

Учреждение образования “Белорусский государственный
экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

_____ В.Н.Шимов

« _____ » _____ 2016г.

Регистрационный № УД _____/уч.

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В БИЗНЕСЕ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для магистрантов по специальности:
1-25 81 01 «Мировая экономика и торговая политика»**

2016г.

СОСТАВИТЕЛЬ В.С. Слепович, заведующий кафедрой делового английского языка учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

М.Г. Богова, заведующий кафедрой иноязычного речевого общения учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат филологических наук, доцент.

Н.П. Могиленских, заведующий кафедрой межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой делового английского языка учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № ____ от _____);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № ____ от _____)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «*Межкультурная коммуникация в бизнесе*» является важной составной частью подготовки магистрантов в англоязычной практико-ориентированной магистратуре по специальности «Мировая экономика и торговая политика»

Актуальность данной дисциплины вытекает из необходимости совершенствования у будущих специалистов по мировой экономике и торговой политике навыков в использовании адекватных средств общения в изменяющихся условиях международной бизнес-коммуникации.

Цель учебной дисциплины состоит:

- в системном изложении основных проблемных областей межкультурной коммуникации в бизнесе, овладении основными понятиями и терминологией;
- в развитии культурной восприимчивости, способности к правильной интерпретации конкретных проявлений коммуникативного поведения в бизнес-сфере различных культур.

В **задачи** учебной дисциплины входит формирование у магистрантов следующих компетенций:

- *академической* компетенции, т.е. знания основных правил делового общения в родной стране и за рубежом и умение использовать эти правила в практическом общении; развитие способности видеть и учитывать межкультурные различия в профессиональной коммуникации;

- *социально-личностной* компетенции, которые проявляются в чувстве гражданственности, собственной значимости, ответственности за принятие решений;

- *профессиональной* компетенции, предполагающей умение творчески решать задачи в профессиональной сфере, четко выражать свои мысли в письменной и устной форме, осуществлять информационно-аналитическую внешнеэкономическую деятельность в рамках будущей профессии.

Данная дисциплина формирует у магистрантов *коммуникативную компетенцию*, т.е. способность адекватно пользоваться языковыми и неязыковыми средствами в различных условиях общения в международном бизнесе. Ее составными частями являются:

- 1) *лингвистическая* компетенция – адекватное использование языковых средств разных уровней для выражения мыслей;
- 2) *стратегическая* компетенция – способность правильно выбирать коммуникативные стратегии и тактики в зависимости от ситуации общения;
- 3) *социокультурная* компетенция – знание особенностей культурной среды речевого партнера и учет социального контекста общения;
- 4) *дискурсивная* компетенция – навыки употребления в коммуникации различных речевых актов и умение построить связный текст в соответствии с ситуативными условиями.

Требования к уровню усвоения учебной дисциплины

В результате прохождения дисциплины «Межкультурная коммуникация в бизнесе» студент должен

знать:

- правила использования речевых тактик в разных ситуациях международного делового общения (письменная, устная речь);
- основные межкультурные различия в деловой коммуникации;

уметь:

- соотносить вербальные, невербальные, паравербальные характеристики коммуникации с заданной коммуникативной ситуацией;
- применять различные речевые тактики для реализации коммуникативных стратегий;
- извлекать из деловой документации международного характера необходимую информацию и систематизировать ее по заданным параметрам;
- прогнозировать развитие коммуникативного сценария бизнес события в зависимости от культурной принадлежности делового партнера;
- аргументировать свою точку зрения в зависимости от культурных особенностей бизнес партнеров.

Формы контроля

Основными формами контроля являются:

- фронтальный опрос,
- сообщения и доклады магистрантов по отдельным темам,
- проверка практических заданий;
- текущие и итоговые тесты.

Учебная дисциплина завершается **зачетом в 1-м семестре** в виде итогового теста по изученным темам и **экзаменом во 2-м семестре**, который предполагает проверку знаний изученных разделов по теории межкультурной коммуникации в бизнесе в виде устного ответа и создание магистрантом сценария профессиональной бизнес-коммуникации с представителем определенной культуры в заданных условиях (формат кейс-стади).

Всего часов по дисциплине – 194, из них:

аудиторных – 84, в том числе:

лекции – 60 часов,

семинарские занятия – 24 часа,

самостоятельная работа – 110 часов.

Форма текущей аттестации – зачет, экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1.

Предмет и значение межкультурной коммуникации в бизнесе

Значение межкультурной коммуникации (МКК). Виды МКК (международный и внутри страны). Императивы изучения МКК (технологический, демографический, экономический, мирное сосуществование, самоанализ, этический). Доминирующая культура. Взаимодействие субкультур. Иммиграция. Изучение МКК с точки зрения уникальности индивидов и объективности.

Тема 2.

Коммуникация и культура

Принципы коммуникации. Коммуникация как непрерывный, преходящий, динамический, символический и системный процесс. Культура (функции, определения, характеристики). Способы усвоения культуры (через пословицы, легенды и мифы, СМИ, искусство). Формы межкультурной коммуникации (межрасовая, межэтническая, между субкультурами).

Тема 3.

Диалектический подход к пониманию культуры и коммуникации

Три подхода к изучению МКК (социальный, интерпретационный, критический). Взаимосвязь компонентов МКК (культура, коммуникация, контекст, власть). Шесть диалектик МКК: культурно-индивидуальная, личностная – индивидуальная, различия – сходства, статичная – динамичная, историческая (прошрое) – современная (настоящее и будущее), привилегии – препятствия. Сохранение диалектической перспективы при изучении МКК.

Тема 4.

Идентичность, стереотипы и предрассудки

Диалектический подход к пониманию идентичности. Ракурсы рассмотрения проблемы идентичности (социальная, психологическая, коммуникативная, критическая). Типы идентичности (гендерная, расовая и этническая, религиозная, классовая, национальная, региональная, личностная). Идентичность и коммуникация. Стереотипы и связанные с ними проблемы МКК. Предрассудки и способы их проявления.

Тема 5.

Влияние религии и истории на культуру и коммуникацию

Религия как взгляд на мир; сходство религий; шесть религиозных традиций (христианство, иудаизм, ислам, индуизм, буддизм, конфуцианство). Роль ис-

торического наследия на процесс межкультурной коммуникации. Учет религиозной принадлежности и исторической памяти в процесс межкультурной коммуникации в бизнесе.

Тема 6.

Язык и культура

Язык и речь (дискурс). Структура языка (семантика, синтаксис, прагматика, фонетика). Язык и смысл. Взаимоотношения между языком и культурой. Кросс-культурное сопоставление смысла. Язык и восприятие. Культурная вариативность в языке. Номиналистская и релятивистская позиции. Вариативность коммуникативного стиля. Дискурс: язык и власть. Семиотика. Дискурс и социальная структура. Языковой барьер и его последствия. Многоязычие. Изменения в языке.

Тема 7.

Роль языка в межкультурной бизнес-коммуникации

Язык как доступ к пониманию бизнес-культуры. Язык как отражение среды и ключ к пониманию бизнес-контекста. Языковые различия в бизнесе. Выбор правильного языка и стиля общения. Язык компании. Проблемы перевода. Эквивалентность при переводе. Роль переводчика в процессе МКК. Языковая политика. Особенности делового общения с не-носителями языка. Эффективная устная и письменная бизнес-коммуникация.

Тема 8.

Бизнес-коммуникация в письменной форме

Модель процесса коммуникации. Цель и факторы коммуникации, отражаемые в деловой переписке. Виды деловых писем. Организация обычных сообщений. Прямой и косвенный типы плана-письма. Аргументация и логика. Тактика убеждения. Организация сообщений с изложением проблемы и путей ее решения. Умение «торговаться». Роль слов в различных культурах. Форматы резюме при устройстве на работу в иностранные компании и международные организации.

Тема 9.

Вербальная и невербальная коммуникация в контексте культур

Сопоставление вербальной и невербальной коммуникации. Обучение невербальному поведению. Что можно сообщить с помощью невербальной коммуникации. Функции невербальной коммуникации. Ограниченность невербальной коммуникации. Невербальной коммуникация в контексте культуры. Классификации невербальной коммуникации. Значение составляющих не-

вербальной коммуникации (действие, пространство, время и молчание) для МКК.

Тема 10.

Разнообразие культур как фактор восприятия. Культурные модели по Г. Хофстеде

Определение восприятия. Восприятие и культура. Ценности, верования и отношение к реальности. Альтернативные взгляды на реальность. Проявление культурных моделей по Г. Хофстеде «индивидуализм-коллективизм», «избегание неопределенности», «маскулинность-фемининность», «дистанция власти», «долгосрочная и краткосрочная ориентация» в системе менеджмента организации и ее деловой культуры (на примере корпорации Ай-Би-Эм и ее филиалов в разных странах).

Тема 11.

Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры

Классификация культур Э. Холла по их высококонтекстной и низкоконтекстной ориентации. Основные характеристики высококонтекстных и низкоконтекстных культур. Проявление особенностей высококонтекстных и низкоконтекстных культур в межкультурной бизнес-коммуникации. Неприятность и официальность как модели изучения культуры. Уверенность в себе и межличностная гармония.

Тема 12.

Проблемы межкультурной коммуникации для мигрантов

Типы мигрантов. Культурный шок. Этноцентризм. Отношения между мигрантами и принимающей страной (ассимиляция, сепарация, сегрегация, интеграция, маргинализация, сочетание моделей). Культурная адаптация. Ослабление состояния неопределенности. Модели культурной адаптации (модель кривой U и ее 4 стадии; переходная модель; модель кривой W). Результаты адаптации мигрантов.

Тема 13.

Межкультурная коммуникация в сфере бизнеса, менеджмента и переговоров

Культура и деловая среда. Международный бизнес и менеджмент. Европейские, азиатские и латиноамериканские стили управления. Управление персоналом в межкультурном аспекте. Культурный аспект ведения международного бизнеса с учетом ценностей (на примере компаний Lotus, Motorola, Toshiba Group). Роль профессионалов в области управления кадров в мультикультурном мире.

Управление альянсами в контексте культур. Претензии восточноевропейских менеджеров к западным коллегам. Управление приграничной торговлей. Деловой протокол и этикет. Переговоры. Факторы ведения переговоров (ожидания результатов, члены переговорной команды, физический контекст переговоров, стадии переговорного процесса). Стили ведения переговоров.

Тема 14.

Принятие решений в бизнесе через призму культур

Роль информации для принятия решений в бизнесе. Природа бизнес-информации. Обладание информацией. Неоднозначность «софт» информации по сравнению с «хард» информацией. Источники информации. Информация и экономика знания. Принятие решений в бизнесе на основе результата (ends) в низконтекстных, индивидуалистских культурах и на основе отношений между людьми (means) в высоконтекстных, коллективистских культурах. Кейс-стади на примере компаний Johnson & Johnson, Levi Strauss, Boeing, Airbus Industrie.

Тема 15.

Культура, коммуникация и конфликт

Три подхода к пониманию конфликта. Характеристики межкультурного конфликта. Конфликт как возможность и как разрушитель. Межличностный подход к конфликту. Типы конфликтов (аффективный конфликт, конфликт интересов, конфликт ценностей, когнитивный конфликт, конфликт целей). Стратегия и тактика коммуникации в конфликтных ситуациях. Стили разрешения конфликтов (доминирующий, интегрирующий, компромиссный, обязывающий, избегающий). Конфликт под углом зрения гендерных и этнических вопросов. Ценностные различия и конфликт.

Тема 16.

Конфликт в разных контекстах и его разрешение

Интерпретационный и критический подходы к социальному конфликту. Конфликт в социальном, экономическом, историческом и политическом контекстах. Продуктивный и деструктивный конфликты. Конкуренция и деструктивный конфликт. Конкуренция и сотрудничество. Разрешение межкультурных конфликтов. Разрешение конфликтов в бизнесе через призму культур. Основные рекомендации в разрешении конфликтов. Медиация, арбитраж и другие способы разрешения конфликта.

Тема 17.

Стратегии управления культурными различиями в бизнесе

Конкурентные требования интернационализации. Создание устойчивых источников конкурентного преимущества. Подходы к управлению культурными различиями в бизнесе. Стратегическое значение культурных различий при ведении бизнеса. Четыре стратегии кросс-культурного менеджмента. Кейс-стади на примере компаний Ikea, Emerson Electric. Конкурентное преимущество культур в бизнесе. Кейс-стади на примере компании Siemens. Изучение деловой культуры. Кейс-стади на примере компании Toshiba в Великобритании и США.

Тема 18.

Особенности рекламы в различных бизнес-культурах

Опыт международного маркетинга. Глобализация продукции. Кейс-стади на примере фирмы Heineken. Влияние культуры на исследование рынка. Кейс-стади: продукция Johnson & Johnson – язык любви. Реклама через призму культур. Учет языковых и культурных реалий в рекламе товаров. Кейс-стади на примере компаний Unilever, Unisys Corp., Steelcase Stratfor.

Тема 19.

Влияние бизнес-структур и корпоративной культуры на межкультурную коммуникацию в бизнесе

Корпоративная культура и межкультурная коммуникация. Стадии интернационализации. Транснациональная корпорация. Национальное дочернее предприятие. Международное деление. Коммуникация в глобальной организации. Глобальная фирма. Структура и типы коммуникации (с основой на профессионализм в работе, контекст, семейную ориентацию, политические принципы). Кейс-стади на примере DaimlerChrysler Mitsubishi Motors.

Тема 20.

Бизнес-этика через призму культур

Определение этики. Этические соображения и МКК. Релятивизм и универсализм в этике. Моральные соображения в процессе МКК (шесть стадий). Межкультурная этика в бизнесе. Рекомендации по этическим вопросам ведения международного бизнеса. «Золотые правила» этики разных культур. Бизнес-этика с позиции заинтересованных сторон (A stakeholder approach). Уровни бизнес-этики. Этические принципы при принятии решений. Корпорация как заинтересованная сторона. Управление моральной ответственностью на рынке. Мультинациональная конкуренция на примере США и Японии. Бизнес-этика в 21 веке. Взаимозависимость бизнес-этики в мире. Внедрение кодекса поведения в практику.

Тема 21.

Правовые аспекты в межкультурной бизнес-коммуникации

Коммуникация и правовые проблемы в международном бизнесе. Правовые системы разных культур. Англо-американское общее право. Исламское право. Урегулирование разногласий. Конфронтация и арбитраж. Торговая марка и интеллектуальная собственность. Транснациональная компания и национальный интерес. Правовые проблемы в процессе трудовых отношений и менеджмента. Трудовое регулирование. Коммуникация в маркетинге и финансах. Кейс-стади.

Тема 22.

Эффективность и перспективы развития межкультурной коммуникации в бизнесе

Связь между эффективностью и выбором канала бизнес-коммуникации. Связь между эффективностью межкультурной коммуникации в бизнесе и занимаемой должностью в организации. Потребности межкультурной бизнес-коммуникации для менеджеров высшего, среднего и низшего звена. Связь между эффективностью межкультурной коммуникации в бизнесе и культурной средой фирмы. Поведение и навыки в межкультурной бизнес-коммуникации. Пути улучшения межкультурной бизнес-коммуникации. Применение знаний о межкультурной коммуникации в бизнесе. Будущее межкультурной бизнес-коммуникации.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов
Самостоятельная работа студентов является необходимым компонентом процесса обучения и представляет собой творческую деятельность обучающихся, направленную на приобретение ими новых знаний, умений и навыков. Управляемая самостоятельная работа студентов (далее - УСРС) выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя и контролируется им на определенном этапе обучения.

Основными задачами УСРС являются:

- целенаправленное обучение студентов навыкам самостоятельной работы;
- овладение студентами научными методами познания, углубленное и творческое освоение ими изучаемого материала;

УСРС проводится с целью:

- систематизации, углубления и закрепления полученных теоретических знаний и практических навыков обучающихся;
- формирования умений пользоваться различными источниками информации и документами;
- развития познавательной способности и активности, исследовательских умений обучающихся.

Видами УСРС являются:

- работа с текстами учебников, учебных пособий, справочников, нормативных документов, другой специальной литературы;
- составление плана и тезисов ответа на вопросы и задания;
- подготовка сообщений на семинаре, рефератов на заданную тему, докладов, презентаций;
- ответы на контрольные вопросы

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Слепович, В.С. *Intercultural Communication Course Pack. Межкультурная коммуникация (на английском языке): учебное пособие.*/В.С. Слепович. – Мн.: БГЭУ, 2006.
2. Слепович, В.С. *Деловой английский язык = Business English: учебное пособие.* Допущено МО РБ в качестве учебного пособия для студентов учреждений, обеспечивающих получение высшего образования по экономическим специальностям (7-е изд., переработ. и доп.)/В.С. Слепович – Минск: ТетраСистемс, 2012.
3. Beamer, L. & Varner, I. *Intercultural Communication in the Global Workplace*/L. Beamer & I. Varner. - McGraw-Hill/Irwin, 2010.
4. Hoescklin, L. *Managing Cultural Differences. Strategies for Competitive Advantage*/L. Hoescklin. – Addison-Wesley Publishers Ltd, 1995
5. Hofstede, G. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*/ G. Hofstede.- New York: McGraw-Hill, 1991.

Дополнительная:

6. Льюис, Р.Д. *Деловые культуры в бизнесе. От столкновения к взаимопониманию*/Р.Д.Льюис. – М.: Дело, 1999.
7. Слепович, В.С. Межкультурная коммуникация: Пятое измерение национальных культур (по Г. Хофстеде). // *Теоретические и методологические аспекты коммуникации.* – Минск: РИВШ, 2007, с.69 – 78.
8. Calloway-Thomas, C., Cooper, P.J., Blake, C. *Intercultural Communication. Roots and Routes*/C. Calloway-Thomas, P.J. Cooper, C. Blake. - Allyn and Bacon, 1999.
9. Elashmawi, F. *Multicultural Management 2000: essential cultural insights for global business success*/F. Elashmawi, P.R.Harris. – Houston: Gulf, 1998.
10. Foster, D.A. *Bargaining Across Borders: How to Negotiate Business Successfully Anywhere in the World*/ D.A. Foster - New York: McGraw-Hill. 1992.
11. Hall, E.T. & Hall, M. *Understanding Cultural Differences*/E.T. Hall & M.Hall. - Yarmouth, ME: Intercultural Press, 1990
12. Harris, P.R. & Moran, R.T. *Managing Cultural Differences: Leadership Strategies for a New World of Business* (4th ed.)/P.R. Harris & R.T. Moran - Houston: Gulf Publishing Company, 1996.
13. Hofstede, G. *Culture's Consequences*/G. Hofstede. – Newbury Park: Sage, 1980.
14. Martin, J.N. & Nakayama, Th. R. *Intercultural Communication in Contexts*/J.N. Martin & Th.R. Nakayama. - Mountain View, CA: Mayfield Publishing Co., 2005.

15. Peterson, R.B. *Managers and National Character: A Global Perspective*/R.B. Peterson. - Westport, CT: Quorum Books, 1993.
16. Weaver, G.R. (Ed.) *Culture, Communication and Conflict. Readings in Intercultural Relations*. Revised Second Edition/G.R. Weaver. - Pearson Publishing Co., 2000.
17. Weiss, J.W, *Business Ethics. A Managerial, Stakeholder Approach*/J.W. Weiss. – Belmont, CA: Wadsworth, Inc., 1994.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Экономика и управление ВЭД	Кафедра международного бизнеса	Нет	Протокол № __ от _____ 2016.
Международный бизнес	Кафедра международного бизнеса	Нет	Протокол № __ от _____ 2016.

Заведующий кафедрой

Г.В. Турбан

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____/____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (название кафедры) _____ (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

_____ (ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

_____ (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета

_____ (ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

_____ (И.О.Фамилия)

Примерный тематический план дисциплины
«Межкультурная коммуникация в бизнесе»
(Syllabus of the Course “Intercultural Communication in Business”)

№ темы	Наименование разделов, тем	Количество часов	
		Лекции	Семинарские занятия
1	Предмет и значение межкультурной коммуникации в бизнесе	2	
2	Коммуникация и культура	2	
3	Диалектический подход к пониманию культуры и коммуникации	2	
4	Идентичность, стереотипы и предрас-судки	4	
5	Влияние религии и истории на культуру и коммуникацию	2	
6	Язык и культура	4	
7	Роль языка в межкультурной бизнес-коммуникации	2	
8	Бизнес-коммуникация в письменной форме	4	2
9	Вербальная и невербальная коммуникация в контексте культур	2	2
10	Разнообразие культур как фактор восприятия. Культурные модели по Г. Хофстеде	4	
11	Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры	2	
	Итого в 1-м семестре:	30	4
12	Проблемы межкультурной коммуникации для мигрантов	2	
13	Межкультурная коммуникация в сфере бизнеса, менеджмента и переговоров	8	2
14	Принятие решений в бизнесе через призму культур	6	2
15	Культура, коммуникация и конфликт	2	2
16	Конфликт в разных контекстах и его разрешение	2	
17	Стратегии управления культурными различиями в бизнесе	4	2
18	Особенности рекламы в различных бизнес-культурах	2	
19	Влияние бизнес-структур и корпора-	4	

	тивной культуры на межкультурную коммуникацию в бизнесе		
20	Бизнес-этика через призму культур	6	
21	Правовые аспекты в межкультурной бизнес-коммуникации	2	2
22	Эффективность и перспективы развития межкультурной коммуникации в бизнесе	2	
	<i>Итого во 2-м семестре:</i>	40	10
	Всего аудиторных часов за учебный год:	70	14