитраж.

54. Раскройте понятие национального бренда и его основные составляющие.

55. Охарактеризуйте Nation branding как инструмент формирования имиджа страны и инвестиционной привлекательности.

56. Назовите составляющие бренда: экономика, культура, туризм, человеческий капитал.

57. Охарактеризуйте имиджевую дипломатию как инструмент продвижения национального бренда.

58. Раскройте методы формирования образа страны как надёжного торгового партнёра.

59. Охарактеризуйте способы противодействия негативному информационному воздействию.

60. Назовите и охарактеризуйте цифровые инструменты национального брендинга (онлайн-выставки, цифровые торговые миссии, виртуальные презентации).

61. Раскройте роль социальных сетей и B2B-платформ в продвижении экспортного потенциала.

62. Охарактеризуйте отраслевой брендинг на примере продвижения секторов IT, образования, медицины, высоких технологий.

63. Назовите индексы и рейтинги для измерения эффективности национального брендинга (Anholt-Ipsos, Global Competitiveness Index).

64. Охарактеризуйте KPI для оценки эффективности коммерческой дипломатии в сфере национального брендинга.

65. Раскройте понятие и виды торговых ограничений (традиционные нетарифные барьеры и рестриктивные меры).

66. Охарактеризуйте традиционные нетарифные барьеры (квоты, лицензирование, технические барьеры, санитарные меры).

67. Назовите и охарактеризуйте рестриктивные меры (санкции): односторонние, коалиционные, многосторонние (эмбарго, заморозка активов, технологические запреты, «зелёные» меры).

68. Раскройте влияние торговых ограничений на деятельность субъектов внешней торговли.

69. Охарактеризуйте переговорные методы защиты интересов экспортёров (двусторонние консультации, рабочие группы по устранению барьеров).

70. Назовите способы защиты через дипломатические каналы (демарши, ноты, обращения через торговых атташе и посольства).

71. Охарактеризуйте использование региональных интеграционных механизмов для защиты интересов экспортёров.

72. Раскройте адаптационные стратегии для бизнеса: рыночные (диверсификация рынков, поиск новых ниш).

73. Охарактеризуйте торговые адаптационные стратегии (параллельный импорт, импортозамещение, кооперация).

74. Назовите финансовые и логистические адаптационные стратегии (расчёты в национальных валютах, новые маршруты, нейтральные порты).

75. Охарактеризуйте технические адаптационные стратегии (пересертификация, адаптация под стандарты новых рынков).

Перечень тем рефератов

1. Экспортная диверсификация как стратегический приоритет: мировой опыт и возможность адаптации в Республике Беларусь.
2. Методология анализа торговых барьеров: применение кейс-стади в коммерческой дипломатии.
3. Развитие транзитного потенциала: роль коммерческой дипломатии в формировании международных транспортных коридоров (на примере инициативы «Пояс и путь»).
4. Дипломатический протокол в коммерческой деятельности: правила оформления нот и памятных записок (сравнительный анализ практик разных стран).
5. Деловой этикет в цифровой среде: особенности видеоконференций, мессенджеров и электронной переписки в международной коммерции.
6. Дарение подарков в дипломатической и деловой практике: национальные особенности и протокольные нормы.
7. Влияние культурных параметров (по Г. Хофстеде) на стиль ведения международных переговоров.
8. Сравнительный анализ западного и восточноазиатского стилей переговоров: стратегии адаптации для белорусского экспортера.
9. Ближневосточный стиль ведения переговоров: роль личных отношений, гостеприимства и неторопливости.
10. Типичные ошибки в межкультурной коммуникации при ведении переговоров с китайскими партнёрами и способы их предотвращения.
11. Стратегия win-win в международных торговых переговорах: условия применения и ограничения.
12. Роль и практика неформальных контактов и «кулуарной дипломатии» (green room) в достижении компромиссов на международных форумах.
13. Национальный брендинг как инструмент коммерческой дипломатии: составляющие и методы оценки эффективности.
14. Цифровые инструменты продвижения национального бренда: опыт Сингапура, ОАЭ и других стран.
15. Отраслевой брендинг в коммерческой дипломатии: продвижение IT-сектора, образования и медицинских услуг на мировых рынках.
16. Механизмы параллельного импорта как адаптационная стратегия в условиях санкционного давления (правовые рамки и практика применения).
17. Дипломатические методы защиты интересов экспортёров при введении односторонних санкций: опыт Российской Федерации и Республики Беларусь.
18. Роль и практика искусственного интеллекта в коммерческой дипломатии: автоматизация анализа торговых барьеров и прогнозирование переговорных позиций.
19. Трансграничные потоки данных как новый объект коммерческой дипломатии: переговоры о цифровом суверенитете и правилах электронной коммерции.

20. Параллельный импорт в условиях санкционного давления: риски и практика применения.

Организация самостоятельной работы студентов

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

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы профилизации «Электронная коммерция и внешнеторговые операции» получения образования отводится 58 часов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы профилизации «Коммерция на внешнем рынке» получения образования отводится 68 часов.

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

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

– самостоятельная работа в виде решения индивидуальных заданий в аудитории во время проведения практических занятий и лабораторных занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;

– углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;

– подготовка к практическим, лабораторным занятиям, в том числе подготовка информационных и демонстративных материалов, рефератов и т.д.;

– подготовка отчетов по результатам выполнения лабораторных работ, практических работ;

– работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;

– подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

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

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

реферат;

опрос;

экспресс-опрос;

дискуссия.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три раза в семестр.

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 экзамена.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

Отметка по учебной дисциплине выставляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ. Итоговая отметка по учебной дисциплине определяется как округленная до целого сумма произведений средневзвешенного балла за текущий контроль и отметки на экзамене на соответствующие весовые коэффициенты ю Значение весовых коэффициентов по учебной дисциплине составляют: для текущего контроля – 0,4; для экзамена – 0,6.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

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)
Бизнес-планирование	Кафедра экономики торговли и услуг	Замечаний и предложений нет	

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«КОММЕРЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ»
(Регистрационный №_____ от . .)
на _____/_____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости (протокол № ____ от _____ 20___ г.)

Заведующий кафедрой,
канд. экон. наук, доцент _____ Н.Е.Свирейко

УТВЕРЖДАЮ
Декан ФКТИ
канд. экон. наук, доцент _____ А.И.Ерчак