

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета психологии


Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

**Основы межкультурной деловой коммуникации online и offline /
Intercultural business communication**

по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
«Цифровой бренд-менеджмент»

Форма обучения
Очная


Квалификация
Магистр

Год приема
2023

Код дисциплины в учебном плане: Б.1.В.03

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 Д. И. Спичева

Председатель УМК

 Э.А. Щеглова

Томск – 2023

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:
УК-5 Способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

ОПК-1. Способность планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиалпродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

ОПК-3. Способность анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ПК-4 Способность к управлению прямыми и опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. В2В и В2С.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК 5.1. Выявляет, сопоставляет, типологизирует своеобразие культур для разработки стратегии взаимодействия с их представителями.

ИУК 5.2. Способен модерировать межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач. (ых) языке (ах).

ИОПК-1.1. Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.

ИОПК-1.2. Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.

ИОПК-1.3. Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.

ИОПК-3.1. Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту.

ИОПК-3.2. Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.

ИОПК-3.3. Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.

ИПК-4.1. Организует работу по выбору темы, созданию и редактированию контента (в т.ч. по подготовке собственных и авторских материалов).

2. Задачи освоения дисциплины

Освоить теоретические основы межкультурной деловой коммуникации online и offline, коммуникативный категориальный аппарат, общие закономерности, сходства и различия видов, уровней, форм коммуникации в межкультурной среде, являющихся необходимым условием успешной деятельности современного специалиста по рекламе и связям с общественностью.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)». Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 1, экзамен.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Межкультурное взаимодействие»; «Основы эффективного делового общения»; «Событийные коммуникации брендов»; «Антропология и семиотика цифровых коммуникаций», «Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising», «Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента», «Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом», «Коммуникационный менеджмент»;

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

– лекции: 10 ч.;

– практические занятия: 16 ч.;

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1. Межкультурные коммуникации в эпоху цифрового информационного общества

- Понятие «межкультурная коммуникация», специфика межкультурной коммуникации online и offline в условиях цифрового информационного общества
- Проблематика межкультурных коммуникаций
- Условия информационного общества
- Проблемы, проявившиеся в условиях перехода всех видов деловой активности в онлайн-формат

Тема 2. Высококонтекстная и низкоконтекстная коммуникация

- Расположение стран мира на шкале контекстов
- Индикаторы контекста
- Особенности деловой коммуникации представителей культур разных контекстов
- Поколенческий аспект межкультурной деловой коммуникации

Тема 3. Искусство убеждения в межкультурной деловой коммуникации

- Роль аргументации в процессе убеждения в межкультурной деловой коммуникации
- Положение стран мира на шкале убеждения
- Стратегии убеждения в межкультурной деловой коммуникации
- Азиатский подход к убеждению: холистическое мышление
- Концепция дистанции власти
- Шкала лидерства

Тема 4. Доверие в межкультурной деловой коммуникации

- Когнитивное и аффективное доверие
- Ориентация на задачи и на отношения

- Стратегии построения доверия

Тема 5. Understanding Group Affiliations

The terms: co-cultural communication, generation, social identity and intergroup communication, social identity theory, anxiety, ethnocentrism, discrimination, behavioral affirmation, behavioral confirmation, intercultural sensitivity, intergroup contact theory, accommodation, convergence.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, организации и проведения студентами круглого стола, оценки докладов с презентацией, разбор кейсов, проектная работа.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен проводится в устной форме по билетам. Билет содержит два теоретических вопроса. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Примерный перечень теоретических вопросов

1. Формирование мировоззрения как части культурной картины индивида
2. Влияние культуры на коммуникацию
3. Сущность и роль межкультурной коммуникации
4. Межкультурная коммуникация в эпоху интернета
5. Мультикультурный аспект бизнес-коммуникации
6. Высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные культуры
7. Коллективистские и индивидуалистские культуры
8. Избегание неопределенности в межкультурной коммуникации
9. Маскулинные и феминные культуры
10. Индекс дистанции власти
11. Категория времени в культурах
12. Степень выраженности эмоций в культурах
13. Социальная идентичность и межгрупповая коммуникация
14. Основные вызовы в межкультурной коммуникации.
15. Способы совершенствования навыков межкультурной коммуникации
16. Концепция применения межкультурных ценностей в вэб-дизайне
17. Модель анализа сайта с точки зрения культурного контекста
18. Специфика российского дизайна сайтов университетов. Специфика онлайн и оффлайн коммуникации с представителями западной культуры
19. Специфика онлайн и оффлайн коммуникации с представителями восточной культуры
20. Культурный шок в освоении чужой культуры, основные трудности аккомодации
21. Онлайн-платформы для межкультурной коммуникации между субъектами и организациями

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые

решения, делает собственные выводы. В ответе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по проведению лабораторных работ.

д) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а). Основная литература:

1. Зинченко В. Г., Зусман В. Г., Кирнозе З. И. Межкультурная коммуникация : от системного подхода к синергетической парадигме : учебное пособие / М. : Флинта [и др.] , 2007. – 220 с.

2. Таратухина Ю. В., Цыганова Л. А. Межкультурная коммуникация. Семиотический подход. М : Издательство Юрайт , 2019. – 199 с. Режим доступа:

<http://www.biblio-online.ru/book/E1F93E22-305B-4344-A0BA-CD99F001E583>

3. Фадеева М.Ю. Значение идиом в английской ментальности и межкультурная коммуникация / Москва : Флинта , 2016. – 116 с. Режим доступа:

http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=83897

б). Дополнительная литература:

1. Глаголев В.С., Бирюков Н.И., Зарубина Н.Н., Зонова Т.В., Самарин А.Н., Силантьева М.В. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации: учебное пособие / ред.-сост. В.С. Глаголев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Проспект, 2016. - 200 с.

2. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Персикова Т.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Логос, 2008.— 224 с.

3. Песегова Д. Краткое руководство по созданию видео-контента на канале Youtube. Учебно-методическое пособие (электронный университет MOODLE (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/> - курс «Основы межкультурной деловой коммуникации online и offline /Intercultural business communication».

4. Рот Ю. Межкультурная коммуникация. Теория и тренинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Рот Ю., Коптельцева Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 223 с.
 5. Тер-Минасова С.Г. / Язык и межкультурная коммуникация. М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2008.— 368 с.
 6. Щетинина А.Т. Английский язык. Перевод, межкультурная коммуникация и интерпретация языка СМИ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Щетинина А.Т.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Издательство СПбКО, 2008.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11267.html>.— ЭБС «IPRbooks»
 7. Giansante G. Online Political Communication electronic resource How to Use the Web to Build Consensus and Boost Participation. Springer International Publishing : Imprint: Springer, 2015. – 188 p. Режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-17617-8>
 8. Amant K. Linguistic and Cultural Online Communication Issues in the Global Age / Information Science Reference. USA, 2007. – 333 p.
 9. O'Hair Dan, Wiemann Mary. Real Communication: An Introduction / Bedford, St. Martin's, 2011. – 579 p. – 2nd edition.
- ...

в) ресурсы сети Интернет:

1. Электронная библиотека Гумер – книги, учебники для студентов и преподавателей: история, психология, социология и пр.: www.gumer.info
2. Федеральный портал Российское образование – Электронные библиотеки: www.edu.ru
3. Социально-гуманитарное и политическое образование: www.humanities.edu.ru
4. Электронная гуманитарная библиотека: www.gumfak.ru/filosof.shtml
5. Электронная полнотекстовая «Библиотека Ихтика»: www.ihtik.lib.ru
6. Электронно-библиотечная система Знаниум: www.znanium.com

13. Перечень информационных технологий

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
 - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).
- б) информационные справочные системы:
1. Лекции конференции TEDx на канале Youtube
 2. Блог blog.hootsuite.com, материал <https://blog.hootsuite.com/4-key-ingredients-of-a-perfect-social-video/>
 3. Сайт offers.hubspot.com, материал <https://offers.hubspot.com/video-social-media-marketing>
 4. Библиотека инструментов работы с социальными медиа buffer.com, (<https://buffer.com/library/social-media-videos>)

14. Материально-техническое обеспечение

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Шамсудинова Снежана Сергеевна, канд. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.