

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса и информационных технологий»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



М.Г. Родионов

«31» августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Межкультурные бизнес-коммуникации»

(протокол решения Ученого совета № 13 от 31.08.2022 г.)

Направление подготовки

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность

«Государственное и муниципальное управление»

Квалификация выпускника

«Магистр»

Форма обучения (год набора)

заочная (2022, 2023, 2024)

очно-заочная (2023, 2024)

Рабочая программа дисциплины «Межкультурные бизнес-коммуникации».

Автор(ы):

Доцент, к.пед.н.



Лукьянчикова Е. А.

Рецензент(ы): Буренкова С.В., зав. кафедрой «Иностранные языки» ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет», д.филол.наук, профессор.

Рабочая программа рассмотрена руководителем ОПОП:



(подпись)

Симонова Н.Ю.

Рабочая программа одобрена Ученым советом института (протокол № 13 от 31 августа 2022 г.)

(с изменениями и дополнениями от 30.08.2023 г., протокол УС № 12)

Нормативно-правовую базу разработки рабочей программы дисциплины составляют:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1000)
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования».
- Основная профессиональная образовательная программа высшего образования направления подготовки магистратуры 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (направленность «Государственное и муниципальное управление»), утвержденная ректором 11.01.2021.
- Положение о комплектах оценочных материалов основной профессиональной образовательной программы высшего образования в АНОО ВО «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий», утвержденное ректором 31.08.2020 г.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП МАГИСТРАТУРЫ

Цель дисциплины «Межкультурные бизнес-коммуникации» - состоит в формировании навыков эффективной межличностной коммуникации при решении деловых вопросов, ориентации в этнопсихологических типах партнеров, раскрытии особенностей теоретических основ коммуникационного процесса, развитии навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть основные категории межкультурных бизнес-коммуникаций,
- рассмотреть культурную составляющую бизнес-процессов и бизнес-коммуникации;
- познакомиться с основными концепциями и проблематикой межкультурной бизнес-коммуникаций, стилями делового общения,
- выявить особенности влияния национальной культуры на бизнес-коммуникации;
- выработать навыки ведения эффективной бизнес-коммуникации.

Дисциплина «Межкультурные бизнес-коммуникации» участвует в реализации следующих направлений воспитательной работы: гражданско-патриотическое воспитание, духовно-нравственное воспитание, предпринимательское (бизнес-ориентирующее) воспитание, культурно-творческое воспитание, научно-образовательное воспитание.

В результате освоения ОПОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Универсальные компетенции (УК)		
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Знает методы и способы применения современных коммуникационных технологий для сбора, хранения, обработки, представления и передачи информации в ситуациях академического и профессионального взаимодействия	Знать: 1. Особенности устной и письменной форм речи 2. Структуру аргументации и основные виды аргументов 3. Правила и принципы публичных выступлений 4. Особенности и правила деловой переписки 5. Основные концепции организации межличностного взаимодействия в информационной среде
	УК-4.2 Умеет найти, проанализировать, отредактировать, составить информацию, необходимую для качественного выполнения академических и профессиональных задач и достижения профессионально значимых целей, в т.ч. на иностранном языке	Уметь: 1. Продуцировать грамотные, логически стройные, обоснованные высказывания в устной и письменной формах 2. Аргументированно отстаивать свою точку зрения, делать обоснованные выводы 3. Использовать приемы аргументации и логического убеждения в различных деловых ситуациях

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Знает методы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; нормы межкультурного взаимодействия с учетом разнообразия культур	Знать: 1. Методы и принципы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия 2. Нормы и ценности, основные направления и механизмы взаимодействия в рамках гражданского общества; 2. Специфику межличностного, группового и межкультурного взаимодействия с учетом разнообразия культур
	УК-5.2 Умеет анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Уметь: 1. Анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; 2. Устанавливать, поддерживать и развивать межкультурные коммуникации с учетом разнообразия культур

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина «Межкультурные бизнес-коммуникации» входит в обязательную часть учебного плана блока «Дисциплины, модули» основной профессиональной образовательной программы (Б1.О.02).

Данная дисциплина предусмотрена учебным планом в 1 семестре(ах).

При изучении данного курса студенты опираются на знания и умения, полученные в результате освоения следующих дисциплин:

"Учебно-воспитательный семинар"

"Деловой иностранный язык"

Знания и умения, полученные в результате изучения данной дисциплины, используются в последующем для изучения:

"Информационно-коммуникационные технологии государственного и муниципального управления"

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Заочная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
	1 семестр	1 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа, в том числе в электронной информационно-образовательной среде (всего):	14	38
Лекционные занятия	4	12
Практические занятия	8	24
Консультации	2	2
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	90	66
Форма промежуточной аттестации обучающегося - зачет	4	4

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в часах)

1 семестр, заочная форма обучения

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)						Код индикатора достижения компетенции	
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				Самостоятельная работа, всего		Контроль
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации			
1. Практические аспекты бизнес-коммуникации	25	3	1		2		22	УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2	
2. Теория коммуникации	21	3	1		2		18	УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2	
3. Основные формы бизнес-коммуникации	27	3	1		2		24	УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2	
4. Особенности межкультурных бизнес-коммуникаций	31	5	1		2	2	26	УК-5.1, УК-5.2, УК-4.2, УК-4.1	
ВСЕГО	108	14	4		8	2	90	4	

Формы текущего контроля – посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия), письменное задание (реферат), практическое задание (кейс)., консультация, зачет.

Форма промежуточной аттестации – зачёт.

1 семестр, очно-заочная форма обучения

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)						Код индикатора достижения компетенции	
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				Самостоятельная работа, всего		Контроль
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации			
1. Практические аспекты бизнес-коммуникации	24	8	2		6		16	УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2	

2. Теория коммуникации	26	10	4		6		16		УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2
3. Основные формы бизнес-коммуникации	28	10	4		6		18		УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2
4. Особенности межкультурных бизнес-коммуникаций	26	10	2		6	2	16		УК-5.1, УК-5.2, УК-4.2, УК-4.1
ВСЕГО	108	38	12		24	2	66	4	

Формы текущего контроля – посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия), письменное задание (реферат), практическое задание (кейс), консультация, зачет
 Форма промежуточной аттестации – зачёт.

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. Практические аспекты бизнес-коммуникации

Лекционные занятия 1.

Особенности коммуникаций бизнеса и власти. Функции GR-менеджера. Бизнес и политика. Лоббирование. Функциональные отличия GR-менеджера и лоббиста. Основные принципы ведения бизнеса и коммуникации. Прямые и косвенные бизнес-коммуникации. Максимум делового общения. Речевые стратегии и тактики в бизнес-коммуникациях. Формы лоббизма. Предмет и технологии GR-деятельности. Планирование бизнес-коммуникаций. Принятие управленческих решений в бизнес-коммуникациях. Бизнес-коммуникации и связи с общественностью. Бизнес-коммуникации и корпоративная социальная ответственность. Функции GR-департамента.

Коммуникативные стили в бизнес-коммуникации. Коммуникативные стили поведения лидера. Коммуникативный акцент в деловой межкультурной коммуникации и способы его преодоления.

Коммуникативные барьеры: некомпетентность, неумение выражать свои мысли, плохая техника речи, неумение слушать, барьер модальностей, барьер характера.

Конфликты и пути их разрешения. Классификация конфликтов. Стадии и структура конфликта. Стратегия поведения в конфликтной ситуации. Способы разрешения конфликта: подавление, отсрочка, превращение конфликта в деловой разговор.

Практические занятия 2.

Деловая игра «Реформирование организации» (УК-4.2, УК-5.2)

Цель игры. Развитие у студентов навыков анализа использования коммуникативных стилей и формирование умений вести деловую дискуссию по спорным вопросам.

Игровая ситуация. Внедрение новых технологий в производственный процесс предприятия привело к тому, что, по мнению главного технолога, существование одного из участков в сборочном цехе стало нецелесообразным. На одном из совещаний главный инженер выдвинул идею о слиянии этого участка с другим, смежным по технологической линии. Предложение главного инженера вызвало сопротивление со стороны начальника цеха и начальника подлежащего реорганизации участка.

Порядок проведения игры

Подготовительный этап. За одну-две недели студенты получают установку на проведение деловой игры и узнают тему и цель занятия, а также тему деловой игры, ее цель и игровую ситуацию. Следует дать указания по самостоятельному изучению литературы и отработке основных вопросов темы.

В ходе игры

1. Распределить роли среди студентов: директор предприятия, главный технолог, начальник цеха, начальник участка (состав играющих может меняться в ходе игры). Студенты, не вошедшие в состав играющих, выполняют роль экспертов.

2. Играющим уточняют установку на игру и игровую ситуацию, а также их знакомят с игровым сценарием и дают время на подготовку к игре (до 10 минут).

3. Разыгрывание сценария (до 30 минут):

Директор предприятия проводит совещание по спорному вопросу, отраженному в игровой ситуации. На совещание приглашены главный технолог, начальник цеха и начальник участка.

Примечание. Игровой сценарий может быть проигран двумя или тремя составами участников, что позволит произвести сравнительный анализ работы студентов по каждой роли.

4. Анализ действий участников игры экспертами (до 30 минут).

5. Подведение итогов преподавателем.

Тема 2. Теория коммуникации

Лекционные занятия 1.

Основные положения теории коммуникации. Понятие коммуникации. Коммуникативные процессы. Модель коммуникативного акта. Вербальная и невербальная коммуникация. Социальный аспект коммуникаций. Виды коммуникативного воздействия.

Коммуникация как функция управления организацией. Виды коммуникаций в организации. Особенности и структура внутренних коммуникаций в организации. Межличностные коммуникации в организации. Современные коммуникационные технологии в организации. Психологические механизмы восприятия в межгрупповом общении. Психологические механизмы межличностного общения. Факторы, влияющие на восприятие людей. Роль социальных стереотипов в общении. Психологическая культура деловой коммуникации. Психологические типы собеседников в коммуникации. Манипулятивные уловки в коммуникациях.

Особенности и свойства восприятия, апперцепция. Основные стадии восприятия. Селективность восприятия и способы ее преодоления. Слушание как обратное высказыванию коммуникативное действие. Принципы эффективного слушания. Убеждающая коммуникация в деловой сфере.

Практические занятия 2.

Барьеры письменных коммуникаций и их преодоление (УК-4.2, УК-5.2)

Вы получили приглашение на международный симпозиум, и собираетесь принять в нем участие. Какие коммуникационные проблемы могут возникнуть у Вас в этой связи?

Тема 3. Основные формы бизнес-коммуникации

Лекционные занятия 1.

Ведение деловой беседы, переговоров, споров.

Основные виды спора: аподиктический, эвристический, софистический. Классификация деловых бесед. Определение круга вопросов. Вступительная, основная и завершающая стадии деловой беседы. Деловые беседы (переговоры) по телефону.

Система подготовки к деловой беседе. Структура деловой беседы. Основные правила выступления. Риторические выразительные средства. Начало деловой беседы: цели и задачи, приёмы, рекомендации.

Техника постановки вопросов и передачи информации. Цель и задачи передачи информации. Классификация вопросов и их назначение. Техника слушания. Потери информации. Рекомендации по передаче информации.

Теория и техника аргументации. Цели аргументации. Риторические и спекулятивные методы аргументации. Тактика аргументации.

Техника нейтрализации замечаний. Виды замечаний. Методы нейтрализации замечаний. Правила хорошего тона при замечаниях.

Завершение беседы. Тактические особенности окончания деловой беседы.

Переговоры – вид деловой беседы. Переговорные позиции. Стили ведения переговоров.

Ведение собрания, совещания, пресс-конференции.

Классификация собраний и совещаний. Подготовка собрания. Повестка дня собрания. Начало собрания. Ведение собрания. Способы обмена мнениями. Завершение собрания. Управление процедурой собрания. Управление содержанием собрания.

Пресс-конференция – рекламная поддержка имиджа организации. Структура пресс-конференции: приветствие; разъяснение причины проведения; программа; представление выступающих; информация о материалах, представляемых прессе. Этика проведения пресс-конференций.

Нормы письменной речи, делопроизводства и документооборота.

Нормы деловой переписки. Деловое письмо. Резюме. Редактирование и корректура.

Функции документа: информационная, коммуникативная, управленческая, правовая. Служебные и деловые документы. Композиционные особенности и стандарты служебных и деловых документов. Служебная записка. Заявление. Приказ. Распоряжение. Договор.

Новые средства коммуникации.

Факсимильная связь. Мобильный телефон. Телеконференция. Селекторная связь. Конференц-связь. Телемост (видеоконференция). Электронная почта. Skype.

Интернет – средство коммуникации. Интернет – хранилище знаний и информации. Интернет – способ презентации. Интернет – способ ведения бизнеса. Интернет – форма интеграции бизнеса. Интернет и русский язык.

Практические занятия 2.

Психологическая подготовка к переговорам (УК-4.2, УК-5.2)

Примеры психологического воздействия, вызывающие естественные психологические реакции. В условиях переговоров нельзя исключить возможность манипуляции, поэтому надо уметь распознавать ситуации, провоцирующие спонтанные психологические реакции, и проявлять выдержку и здравый смысл вместо эмоций.

Пример 1 На встречу приглашает руководитель, от которого зависят приглашенные. Говорит что-то в следующем духе: «Я собрал вас здесь потому, что случилось нечто, из ряда вон выходящее! Это противоречит в корне всем принципам нашей деятельности! После того что случилось, я подобные инциденты без внимания не оставляю. Кто-то сильно пострадает. Прямо здесь и сейчас! И пускай для остальных это будет уроком!»

Пример 2 Участник переговоров № 1, демонстрируя дружелюбие: «Здравствуйте, мы пришли, готовы побеседовать с вами». Участник № 2: «И вы еще имеете наглость приходить после всего того, что происходит между нашими компаниями?!» Участник № 1, проявляя ожидаемую реакцию: «Простите, а что, собственно говоря, произошло?» Участник № 2, демонстрируя жесткость: «Вы еще и не знаете?! Ну, это означает, что вы совершенно не компетентны. Я делаю из этого необходимые выводы. До свидания!» Пример 3 Во время проведения переговоров другой участник получил от нас предложения в письменном виде. Некоторое время он читает представленный документ с неудовольствием, потом начинает проявлять негативное изумление. Чтение сопровождается комментариями, подобными следующему: «Н-да, и это вы нам такое предлагаете... Ничего себе, какого же вы мнения о наших возможностях!»

Ответьте на вопросы

1. Какая психологическая реакция ожидается в приведенных примерах?
2. Что в приведенных примерах позволяет прийти к выводу о возможности дальнейшей манипуляции?
3. Как правильно себя вести в такой ситуации?

Тема 4. Особенности межкультурных бизнес-коммуникаций

Лекционные занятия 1.

Культурные различия в международном бизнесе. Национальные особенности культур. Барьеры сознания. Неадекватность перевода. Моноактивные, полиактивные и реактивные культуры (классификация Р. Льюиса). Социальное окружение. Цели на переговорах у представителей разных национальностей. Особенности в принятии решений. Уместность стандартов поведения.

Деловая этика. Культурно-обусловленные стили ведения деловых переговоров. Язык телодвижений. Табу в международном бизнесе. Жесты и их национальная ориентированность.

Ведение переговоров в международном бизнесе. Приоритеты на переговорах. Основные характеристики английской, германской, итальянской, французской, испанской, скандинавских, восточных деловых культур. Как вести себя с представителями европейских деловых кругов.

Национальные особенности делового общения народов Европы, Азии, Северной Америки: темп жизни, особенности ведения переговоров, приоритеты на переговорах, языковые характеристики и национальная культурная специфика.

Особенности азиатских языков. Корпоративный дух в азиатских компаниях. Особенности ведения переговоров с представителями Японии, Китая и Сингапура.

Практические занятия 2.

Как вести себя с иностранцами (УК-4.2, УК-5.2)

Цель: закрепление теоретических знаний по теме, развитие навыка межличностной коммуникации в процессе участия в дискуссии по предложенным вопросам:

1. Отношение ко времени у представителей разных культур.
2. Национальный характер и переговоры.
3. Приоритеты на переговорах у представителей американской деловой культуры.
4. Приоритеты на переговорах у представителей европейской (английской, германской) деловой культуры.
5. Приоритеты на переговорах у представителей южноевропейской деловой культуры (по выбору студента).
6. Приоритеты на переговорах у представителей скандинавских стран.
7. Приоритеты на переговорах у представителей японской (корейской или китайской) деловой культуры.
8. Приоритеты на переговорах у представителей стран Латинской Америки.
9. Степень привязанности к протоколу на переговорах у представителей различных национальностей.
10. Стиль обсуждения вопросов на переговорах, применяемый представителями разных национальностей.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Виды и организация самостоятельной работы обучающихся

Успешное освоение материала по дисциплине «Межкультурные бизнес-коммуникации» требует самостоятельной работы, нацеленной на усвоение материала, расширение и конкретизацию знаний по разнообразным вопросам.

Большое значение в преподавании дисциплины отводится самостоятельному поиску студентами информации по отдельным теоретическим и практическим вопросам и проблемам, поскольку это необходимо для формирования профессиональных компетенций, развития практических профессиональных навыков будущего специалиста.

Наиболее целесообразен следующий порядок изучения теоретических вопросов по дисциплине «Межкультурные бизнес-коммуникации»:

1. изучение справочников (словарей, энциклопедий) с целью уяснения значения основных терминов, понятий, определений;
2. изучение учебно-методических материалов для лекционных и семинарских занятий;
3. изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы и электронных информационных источников;
4. изучение дополнительной литературы и электронных информационных источников, определенных в результате самостоятельного поиска информации;
5. самостоятельная проверка степени усвоения знаний по контрольным вопросам и/или заданиям;
6. повторное и дополнительное (углубленное) изучение рассмотренного вопроса (при необходимости).

Тема, раздел	Заочная форма	Очно-заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
1. Практические аспекты бизнес-коммуникации	22	16	Подготовка к деловой игре Самостоятельное изучение рекомендованной литературы	Деловая и /или ролевая игра реферат кейс-задачи ИТОВОЫЙ ТЕСТ
2. Теория коммуникации	18	16	Подготовка к деловой игре Самостоятельное изучение рекомендованной литературы	практическая работа ИТОВОЫЙ ТЕСТ, реферат, кейс-задачи
3. Основные формы бизнес-коммуникации	24	18	Подготовка к практической работе Самостоятельное изучение и анализ рекомендованной литературы	ИТОВОЫЙ ТЕСТ, реферат, кейс-задачи
4. Особенности межкультурных бизнес-коммуникаций	26	16	Подготовка к практической работе Самостоятельное изучение рекомендованной литературы Подготовка к зачету	ИТОВОЫЙ ТЕСТ, реферат, кейс-задачи, зачет
ИТОГО	90	66		

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся отражено в п.7 рабочей программы дисциплины «Межкультурные бизнес-коммуникации».

6. КОМПЛЕКТЫ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Освоение дисциплины направлено на формирование:
универсальных компетенций

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Данные компетенции формируются в процессе изучения дисциплины на двух этапах:
этап 1 – текущий контроль;
этап 2 – промежуточная аттестация.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценка компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания и технологической картой дисциплины (Приложение 1), принятыми в Институте.

*6.2.1. Показатели и критерии оценивания
компетенций на этапе текущего контроля*

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	<p>1. Посещение занятий: а) посещение лекционных и практических занятий, б) соблюдение дисциплины.</p> <p>2. Работа на лекционных занятиях: а) ведение конспекта лекций, б) уровень освоения теоретического материала, в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.</p> <p>3. Работа на практических занятиях: а) уровень знания учебно-программного материала, б) умение выполнять задания, предусмотренные программой курса, в) практические навыки работы с освоенным материалом.</p>	0-35
2	Письменное задание	<p>1. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.</p> <p>2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме письменного задания; б) соответствие содержания теме и плану письменного задания; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).</p> <p>3. Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).</p> <p>4. Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму письменного задания.</p>	0-25

3	Практическое задание	<p>1. Анализ проблемы: а) умение верно, комплексно и в соответствии с действительностью выделить причины возникновения проблемы, описанной в практическом задании.</p> <p>2. Структурирование проблем: а) насколько четко, логично, последовательно были изложены проблемы, участники проблемы, последствия проблемы, риски для объекта.</p> <p>3. Предложение стратегических альтернатив: а) количество вариантов решения проблемы, б) умение связать теорию с практикой при решении проблем.</p> <p>4. Обоснование решения: а) насколько аргументирована позиция относительно предложенного решения практического задания; б) уровень владения профессиональной терминологией.</p> <p>5. Логичность изложения материала: а) насколько соблюдены общепринятые нормы логики в предложенном решении, б) насколько предложенный план может быть реализован в текущих условиях.</p>	0-50
---	----------------------	--	------

6.2.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Межкультурные бизнес-коммуникации» могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Оценка знаний студентов осуществляется в соответствии с Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в Институте, и технологической картой дисциплины

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Итоговая работа	Количество баллов за тест пропорционально количеству правильных ответов на тестовые задания. После прохождения теста суммируются результаты выполнения всех заданий для выставления общей оценки за тест.	0-25

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы на этапе текущего контроля

Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)

(Формируемые компетенции: УК-4.1, УК-5)

При преподавании дисциплины применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:

- проблемные лекции;
- лекция-беседа;
- лекции с разбором практических ситуаций.

Практические занятия ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

- 1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
- 2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);
- 3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.

На практических занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

Письменное задание

(Формируемые компетенции: УК-4, УК-5)

Цели и задачи реферата.

Целью работы является обобщение и систематизация теоретического материала в рамках исследуемой проблемы.

В процессе выполнения работы решаются следующие задачи:

1. Формирование информационной базы:
 - анализ точек зрения зарубежных и отечественных специалистов в области дисциплины;
 - конспектирование и реферирование первоисточников в качестве базы для сравнения, противопоставления, обобщения;
 - анализ и обоснование степени изученности исследуемой проблемы;
 - подготовка библиографического списка исследования.
2. Формулировка актуальности темы:
 - отражение степени важности исследуемой проблемы в современной теории и практике;
 - выявление соответствия задачам теории и практики, решаемым в настоящее время;
 - определение места выбранной для исследования проблемы в дисциплине.
3. Формулировка цели и задач работы:
 - изложение того, какой конечный результат предполагается получить при проведении теоретического исследования;
 - четкая формулировка цели и разделение процесса ее достижения на этапы;
 - выявление особенностей решения задач (задачи - это те действия, которые необходимо предпринять для достижения поставленной в работе цели).

В результате написания реферата обучающийся изучает и анализирует информационную базу с целью установления теоретических зависимостей, формулирует понятийный аппарат, определяет актуальность, цель и задачи работы.

Обязательными составляющими элементами реферата являются:

- титульный лист;

содержание;

введение;

основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты), расположенные и поименованные согласно плану; в них аргументировано и логично раскрывается избранная тема в соответствии с поставленной целью; обзор литературы; описание применяемых методов, инструментов, методик, процедур в рамках темы исследования; анализ примеров российского и зарубежного опыта, отражающих тему исследования и т.д..

заключение;

список использованных источников;

приложения.

Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Практическое задание

(Формируемые компетенции: УК-5)

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами кейса являются:

титульный лист;

основная часть;

заключение;

список использованных источников;

приложения

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Кейс 1.

Прочитайте письмо, посланное редактором одной из пекинских газет британскому журналисту:

«Мы прочитали Вашу рукопись с безграничным наслаждением. Но если бы мы напечатали Вашу работу, то лишили бы себя возможности в будущем публиковать работы более слабого уровня. Поскольку представляется совершенно исключённым увидеть что-либо равноценное в ближайшее тысячелетие, мы, к нашему глубочайшему сожалению, вынуждены отклонить Вашу божественную рукопись. Мы приносим тысячу извинений и просим снисхождения за нашу неосмотрительность и боязливость».

Вопросы к кейсу:

1. Какова была коммуникативная цель высказывания?
2. Чем характеризуется речевой стиль данного письма?
3. Является ли он типичным для китайской деловой коммуникации?
4. Как, по вашему мнению, воспринял ответ редакции журналист?

5. Предположите возможную интерпретацию этого сообщения представителями русской, японской и немецкой лингвокультур.

Кейс 2.

В 1804 г. президент США Джефферсон послал экспедицию разведать земли, недавно приобретенные у Франции. Два года Льюис, Кларк и пятьдесят их спутников пробирались по бесконечным прериям, искали перевалы в невиданно высоких горах, переправлялись через удивительно широкие реки, страдали от зимних холодов в Северной Дакоте и от летней жары в Миссури.

Отчет об экспедиции выдает растерянность Льюиса и Кларка: ни образов, ни слов для описания этой реальности у них не было.

Когда эти бесстрашные исследователи действительно нуждались в свежих лошадях, местные жители, индейцы, каким-то образом всегда об этом узнавали. Если переговоры с ними касались не слишком ценных и необходимых товаров, с ними можно было договориться довольно быстро. Но когда индейцы собирались вести торг по поводу лошадей, они разбивали вигвамы и всем своим видом показывали, что намерены вести долгий переговорный марафон. Они чувствовали, что в данном случае надо вести переговоры жестко.

Вопросы к кейсу:

1. Прокомментируйте, в чем была опасность позиции участников экспедиции Льюиса и Кларка в переговорной ситуации с индейцами.
2. Как предмет переговоров влиял на их результат?
3. Были ли возможности у Льюиса и Кларка выдвинуть привлекательную для индейцев пропозицию с тем, чтобы они уступили им лошадей?

Кейс 3.

Старейшая европейская марка джинсов, созданная в Германии, является крупнейшим мировым производителем джинсов. Также как и во всем мире в России ее бренд пользуется заслуженной популярностью. Спрос на вещи с этим логотипом растет, что подтверждается стабильным ростом продаж в сети магазинов «Джинсовая симфония», которая обладает правом эксклюзивной дистрибуции торговой марки. Всего в России компания имеет 31 частный магазин в Москве, Санкт-Петербурге, Самаре, Новосибирске, Красноярске, Волгограде и Краснодаре.

С начала 2017 г. компания вывела на рынок монобрендовый проект. В свою очередь «Джинсовая симфония» – один из крупнейших и старейших партнеров компании – в числе первых открыла концептуальный магазин этой марки в России. Монобрендовый магазин располагается в Москве.

Теперь появление фирменных магазинов планируется в городах с населением более одного миллиона человек.

«Джинсовая симфония» предполагает развитие проекта как самостоятельно, так и с помощью партнеров по франчайзингу. В течение 2018 г. «Джинсовая симфония», уже десять лет успешно работающая в России, самостоятельно выведет на рынок Москвы и регионов четыре монобрендовых магазина.

Открытие фирменных магазинов происходит при непосредственном участии головного офиса компании, расположенного в Германии. Именно там разрабатываются дизайнпроекты, и именно оттуда поставляется все необходимое для полного оснащения магазинов. Переговоры по открытию фирменного магазина проводятся с представителями головного офиса при участии «Джинсовой симфонии».

Возможность заказать новую коллекцию для его открытия предоставляется четыре раза в год (две основные и две flash-коллекции) в московском выставочном зале «Джинсовой симфонии».

Вопросы к кейсу:

1. Составьте план переговоров с компанией, учитывая тот факт, что головной офис и разработка проектов магазинов, а также особенностей продвижения - в Германии. Предмет переговоров – открытие монобрендового магазина.
2. Какие цели вы бы ставили и какую стратегию переговоров вы бы предложили, если бы собирались открыть фирменный магазин этой компании?

3. Какие цели вы бы ставили и какую стратегию переговоров вы бы выбрали, если бы собирались стать партнером по франчайзингу «Джинсовой симфонии»?

Кейс 4.

«Tatra Banka» - один из сильных банковских брендов в Словакии. Он пятнадцать раз признавался полезным и лучшим банком по версии различных аудиторов и премий. На этот раз банк «Tatra Banka» нуждался в привлечении на работу операционистов и служащих из лучших выпускников университетов с помощью брендинга. Цели коммуникационной кампании: привлечь самых сообразительных и амбициозных выпускников на работу в «Tatra Banka» на позицию служащего, коммуникация должна строиться исходя из принципа банка - «Лучшие идут с нами».

Целевая аудитория рекламной кампании - молодые и сообразительные выпускники, им от 20 до 35 лет, в конце учебного года необходима работа, у них «умная голова с высокой самооценкой». С одной стороны, аудитория требовательная и надо искать нешаблонные пути коммуникации, с другой - надо поддерживать имидж одного из лучших банков страны. В итоге было решено провести кампанию, основанную на коротких высказываниях, двусмысленных выражениях, пословицах и советах, которые потом «разоблачились». Постеры и стикеры с рекламой «Tatra Banka» были размещены следующим образом:

- на остановках, снаружи и внутри городского транспорта,
- Интернет. Баннеры, размещенные на популярных сайтах,
- снаружи и внутри лифтов, на лестницах учебных заведений,
- на центральных пешеходных улицах крупных городов.

Основным сюжетом стал девиз: «Берегите вашу голову. Ведь мы в ней заинтересованы», «Хотите подняться?» - написано на нижних ступеньках (транспорта или лестницы) «Высших позиций вы достигните, если попытаетесь устроиться на работу в Tatra Banka» - заявляет размещенная на верхних ступеньках надпись. Такой посыл четко объяснял, что «Tatra Banka» нуждается в молодых и сильных личностях, которые к тому же хорошо соображают.

Подача заявлений на работу в «Tatra Banka» увеличилась на 300%, по результатам. И даже спустя два месяца после окончания рекламной кампании высокий интерес, получение работы именно в этом банке, сохранился. Самое ценное - это то, что претенденты на вакансии четко соответствовали тем требованиям, которые предъявлял банк к своим будущим сотрудникам.

Вопросы к кейсу:

1. В чем проявилась уникальность маркетинговых коммуникаций, которые использовал банк для своей рекламной кампании?
2. Объясните, как бренд Tatra Banka способствовал отсутствию проблем при найме сотрудников.
3. Выделите главный девиз в содержании всех сообщений брендинга в данном примере.
4. Как вы считаете, каких результатов достиг бы банк в России, проведя подобную рекламную кампанию?

Номер кейса для выполнения определяется по таблице: Приложение 4.

6.3.2. Типовые контрольные задания или иные материалы на этапе промежуточной аттестации

(Формируемые компетенции: УК-4.1, УК-5)

Итоговый тест по дисциплине см. в Приложении 3.

Задания для промежуточной аттестации студентов представлены в Приложении 5.

Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине
«Межкультурные бизнес-коммуникации»

1. Цели и задачи курса «Межкультурные бизнес-коммуникации».
2. Классификация культур по Р. Льюису.
3. Национальные особенности представителей моноактивных культур.
4. Национальные особенности представителей полиактивных культур.
5. Национальные особенности представителей реактивных культур.
6. Представления о статусе, лидерстве и организации в различных культурах.
7. Отношение ко времени у представителей разных культур.
8. Национальный характер и переговоры.
9. Приоритеты на переговорах у представителей американской деловой культуры.
10. Приоритеты на переговорах у представителей европейской (английской, германской) деловой культуры.
11. Приоритеты на переговорах у представителей южноевропейской деловой культуры (по выбору студента).
12. Приоритеты на переговорах у представителей скандинавских стран.
13. Приоритеты на переговорах у представителей японской (корейской или китайской) деловой культуры.
14. Приоритеты на переговорах у представителей стран Латинской Америки.
15. Степень привязанности к протоколу на переговорах у представителей различных национальностей.
16. Стиль обсуждения вопросов на переговорах, применяемый представителями разных национальностей.
17. Язык менеджмента.
18. Основные характеристики невербальных средств общения.
19. Взаимодействия вербальных и невербальных средств передачи информации.
20. Язык телодвижений в бизнесе.
21. Жесты и их национальная ориентированность.
22. Юмор в международном бизнесе.
23. Виды и причины языковых ошибок и коммуникативных неудач.
24. Способы убеждения оппонента.
25. Особенности использования речевых тактик в диалоге и монологе.
26. Деловые переговоры: как выходить из тупиковой ситуации.
27. Национальные системы норм, регламентирующие социальное поведение.
28. Табу в международном бизнесе.
29. Речевой этикет в деловом общении.
30. Национальные традиции и манеры за столом.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по дисциплине «Межкультурные бизнес-коммуникации» основана на использовании Положения о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в институте, и технологической карты дисциплины.

№ п/п	Показатели оценивания	Шкала оценивания
Текущий контроль		
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	0-35
2	Письменное задание (реферат)	0-25
3	Практическое задание (кейс)	0-50
<i>Итого текущий контроль</i>		75
Промежуточная аттестация		
4	Итоговая работа	25

<i>Итого промежуточная аттестация</i>	25
ИТОГО по дисциплине	100

Максимальное количество баллов по дисциплине – 100.

Максимальное количество баллов по результатам текущего контроля – 75.

Максимальное количество баллов на экзамене – 25.

Уровень подготовленности обучающегося соответствует трехуровневой оценке компетенций в зависимости от набранного количества баллов по дисциплине.

	Уровень овладения		
	Пороговый уровень	Продвинутый уровень	Превосходный уровень
Набранные баллы	50-69	70-85	86-100

Шкала итоговых оценок успеваемости по дисциплине «Межкультурные бизнес-коммуникации» соответствует Положению о балльной и рейтинговой системах оценивания и отражена в технологической карте дисциплины.

Зачёт

Количество баллов	Оценка
50-100	зачтено
0-49	не зачтено

Экзамен

Количество баллов	Оценка
86-100	отлично
70-85	хорошо
50-69	удовлетворительно
0-49	неудовлетворительно

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 488 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159>
2. Зинченко, В. Г. Межкультурная коммуникация: от системного подхода к синергетической парадигме : учебное пособие : [16+] / В. Г. Зинченко, В. Г. Зусман, З. И. Кирнозе. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 223 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79344>

Дополнительная литература:

1. Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495826>
2. Семенов А. К., Набоков В. И. Организационное поведение [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 272 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495826>
3. Шарков Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 488 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573153>

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные ресурсы образовательной организации:

1. <http://do.sano.ru> - система дистанционного обучения Moodle (СДО Moodle).
2. <http://www.sibit.sano.ru/> - официальный сайт образовательной организации.
3. <http://www.encyclopedia.ru> - .
4. <https://dic.academic.ru/> - .
5. <https://urait.ru/> - .
6. <https://e.lanbook.com/> - .
7. <https://biblioclub.ru/> - .

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения учебной дисциплины «Межкультурные бизнес-коммуникации» следует:

1. Ознакомиться с рабочей программой дисциплины. Рабочая программа содержит перечень разделов и тем, которые необходимо изучить, планы лекционных и семинарских занятий, вопросы к текущей и промежуточной аттестации, перечень основной, дополнительной литературы и ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет» и т.д.
2. Ознакомиться с календарно-тематическим планом самостоятельной работы обучающихся.
3. Посещать теоретические (лекционные) и практические (семинарские) занятия, лабораторные работы.
4. При подготовке к практическим (семинарским) занятиям, а также при выполнении самостоятельной работы следует использовать методические указания для обучающихся.

Учебный план курса «Межкультурные бизнес-коммуникации» предполагает в основе изучения дисциплины использовать лекционный материал и основные источники литературы, а в дополнение – практические занятия.

Кроме традиционных лекций и практических занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.

Примерный перечень активных форм обучения:

- 1) беседы и дискуссии;
- 2) кейсы и практические ситуации;
- 3) индивидуальные творческие задания;
- 4) творческие задания в группах;
- 5) практические работы.

На лекциях студенты должны получить систематизированный материал по теме занятия: основные понятия и положения, классификации изучаемых явлений и процессов, алгоритмы и методики организации дисциплины и т.д.

Практические занятия предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, анализ теоретических и практических аспектов дисциплины. Для этого разработаны подробные вопросы, обсуждаемые на семинарских занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к семинарским занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы студентов.

Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к учебникам, периодической печати. Освоение всех разделов курса предполагает приобретение студентами навыков самостоятельного анализа инструментов и механизмов дисциплины, умение работать с научной литературой.

Основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине «Межкультурные бизнес-коммуникации». Она изучается студентами в процессе подготовки к практическим занятиям, зачету. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к семинарским и практическим занятиям, при написании рефератов.

При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями курса уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

10. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

При подготовке и проведении учебных занятий по дисциплине студентами и преподавателями используются следующие современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (договор № 109-08/2021 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям базовой коллекции ЭБС «Университетская библиотека онлайн» от 01 сентября 2021 г. (<http://www.biblioclub.ru>).

2. Интегрированная библиотечно-информационная система ИРБИС64 (договор № С 2-08 - 20 о поставке научно-технической продукции – Системы Автоматизации Библиотек ИРБИС64 – от 19 августа 2020 г., в состав которой входит База данных электронного каталога библиотеки СИБИТ Web-ИРБИС 64 (<http://lib.sano.ru>).

3. Справочно-правовая система КонсультантПлюс (дополнительное соглашение №1 к договору № 11/01-09 от 01.09.2009).

4. Электронная справочная система ГИС Омск.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 102. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (17 столов, 42 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 2шт.). Программное обеспечение: Microsoft Windows 8.1 (32) Professional Russian. ID продукта 00261-80356- 95595-AA367 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Skype, версия 8.65 (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно- образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 210. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (36 столов, 74 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 5шт.) Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903(коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель) Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия,</p>

	отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 211. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (27 столов, 54 стула, маркерная доска, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 5шт.) Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Учебная аудитория № 301. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>
<p>Учебная аудитория № 302. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>
<p>Учебная аудитория № 303. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>

<p>Мультимедийная учебная аудитория № 304. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (22 стола, 44 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 домашняя для одного языка, ID продукта: 00327-30584-64564- ААОЕМ; (коммерческая лицензия, иностранный производитель) Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01 - 09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Лаборатория социально-гуманитарных дисциплин № 307. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации.</p>	<p>Учебная мебель (26 столов, 52 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows 7 Professional Russian, Number License: 61555010 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01 - 09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security – Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Мультимедийная учебная аудитория № 312. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (50 столов, 100 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя); Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель) Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 422. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (18 столов, 36 стульев, доска маркерная, трибуна, шкаф, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (интерактивная доска, компьютер с выходом в интернет, 2 аудиокolonки). Программное обеспечение: Microsoft Windows 8 Professional Russian, Number License: 61555010 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01 -09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Аудитория № 420. помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - компьютерного оборудования и хранения элементов мультимедийных лабораторий</p>	<p>Мебель (4 стола, 4 стула, стеллажи), 4 персональных компьютера для системного администратора, ведущего специалиста информационного отдела, инженера-электронщика, 10 серверов. Паяльная станция, стеллаж, 15 планшетных компьютеров, наушники для лингафонного кабинета, запасные части для компьютерного оборудования.</p>
<p>Аудитория № 003. помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p>	<p>Станок для сверления, угловая шлифовальная машина, наборы слесарных инструментов для обслуживания учебного оборудования, запасные части для столов и стульев. Стеллаж, материалы для сопровождения учебного процесса.</p>
<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов № 305. помещение для самостоятельной работы обучающихся, научно-исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (10 столов одноместных, 3 круглых стола, 27 стульев, доска маркерная, доска информационная, трибуна, стеллаж - 2 шт., стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института, колонки - 2 шт.). Ноутбук DELL - 8 шт. Ноутбук HP - 2 шт. Персональный компьютер - 1 шт. СПС «Консультант Плюс». Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 Pro Russian, Number License: 69201334 OPEN 99384269ZZE1912 (коммерческая лицензия, иностранный производитель) ; Microsoft Office 2016 standart Win64 Russian, Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель) ; Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security – Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947; (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware. (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов № 413. библиотека (читальный зал), помещение для самостоятельной работы обучающихся, научно-исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (9 столов, 23 стула, мягкая зона). Персональные компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института - 6 шт. Программное обеспечение: Microsoft Windows 8.1 Pro Russian, Number License: 63726920 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Windows 10 Pro Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2019 Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947(коммерческая лицензия, отечественный производитель); 2GIS (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Учебная аудитория № 415 . для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации.</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стул, доска маркерная, шкаф, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>
<p>Учебная аудитория № 201 . для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (20 столов, 40 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>
<p>Учебная аудитория № 202. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (17 столов, 34 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие комплекты лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Наименование	Основание	Описание
Microsoft Office Professional Plus 2013	Open License 62668528	Пакет электронных редакторов
Microsoft Office Standard 2016	Open License 66020759	Пакет электронных редакторов
Microsoft Office Standard 2013	Open License 637269920	Пакет электронных редакторов
OpenOffice 4.1.1	Freeware	Пакет электронных редакторов

12. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены вузом или могут использоваться собственные технические средства. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий текущего контроля. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	Межкультурные бизнес-коммуникации
Количество зачетных единиц	3
Форма промежуточной аттестации	Зачет

№	Виды учебной деятельности студентов	Форма отчетности	Баллы (максимум)
Текущий контроль			
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)		
2	Выполнение письменного задания (реферат)	Письменная работа	
3	Выполнение практического задания (кейс)	Письменная работа	
Промежуточная аттестация			
4	Выполнение итоговой работы	Итоговая работа, тест	
Итого по дисциплине:			100

« ____ » _____ 20 ____ г.

Преподаватель

(уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя)

/

Подпись

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице:

Первая буква фамилии студента	№ темы реферата
А	1
Б	2
В	3
Г	4
Д	5
Е, Ё	6
Ж	7
З	8
И	9
К	10
Л	11
М	12
Н	13
О	14
П	15
Р	16
С	17
Т	18
У	19
Ф	20
Х	21
Ц	22
Ч	23
Ш	24
Щ	25
Э	26
Ю	27
Я	28

Примерная тематика рефератов (УК-4, УК-5):

1. Коммуникационный портрет личности и его виды (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
2. Влияние физической и социальной окружающей среды на межкультурное взаимодействие (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
3. Роль межкультурной коммуникации в условиях глобализации экономических, политических и культурных контактов (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
4. Место межкультурной коммуникации в повседневной жизни (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
5. Специфика коммуникации в контексте управления персоналом (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
6. Международный бизнес компаний как форма межкультурной коммуникации (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
7. Деловой протокол: назначение встречи, знакомство, формальности, коммуникационные стили (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
8. Ведение деловых переговоров: культурная обусловленность различных стратегий (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).

9. Различия в использовании времени в деловых контактах (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
10. Русские и американские культурные ценности: сравнительный анализ (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
11. Влияние ценностных ориентаций на межкультурную коммуникацию (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
12. Особенности мужской и женской вербальной коммуникации (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
13. Вербальная и невербальная символические системы – подобие и отличие (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
14. Связь невербального языка и культуры (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
15. Пространственное (проксемическое) поведение (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
16. Тишина как форма коммуникации (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
17. Межкультурная коммуникация как частный способ общения (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
18. Роль межкультурной коммуникации в диалоге культур (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
19. Межкультурная коммуникация и межкультурное общение (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
20. Объектная и предметная область межкультурной коммуникации (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
21. Роль межкультурной коммуникации в диалоге культур (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
22. Особенности управления персоналом в рамках мультикультурной среды (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
23. Роль межкультурной коммуникации в условиях глобализации экономических, политических и культурных контактов (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
24. Место межкультурной коммуникации в повседневной жизни (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
25. Процесс восприятия в межкультурной коммуникации и его основные детерминанты (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
26. Специфика межкультурной коммуникации в контексте управления (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
27. Международный бизнес как форма межкультурной коммуникации (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
28. Взаимосвязь культурных ценностей и типов организационной культуры (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
29. Структура аргументации и основные виды аргументов (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
30. Основные виды аргументов и структура доказательства (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
31. Правила публичных выступлений (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
32. Основные принципы подготовки и проведения эффективных публичных выступлений (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
33. Этапы и особенности подготовки публичных выступлений (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
34. Особенности деловой переписки (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
35. Правила деловой переписки (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).
36. Стилистические особенности деловой переписки (УК-4, 31, 32, 33; УК-5, 31, 32, 33).

Вариант для выполнения кейса

Первая буква фамилии студента	№ кейса для выполнения
А	1
Б	2
В	3
Г	4
Д	1
Е, Ё	2
Ж	3
З	4
И	1
К	2
Л	3
М	4
Н	1
О	2
П	3
Р	4
С	1
Т	2
У	3
Ф	4
Х	1
Ц	2
Ч	3
Ш	4
Щ	1
Э	2
Ю	3
Я	4

Тест «Межкультурные коммуникации» (УК-4, УК-5)

1. В 1946 году в США был создан Институт службы за границей, первым директором которого был лингвист:
 - а) Б. Лейпман;
 - б) Э. Холл;
 - в) Д. Трагер;
 - г) М. Вертгаймер.

2. В 1954 г. опубликована книга Э. Холла, Д. Трагера «Культура как коммуникация», в которой:
 - а) обсуждаются проблемы развития восточной культуры;
 - б) обсуждаются проблемы развития западной культуры;
 - в) рассматривается коммуникация в развитых странах;
 - г) предложен термин «межкультурная коммуникация», рассматривается ее специфика.

3. Процесс углубления культурного взаимодействия и взаимовлияния между государствами, национально-культурными группами и историко-культурными областями при образовании некоего единого культурного пространства - это
 - а) культурная интеграция;
 - б) аккультурация;
 - в) ассимиляция;
 - г) коммуникация.

4. Общение – это форма взаимодействия:
 - а) между субъектом и объектом;
 - б) между субъектом и техникой;
 - в) между субъектом и субъектом;
 - г) между субъектом и природой.

5. Процесс обоюдного заимствования моделей поведения и ценностных установок культур в процессе их коммуникации друг с другом - это
 - а) культурная интеграция;
 - б) аккультурация;
 - в) ассимиляция;
 - г) коммуникация.

6. Процесс, в результате которого представители одной культурной общности перенимают и усваивают культуру иного культурного образования. Как правило, это политика насильственного подавления господствующей этнокультурной группой самобытности менее малочисленной или политически бесправной культурной группы - это
 - а) культурная интеграция;
 - б) аккультурация;
 - в) ассимиляция;
 - г) коммуникация.

7. Процесс вхождения индивида в общество, овладение им социокультурным наследием называется:
 - а) инкультурация;
 - б) интеграция;
 - в) инициация;

г) идентификация.

8. Правила поведения в культуре:

- а) наследуются;
- б) автоматически входят в личность;
- в) развиваются в бессознательном;
- г) усваиваются в процессе обучения.

9. Число "4" считается счастливым в Японии.

- а) да;
- б) нет.

10. Инкультурация – это процесс:

- а) неосознанного переноса собственного психического мира на другого человека;
- б) усвоения человеком в форме коммуникации норм и ценностей культуры;
- в) усвоения знаний, умений, навыков;
- г) подавления человеком собственных этнических стереотипов.

11. Этноцентризм представляет собой:

- а) психологическую установку оценивать другие культуры через призму собственного «Я»;
- б) психологическую установку воспринимать и оценивать другие культуры и поведение их представителей через призму своей культуры;
- в) психологическую установку оценивать другие культуры через призму общечеловеческих ценностей;
- г) психологическую установку оценивать другие культуры через призму эмпатии.

12. Испанцы предпочитают сохранять зрительный контакт во время беседы.

- а) да;
- б) нет.

13. С позиции когнитивной лингвистики, взаимодействие между представителями разных культур – это:

- а) отнесение сведений, получаемых из внешнего мира к этому миру;
- б) отражение объектов в совокупности их свойств;
- в) отражение обобщенной структуры объекта другого;
- г) понимание дискурса и концептов друг друга.

14. Управление межкультурными коммуникациями осуществляется прежде всего на основе:

- а) знания содержания и закономерностей межкультурного взаимодействия;
- б) личного опыта взаимодействия с людьми;
- в) знания психологических особенностей другого человека;
- г) практики чтения текстов.

15. Арабские бизнесмены разграничивают личную дружбу и бизнес.

- а) да;
- б) нет.

16. Управление межкультурными коммуникациями осуществляется через формирование навыков коммуникации и:

- а) потребности в саморазвитии
- б) потребности в самопознании
- в) потребности в саморегуляции

г) компетенций в области межкультурной коммуникации

17. Концепт в культуре – это:

- а) свойство системы либо существенных системных отношений сохранять неизменное постоянство в процессе преобразования;
- б) процесс интерпретации, посредством которого индивид приписывает наблюдаемым событиям причины;
- в) смысловое значение имени (знака), т.е. содержание понятия;
- г) материальный, чувственно-воспринимаемый предмет, который выступает как представитель другого предмета.

18. Вьетнамская женщина откажется от должности, ставящей ее на одну ступеньку с мужем в иерархической лестнице.

- а) да;
- б) нет.

19. Выберите самый высококонтекстуальный язык из предложенных:

- а) немецкий;
- б) русский;
- в) китайский;
- г) финский.

20. Монохромные культуры (по Э. Холлу) характеризуются тем, что:

- а) время в них распределяется таким образом, что в один и тот же отрезок времени возможен только один вид деятельности, одно событие идет за другим;
- б) прошлое время в них используется незначительно;
- в) главным является ориентация на будущее;
- г) происходит несистематическое смещение настоящего, прошлого, будущего.

21. Слово культура восходит к

- а) слову культурность;
- б) немецкому слову Kultur;
- в) латинскому существительному cultura.

22. Понятие «культурные универсалии» означает

- а) ценности духовной культуры;
- б) ценности доминирующей культуры;
- в) базовые ценности, присущие всем типам культур;
- г) ценности материальной культуры

23. При помощи языка

- а) говорят об окружающей действительности;
- б) говорят об интерпретации.

24. Есть левой рукой - табу в Саудовской Аравии.

- а) да;
- б) нет.

25. В Малайзии принято здороваться с женщинами за руку.

- а) да;
- б) нет.

26. Стрессовое воздействие иной культуры на человека или общество называется:

- а) культурный шок;
- б) культурный конфликт;
- в) культурный взрыв;
- г) культурное насыщение.

27. Культурные стандарты и их проявления

- а) варьируются в субкультурах общества;
- б) стабильны во всех социальных группах общества.

28. Укажите параметры наиболее существенных различий при межкультурном общении

- а) язык, невербальные коды, мировоззрение, ролевые взаимоотношения, модели мышления;
- б) традиции, алфавит, прием пищи и ее количество;
- в) кухня, дистанция, внешность;
- г) акцент, диалект, использование сленга.

29. Принадлежность индивида к какой-либо культуре или культурной группе, формирующая ценностное отношение человека к самому себе, другим людям, обществу и миру в целом - это

- а) культурная идентичность;
- б) эмпатия;
- в) социальная норма;
- г) инкультурация.

30. С помощью понятия темпоральность Э. Холл объясняет

- а) обусловленное темпераментом поведение;
- б) темп жизни;
- в) отношение ко времени и его использованию носителями той или иной культуры.

31. Какой вид культурных норм исключает элемент мотивации поведения, поскольку нормы, составляющие его должны выполняться автоматически?

- а) традиция;
- б) нравы;
- в) закон;
- г) обряд.

32. Тип невербальной коммуникации, основывающийся на тактильной системе восприятия партнера, включающий рукопожатия, поцелуи, поглаживания, объятия и т.д.

- а) такесика;
- б) эмпатия;
- в) сензитивность;
- г) проксемика.

33. Первые центры по изучению межкультурной коммуникации в Европе были открыты в:

- а) Германии;
- б) Франции;
- в) России;
- г) Польше.

34. Тип общения, при котором партнеров по общению объединяют интересы дела, совместная деятельность:

- а) деловой стиль общения;
- б) дружеский стиль общения;

- в) требовательный стиль общения;
- г) дистанционный стиль общения.

35. Американцы относятся к представителям культуры с ориентированием на:

- а) подчинение природе;
- б) гармонию с природой;
- в) господство над природой.

36. Процесс расширения взаимосвязи и взаимовлияния различных стран и народов на основе современных информационных технологий - это

- а) интернационализация;
- б) глобализация;
- в) мультикультурализм.

37. Для понимания иноязычного партнера необходимо

- а) достаточно хорошо знать соответствующий иностранный язык;
- б) необходимо знание всех правил культурно-специфического употребления высказываний.

38. Какие параметры входят в многофакторную модель ценностей Г. Хофстеде?

- а) Индивидуализм – коллективизм;
- б) Мужественность – женственность;
- в) Скорость социальных изменений (низкая или высокая);
- г) Дистанция власти (большая или маленькая);
- д) Дистанция коммуникации (контактность – бесконтактность).

39. Средства коммуникации в индивидуалистических западных культурах отличаются:

- а) небольшим количеством;
- б) акцентом на содержании сообщения;
- в) неконкретностью речи;
- г) акцентом на форме сообщения.

40. Восприятие действительности обусловлено

- а) культурой и языком;
- б) особенностями характера человека;
- в) различными табу и запретами.

41. Вариант аккультурации, в ходе которого человек полностью принимает ценности и нормы новой культуры, отказываясь при этом от норм и ценностей своей культуры, - это

- а) интеграция;
- б) ассимиляция;
- в) сегрегация;
- г) маргинализация.

42. Вариант аккультурации, в ходе которого происходит идентификация индивида как с родной, так и с новой культурой - это

- а) интеграция;
- б) ассимиляция;
- в) сегрегация;
- г) маргинализация.

43. Согласно гипотезе Э. Сэпира - Б. Уорфа, язык - это не просто инструмент для воспроизведения мыслей, он сам:

- а) формирует мысли людей;
- б) зависит от мышления человека;
- в) определяет бессознательные установки;
- г) является инструментом коммуникации.

44. Вариант аккультурации, связанный с полным отрицанием новой культуры и сохранением ценностей своей материнской культуры, - это

- а) интеграция;
- б) ассимиляция;
- в) сегрегация;
- г) маргинализация.

45. В Японии, а также во всем арабском мире считается крайне невежливым однозначно ответить кому-либо «нет».

- а) да;
- б) нет.

46. Важнейшей личностной особенностью, определяющей успешность межкультурной коммуникации является:

- а) умение оценивать другого;
- б) толерантность и способность к эмпатии;
- в) твердость характера и сильная воля;
- г) способность к самореализации.

47. Большинство японских менеджеров имеют отдельный кабинет.

- а) да;
- б) нет.

48. Итальянцы часто стоят близко друг к другу, когда разговаривают.

- а) да;
- б) нет.

49. Китайцы используют много жестов при общении.

- а) да;
- б) нет.

50. Этнические предрассудки отличаются от этнических стереотипов тем, что это:

- а) всегда предвзятое, враждебное отношение к другому этносу;
- б) иногда позитивное, иногда негативное отношение к этносу;
- в) всегда позитивное отношение к этносу;
- г) всегда нейтральное отношение к этносу.

(Формируемые компетенции: УК-4, УК-5).

Студент способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). Знает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации. Умеет применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию. Владеет методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.

Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами кейса являются:

- титульный лист;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения

Образцы кейс-задач (УК-4, УК-5)**Кейс 1.**

Менеджер по продажам – Том Коллинз отправился в командировку в г. Х. Его целью было представить свою компанию, занимающуюся выпуском телевизоров, К. Аль-Джабри – президенту ритейлинговой группы.

После того, как Том Коллинз прибыл в г. Х, его оповестили, что встреча с К. Аль-Джабри откладывается на два дня. Когда, через два дня, встреча состоялась, Коллинз был удивлён, что на встрече присутствовали другие сотрудники Аль-Джабри.

Во время первой встречи Коллинз отклонил предложение Аль-Джабри выпить кофе, (прежде чем перейти к делам) ответил отрицательно на вопрос «Как Вам виды г. Х?» (мотивируя это тем, что был крайне занят бумагами эти два дня). Аль-Джабри во время встречи часто отвлекался на телефонные звонки. Коллинза это явно раздражало. Он скорее хотел перейти к делу. К тому же, казалось, что его собеседника больше интересовали

английские футбольные команды, о которых он всё время пытался поговорить вместо того, чтобы заняться обсуждением конкретных деловых вопросов. Когда Коллинз выразил восхищение картиной, висевшей на стене офиса, Аль-Джабри предложил Коллинзу взять её в подарок. Это предложение сильно смутило Коллинза.

Два дня спустя, на новой встрече Коллинз представил новую продукцию своей компании. На встрече присутствовали сотрудники компании. Они задавали ему вопросы, касающиеся технических характеристик продукции, на многие из которых Коллинз не смог ответить.

На следующий день Коллинз спросил Аль-Джабри – будет ли он заключать сделку на поставку телевизоров. Аль-Джабри ответил «Как бог даст». Коллинз подумал, что это означает – ДА. Коллинз не подписал контракт и уехал с надеждой, что подписание откладывается. Когда через месяц он отправил письмо в компанию, ему ответили, что Аль-Джабри в командировке.

Вопросы к кейсу:

1. Из какой страны Коллинз?
2. Из какой страны Аль-Джабри?
3. Назовите 6 причин неудавшейся сделки. Аргументируйте Ваш ответ.

Кейс 2.

В социальной сфере региона сложилась непростая ситуация. За прошедший год существенно снизились бюджетные затраты на здравоохранение, что привело к увеличению текучести кадров в медицинских учреждениях и ухудшению качества предоставления медицинских услуг. На совещании в областном министерстве финансов, посвященном подготовке проекта бюджета на следующий год, министром был поставлен вопрос: стоит ли перераспределять расходы бюджета в пользу здравоохранения за счет других направлений социальной политики? Постепенно спокойное, плавное обсуждение вопроса переросло в острую дискуссию между двумя заместителями министра Сорокиным В. И. и Ворониным Д. А.

— Василий Иванович, — громко начал Воронин, вскакивая со своего кресла, — может, хватит уже толкать нам эту ерунду типа «на больницы денег и так достаточно»?! Давайте-ка вместо того, чтобы расплыть деньги на постройку школ в этом надоевшем всем возводимом лет 5 уже районе, — чуть успокоившись, заняв свое место и скрестив руки на груди, продолжал Воронин, — сконцентрируемся на самом важном — на здоровье людей: купим нормальное оборудование в больницы, отправим медсестер на переобучение, потратимся на спецов-хирургов и терапевтов. Вот о чем должна думать региональная власть!

— Дмитрий Алексеевич, как показывает передовой зарубежный опыт, — констатировал Сорокин, — один рубль, вложенный в образование, даст десять рублей экономике в будущем, а это и больницы, и детские сады, и культурные заведения.

— Мы это уже слышали в прошлом году, Василий Иванович, — снисходительным тоном, вытянув указательный палец вдоль щеки, парировал Воронин. — И куда же, смею Вас спросить, привели нас Ваши творческие заморские изыскания? На край пропасти! Хотелось бы посоветовать Вам, — указывая пальцем на своего оппонента, продолжал Воронин, — отвлекаться уже от пустых теоретических расчетов и взглянуть проблеме в глаза: мы и школы не построим, и больницы угробим!

— Падение расходов на здравоохранение, которое имело место в прошедшем году, вполне объективно, — отвечал Сорокин. — Это вызвано общим снижением доходов бюджета. Согласно подготовленному мною прогнозу, уже в следующем году мы сможем незначительно увеличить финансирование здравоохранения, а через два года выйдем на устойчивый показатель прироста финансирования в 30 % ежегодно. Понимаю Ваши эмоции, Дмитрий Алексеевич, но мы должны смотреть на ситуацию стратегически: отказ от финансирования строительства школ, по сути, будет равносителен потере всех

потраченных ранее на этот проект денег, а все проблемы здравоохранения с помощью этих средств не решить.

— Ну, это уже ни в какие ворота не лезет, — цокнув языком, пробормотал Воронин. Вновь поднявшись со своего кресла, похлопывая Сорокина по плечу, он язвительно заметил, что с подобными заместителями область ждет крах социальной сферы в ближайшем будущем, и он не собирается в этом участвовать.

— Мой прогноз верен, — еще раз подчеркнул Сорокин, обращаясь к своему коллеге.

Понимая, что ситуация накалена до предела и консенсуса достичь пока не удастся, министр отложил окончательное решение вопроса до следующего совещания и поручил заместителям подготовить развернутые доклады, где будут отражены аргументированные позиции относительно направлений расходования средств областного бюджета.

Вопросы к кейсу:

1. Какие стили общения были использованы Ворониным Д. А.? Переформулируйте фразы, используя деловой стиль общения.
2. Какие невербальные средства общения использовал Воронин Д. А. в ходе дискуссии? Какие из представленных невербальных средств Вам представляются уместными в данном случае?
3. Сделайте общий вывод по представленной ситуации: удалось ли заместителям министра достичь своей цели?
4. Каким образом вы бы действовали на месте участников совещания? Дайте развернутый, аргументированный ответ.

