


Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
“Белорусский государственный  
экономический университет”

  
\_\_\_\_\_ В.Ю.Шутилин

“ 25 ” \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Регистрационный № УД 4468-20/уч.

### **МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной  
дисциплине для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг»

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-26 02 03 – 2013 по специальности «Маркетинг», утвержденного 30.08.2013 №88.

#### **СОСТАВИТЕЛИ:**

*Акулич И.Л.*, заведующий кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор;

*Основин С.В.*, доцент кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат сельскохозяйственных наук, доцент;

*Кудасова Е.В.* ассистент кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет».

#### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Д.Ф. Рутко*, доцент кафедры международных отношений Института управленческих кадров «Академии управления при Президенте Республики Беларусь», кандидат экономических наук, доцент;

*Т.В. Буховец*, доцент кафедры национальной экономики и государственного управления учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

#### **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 8 от 12.03.2020 г).

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 6 от 17.06.2020).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учебной дисциплины «Межкультурные коммуникации» разработана для обучающихся по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» в соответствии с образовательным стандартом специальности.

Учебная дисциплина «Межкультурные коммуникации» представляет собой процесс анализа конкретных примеров межкультурного общения, в результате которого расширяется межкультурная компетенция обучающихся и преодолеваются трудности в повседневном общении с людьми из другой культуры. Подчас от этих знаний зависит успех в бизнесе, маркетинге, политике или просто человеческом общении.

**Целью преподавания учебной дисциплины «Межкультурные коммуникации»** является дать представление о коммуникативных моделях, о различиях культур разных стран, об особенностях невербальных коммуникаций и отличиях в бизнес-этикете, а также об особенностях коммуникаций на внешних рынках.

**Задачи, которые стоят перед изучением учебной дисциплины:**

- изучение основных теорий межкультурных коммуникаций;
- знакомство с чужими правилами и нормами повседневного общения.
- развитие культурной восприимчивости, способности к правильной интерпретации конкретных проявлений коммуникативного поведения в различных культурах;

Учебная дисциплина «Межкультурные коммуникации» неразрывно связана с блоком экономических дисциплин таких как: поведение потребителей на внешних рынках, маркетинговые коммуникации.

В результате изучения учебной дисциплины «Межкультурные коммуникации» обучающийся должен:

**знать:**

- учебный материал, предусмотренный данной программой;

-разнообразные формы и особенности отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам;

**уметь:**

- искать и систематизировать найденный материал по проблеме, а также оперировать полученными знаниями;

**владеть:**

- написанием эссе, анализом и научной критикой источников, теорий и концепций;

- применением знаний о культурных различиях в маркетинговых коммуникациях.

В соответствии с учебным планом специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» учебная программа рассчитана на 188 часа, из них аудиторных занятий 72 часа.

Распределение по видам занятий: лекций – 36 часов; практических занятий – 20 часов, лабораторных занятий -16 часов. Форма текущей аттестации – экзамен.

# **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

## **Тема 1. Основы межкультурных коммуникаций**

Основные цели и задачи учебной дисциплины «Межкультурная коммуникация». Объект и предмет изучения. Значение межкультурной коммуникации в международном маркетинге

## **Тема 2. Теория межкультурных коммуникаций Э.Холла и Г.Хофстеде**

Информационная система Э.Холла. Разграничение Э. Холлом культур с «сильным контекстом» и культур со «слабым контекстом», культур с преобладающим монохронным или преобладающим полихронным использованием времени. Величина «личного пространства» и «сферы господства» в разных культурах. Четыре параметра сравнения культур Г.Хофстеде. Индивидуализм-коллективизм. Дистанция власти. Боязнь неопределённости. Маскулинизм и феминизм как признаки общества

## **Тема 3. Модели кросс-культурного взаимодействия в бизнесе согласно теории Р.Гестелланда**

Модели кросс-культурного поведения в бизнесе. "Великий раздел" между бизнес-культурами. Культуры, ориентированные на сделку и культуры, ориентированные на взаимоотношения. Коммуникация через "Великий раздел". Формальные и неформальные бизнес-культуры. Отношение ко времени в разных культурах.

## **Тема 4. Вербальные коммуникации**

Сущность вербальной коммуникации. Функции деловой беседы, искусство ведения деловых переговоров. Ритуалы, их значение, исполнение и отношение к ним в разных культурах и субкультурах.

## **Тема 5. Язык мимики и жестов**

Восприятие мимики в речевой информации. Жесты, их исполнение и понимание в разных культурах. Разное прочтение одинаковых жестов в разных

этнических культурах. Значение жестов, мимики и отдельных движений в бизнесе.

### **Тема 6. Коммуникативные особенности различных культур**

Национальный стиль. Национальный характер и его составляющие. Основные типологические черты западноевропейской и американской этнопсихологии: общее и различное. Основные психологические характеристики этносов. Отношение к труду. Отношение к женщине. Семья. Гостеприимство.

### **Тема 7. Бизнес-этикет в разных странах**

Бизнес-этикет в культурах, ориентированных на взаимоотношения и культурах, ориентированных на сделку. Бизнес-этикет в монохронных и полихронных культурах. Особенности бизнес-этикета в сдержанных и экспрессивных культурах.

### **Тема 8. Особенности рекламы в разных культурах**

Сущность рекламы в разных культурах. Примеры удачных рекламных кампаний в разных странах. Основные ошибки в рекламных кампаниях на внешних рынках.

### **Тема 9. Основные ошибки в коммуникациях с разными культурами**

Причины ошибок в коммуникациях с представителями разных культур. Возможные ошибки в коммуникациях с народами Азии. Особенности коммуникаций и причин конфликтов с представителями арабских стран. Примеры ошибок в коммуникациях с представителями разных культур.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ «МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»  
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Лекц	ПЗ	Лаб		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Основы межкультурных коммуникаций	2	2		2	0	0	0	[1,4]	Опрос, реферат, дискуссия
2	Теория межкультурных коммуникаций Э.Холла и Хофстеде	2	0		0	0	0	0		Контроль ная работа 1
3	Модели кросс-культурного взаимодействия в бизнесе согласно теории Р.Гестелланда	2	2		2	4	2	4		Опрос, реферат, дискуссия
4	Вербальные коммуникации	2	0		0	0	0	0	[1,7]	Контроль ная работа 2
5	Язык мимики и жестов	2	2		2	4	2	0	[1,2]	Обсужде ние кейсов
6	Коммуникативные особенности различных культур	2	0		0	0	0	0	[1,5]	Обсужде ние кейсов
7	Бизнес-этикет в разных странах	4	2		2	4	2	2	[1,2]	Опрос, реферат, дискуссия
8	Особенности рекламы в разных культурах	2	2		0	2	2	0		Контроль ная работа 3
9	Основные ошибки в коммуникациях с разными культурами	2	2		2	2	0	0		Опрос, реферат, дискуссия
	<b>Всего часов</b>	<b>20</b>	<b>12</b>		<b>10</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>6</b>		<b>Экзамен</b>

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, коллоквиумы, контрольные работы и т.п.);
- работа над выполнением рефератов;
- подготовка к экзаменам.



## **ЛИТЕРАТУРА**

### **Основная**

1. Авдеева, З.К. Деловые и межкультурные коммуникации / З.К. Авдеева. – М.: Юрайт – 2020. – 324с.
2. Гузикова, М.О, Фофанова П.Ю. Основы теории межкультурной коммуникации :[учеб. пособие] / М.О. Гузикова, П.Ю. Фофанова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 124с.
3. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 2 : учебник для академического бакалавриата / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 263 с.
4. Борисова, Е.Н. Введение в межкультурную коммуникацию : учебно-методическое пособие / Е.Н. Борисова. – М.: Согласие, 2015. – 96 с.Ю.Таратухина. Межкультурная коммуникация в информационном обществе / Ю.Таратухина. – 2019.
5. Игнатьева, Е. Международный деловой этикет на примере 22 стран / Елена Игнатьева. – М.: Эксмо – 2019. – 416с.

### **Дополнительная**

6. Брутян, Л.Г.. Говорим, не говоря (Невербальная коммуникация в разных культурах)/Л.Г. Брутян – Ереван: Изд-во ЕГУ, 2015. - 76с.

**Протокол согласования учебной программы по изучаемой учебной дисциплине с другими дисциплинами специальности**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы изучаемой дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу(с указанием даты и номера протокола)
Профессионально ориентированный иностранный язык	Английского и восточного языков	нет 	Протокол №8, от 12.03.2020г.

