

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Новосибирский национальный исследовательский
государственный университет» (Новосибирский государственный университет, НГУ)

Гуманитарный институт

СОГЛАСОВАНО

Директор ГИ


Зуев А. С.

«29» сентября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ МКК
(МКК В ОБРАЗОВАНИИ, БИЗНЕСЕ, РЕКЛАМЕ, PR)**

Направление подготовки: 45.04.01 Филология (магистратура)

Направленность (профиль): Филология

Форма обучения: очная

Разработчик:

зав. кафедрой межкультурной коммуникации
канд. филол. наук Соломоновская А.Л.

Руководитель образовательной программы
д-р филол. наук, профессор Кошкарёва Н.Б.

Новосибирск

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	3
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	3
3. Трудоемкость дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося	3
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	4
5. Перечень учебной литературы	6
6. Перечень учебно-методических материалов по самостоятельной работе обучающихся	7
7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	7
8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	8
9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	8
10. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине	8

Приложение 1 Аннотация по дисциплине

Приложение 2 Оценочные средства по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Результаты освоения образовательной программы (компетенции)	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
	знать	уметь	владеть
ОПК-4 способность демонстрировать углубленные знания в избранной конкретной области филологии	философско-методологические основы, междисциплинарные связи теории межкультурной коммуникации с другими филологическими дисциплинами, историю ее развития, дискуссионные вопросы и нерешенные проблемы, тенденции развития.	критически воспринимать, анализировать, систематизировать и обобщать научную информацию в области межкультурной коммуникации с учетом динамики ее развития	навыками выдвижения гипотез по проблематике межкультурной коммуникации с целью их доказательства или опровержения.
ПК-2 владение навыками квалифицированного анализа, оценки, реферирования, оформления и продвижения результатов собственной научной деятельности	Знать состояние исследований и их результатов в области межкультурной коммуникации в отечественной и зарубежной науке	Уметь соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области межкультурной коммуникации	Владеть навыками комментирования, реферирования и обобщения результатов научного исследования; оформления презентации исследования, приемами ведения научных дискуссий

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины, изучение которых необходимо для освоения дисциплины «Прикладные аспекты МКК (МКК в образовании, бизнесе, рекламе, PR)»:

- Межкультурная коммуникация в академическом и деловом общении (ОПК-2, ПК-2)

Дисциплины, для изучения которых необходимо освоение дисциплины "Прикладные аспекты МКК (МКК в образовании, бизнесе, рекламе, PR)"

- Билингвизм и мультикультурность (ОПК-3, ПК-2)

3. Трудоемкость дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося

Трудоемкость дисциплины – 2 ЗЕТ (72 часа)

Форма промежуточной аттестации: 3 семестр – зачет

№	Вид деятельности	Семестр
		3
1	Лекции, ч	16
2	Практические занятия, ч	16
3	Контактная работа, ч, из них	34
4	аудиторных занятий, ч	32
5	в электронной форме, ч	–
6	консультаций, ч.	
7	промежуточная аттестация, ч	2
8	Самостоятельная работа во время занятий, ч.	34
9	Самостоятельная работа во время промежуточной аттестации, ч.	4
10	Всего, ч	72

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

3 семестр
Лекции (16 ч)

Наименование темы и их содержание	Объем, час
Тема 1. Corporate Culture and National Culture. Определения корпоративной культуры. Пути формирования и индоктринирования корпоративной культуры; Эдгар Шейн об уровнях корпоративной культуры; Классификация корпоративных культур Дила и Кеннеди; Фонса Тромпенаарса: Применение классификаций к конкретным компаниям (практическое занятие). Межкультурная коммуникация и корпоративная культура в мультинациональных корпорациях; Процесс аккультурации в мультинациональных корпорациях (практическое занятие, решение кейсов).	2 часа
Тема 2. Business Negotiations across Cultures. Бизнес-коммуникация как межличностное и профессиональное взаимодействие. Три измерения и четыре уровня коммуникации; Невербальная коммуникация в кросс-культурном аспекте; Процесс деловых переговоров: стадии и типы переговоров; Конфликт в процессе переговоров и способы их недопущения/решения; Дистрибутивные и интегративные переговоры; переговорные стратегии Win-win и Win-lose Культурные особенности ведения переговоров в отдельных странах (практическое занятие); Менеджмент времени и переговоры	4 часа
Тема 3. Consumer Behaviour across Cultures. Характеристики потребителя: самовосприятие, личность, идентичность и имидж с точки зрения параметров Г. Хофштеде. Социальные процессы; мотивация и эмоция. Интеллектуальные процессы (абстрактное и конкретное мышление; категоризация и обработка информации в низко-контекстных (индивидуалистских) и высоко-контекстных (коллективистских) культурах; Кросс-культурные особенности принятия потребительских решений; Кросс-культурные особенности поведения потребителя (владение продуктом и использование его; готовность принимать и распространять инновации; способы выражения недовольства).	3 часа

<p>Тема 4 Кросс-культурные особенности рекламного дискурса; Реклама как тип институционального дискурса. Виды рекламы (по Ф. Котлеру). Рекламное сообщение как креолизованный текст. Жанровые особенности и структура рекламного ролика. Коммерческая и социальная реклама и их взаимодействие в современном рекламном дискурсе. Межкультурная адаптация рекламного продукта Ж факторы, успехи, неудачи. Анализ рекламных роликов определенной группы потребительских товаров (практическое занятие)</p>	3 часа
<p>Тема 5 Intercultural Communication and Tourism. Глобализация, туризм и культура; влияние глобализации на туризм; Глобализация и местные культуры: понятие, измерение и преимущества культурного разнообразия. Влияние культурного разнообразия на индустрию туризма и гостеприимства. Межкультурная коммуникация в туристической отрасли, природа взаимодействия туристов и местных жителей. Контактная гипотеза и ее применение к туризму. Поведение туриста: понятие поведения; поведение в межкультурном контексте (с точки зрения туриста, местного жителя, представителя индустрии гостеприимства); Культурно-обусловленное потребительское поведение в области туризма. Концепция мультикультурной компетенции, ее параметры и влияющие на ее формирование факторы. Практическое занятие – решение кейсов в области межкультурных контактов в туризме</p>	4 часа

Практические занятия (16 ч)

Содержание практического занятия	Объем, час
<p>Тема 1. Corporate Culture and National Culture. Определения корпоративной культуры. Пути формирования и индоктринирования корпоративной культуры; Эдгар Шейн об уровнях корпоративной культуры; Классификация корпоративных культур Дила и Кеннеди; Фонса Тромпенаарса: Применение классификаций к конкретным компаниям (практическое занятие). Межкультурная коммуникация и корпоративная культура в мультинациональных корпорациях; Процесс аккультурации в мультинациональных корпорациях (практическое занятие, решение кейсов).</p>	4 часа
<p>Тема 2. Business Negotiations across Cultures. Бизнес-коммуникация как межличностное и профессиональное взаимодействие. Три измерения и четыре уровня коммуникации; Невербальная коммуникация в кросс-культурном аспекте; Процесс деловых переговоров: стадии и типы переговоров; Конфликт в процессе переговоров и способы их недопущения/решения; Дистрибутивные и интегративные переговоры; переговорные стратегии Win-win и Win-lose Культурные особенности ведения переговоров в отдельных странах (практическое занятие); Менеджмент времени и переговоры</p>	2 часа
<p>Тема 3. Consumer Behaviour across Cultures. Характеристики потребителя: самовосприятие, личность, идентичность и имидж с точки зрения параметров Г. Хофштеде. Социальные процессы; мотивация и эмоция. Интеллектуальные процессы (абстрактное и конкретное мышление; категоризация и обработка информации в низко-контекстных (индивидуалистских) и высоко-контекстных (коллективистских) культурах; Кросс-культурные особенности принятия потребительских решений; Кросс-культурные</p>	3 часа

особенности поведения потребителя (владение продуктом и использование его; готовность принимать и распространять инновации; способы выражения недовольства).	
Тема 4 Кросс-культурные особенности рекламного дискурса; Реклама как тип институционального дискурса. Виды рекламы (по Ф. Котлеру). Рекламное сообщение как креолизованный текст. Жанровые особенности и структура рекламного ролика. Коммерческая и социальная реклама и их взаимодействие в современном рекламном дискурсе. Межкультурная адаптация рекламного продукта Ж факторы, успехи, неудачи. Анализ рекламных роликов определенной группы потребительских товаров (практическое занятие)	3 часа
Тема 5 Intercultural Communication and Tourism. Глобализация, туризм и культура; влияние глобализации на туризм; Глобализация и местные культуры: понятие, измерение и преимущества культурного разнообразия. Влияние культурного разнообразия на индустрию туризма и гостеприимства. Межкультурная коммуникация в туристической отрасли, природа взаимодействия туристов и местных жителей. Контактная гипотеза и ее применение к туризму. Поведение туриста: понятие поведения; поведение в межкультурном контексте (с точки зрения туриста, местного жителя, представителя индустрии гостеприимства); Культурно-обусловленное потребительское поведение в области туризма. Концепция мультикультурной компетенции, ее параметры и влияющие на ее формирование факторы. Практическое занятие – решение кейсов в области межкультурных контактов в туризме	2 часа
Презентации самостоятельного мини-исследования	2 часа

Самостоятельная работа студентов (38 ч)

Перечень заданий на СРС	Объем, ч
Самостоятельное изучение теоретического материала по разделам дисциплины (в том числе для проведения самостоятельного мини-исследования) – минимум 5 источников	14 часов
Проведение эмпирического мини-исследования	20 часов
Подготовка к зачету	4 часа

5. Перечень учебной литературы

5.1 Основная литература

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Филип Котлер ; пер. с англ. В.Б. Боброва ; общ. ред., вступ. ст. Е.М. Пеньковой Новосибирск : Наука. Сиб. отд-ние, 1992 734 с (16 экземпляров в библиотеке НГУ)
2. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие. М.: Логос, 2002 (в библиотеке НГУ – 5 экземпляров 2002 и 2004 годов издания)
3. Lee J. , Ciftci, A. Asian international students' socio-cultural adaptation: Influence of multicultural personality, assertiveness, academic self-efficacy, and social support // International Journal of Intercultural Relations 38 (2014) P. 97-105 (есть в коллекции JSTOR, доступна через электронную библиотеку НГУ)

4. Mooij, M. de, Hofstede, G. Cross-Cultural Consumer Behaviour. A Review of Research Findings // Journal of International Consumer Marketing. – Routledge, 23: 181-192 (в свободном доступе в интернете) https://www.mariekedemooij.com/articles/demooij_2011_int_journal_cons_marketing.pdf

5.2 Дополнительная литература

5. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации. – М., Флинта. Наука, 2013 (2 экземпляра в библиотеке НГУ)
6. Behrnd, V., Porzelt S. Intercultural Competence and training outcomes of students with experiences abroad // International Journal of Intercultural Relations 36 (2012) P. 213-223 (входит к коллекции JSTOR, доступную через сайт библиотеки НГУ)
7. Harrison N. Investigating the impact of personality and early life experiences on intercultural interactions in internationalized universities // International Journal of Intercultural Relations 36 (2012) P. 224-237.

6. Перечень учебно-методических материалов по самостоятельной работе обучающихся

8. Корпоративная коммуникация в России: дискурсивный анализ: коллективная монография / [Р. Ратмайр, Т.А. Милёхина, Е.А. Иванова и др. ; отв. ред. Т.А. Милёхина, Р. Ратмайр] Москва : Изд. дом ЯСК, 2017 630 с. (1 экземпляр в библиотеке НГУ)
9. Крейдлин, Г. Е. Невербальная семиотика. [Язык тела и естественный язык] / Г.Е. Крейдлин Москва : Новое литературное обозрение, 2004 - 581 с. (1 экземпляр в библиотеке НГУ)

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

При освоении дисциплины используются следующие ресурсы:

- электронная информационно-образовательная среда НГУ (ЭИОС);
- образовательные интернет-порталы;
- информационно-телекоммуникационная сеть Интернет.

Взаимодействие обучающегося с преподавателем (синхронное и (или) асинхронное) осуществляется через личный кабинет студента в ЭИОС и базируется на сервисе <https://gsuite.google.ru/learning-center/>

7.1 Современные профессиональные базы данных

1. Полнотекстовые электронные ресурсы FreedomCollection издательства Elsevier (Нидерланды) ([ArtsandHumanities](#))
2. Электронные ресурсы Web of Science Core Collection (Thomson Reuters Scientific LLC.), Journal Citation Reports + ESI
3. Электронные БД JSTOR (США). 6 предметных коллекций: Arts & Sciences III, V, VI, VII, VIII, Language & Literature
4. БД Scopus (Elsevier)
5. Лицензионные материалы на сайте eLibrary.ru

7.2 Ресурсы сети «Интернет»:

Рекламные ролики товаров, размещенные в сети интернет (соответствующие выбранной студентом тематике)

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1. Перечень программного обеспечения

Windows и Microsoft Office (или свободное ПО: операционная система и аналог office)

8.2. Информационные справочные системы

Не используются/

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для реализации дисциплины «Прикладные аспекты МКК (МКК в образовании, бизнесе, рекламе, PR)» используются специальные помещения:

1) учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации;

2) помещения для самостоятельной работы обучающихся.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду НГУ.

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется согласно «Порядку организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в Новосибирском государственном университете».

Реализация дисциплины может осуществляться с применением дистанционных образовательных технологий.

10. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Перечень результатов обучения по дисциплине «Прикладные аспекты МКК (МКК в образовании, бизнесе, рекламе, PR)» и индикаторов их достижения представлен в виде знаний, умений и владений в разделе 1.

10.1. Порядок проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Текущий контроль успеваемости:

Для текущего контроля успеваемости студенты готовят мини-исследования по отдельным темам курса (по выбору студента).

Промежуточная аттестация

Дисциплина предполагает зачет, который выставляется по итогам работы в семестре, а также презентации мини-исследования в одной из пяти рассмотренных областей. Исследование должно базироваться на изучении научной литературы по теме (не менее 5 наименований, в том числе из коллекции научных работ JSTOR, доступной через сайт

библиотеки НГУ), сбора небольшого объема эмпирического материала (сайтов компаний, рекламных роликов, туристических брошюр, интервью с иностранными студентами), анализа собранного материала, формулировки выводов и представления результатов. Само исследование и его презентация выполняются на рабочем языке курса, русском или иностранном языке (английском), по желанию студента. Примерные темы исследований приводятся в пункте 10.3

10.2. Описание критериев и шкал оценивания индикаторов достижения результатов обучения по дисциплине

Таблица 10.2.1

Код компетенции	Результат обучения по дисциплине	Оценочное средство
ОПК-4	Знать философско-методологические основы, междисциплинарные связи теории межкультурной коммуникации с другими филологическими дисциплинами, историю ее развития, дискуссионные вопросы и нерешенные проблемы, тенденции развития	Материал мини-исследования; Зачетная презентация мини-исследования
	Уметь критически воспринимать, анализировать, систематизировать и обобщать научную информацию в области межкультурной коммуникации с учетом динамики ее развития	
	владеть навыками выдвижения гипотез по проблематике межкультурной коммуникации с целью их доказательства или опровержения.	
ПК-2	Знать состояние исследований и их результатов в области межкультурной коммуникации в отечественной и зарубежной науке	Материал мини-исследования Зачетная презентация мини-исследования
	Уметь соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области межкультурной коммуникации	
	Владеть навыками комментирования, реферирования и обобщения результатов научного исследования; оформления презентации исследования	

Таблица 10.2.2

Критерии оценивания результатов обучения	Шкала оценивания
Материал мини исследования: Презентация результатов мини-исследования Магистрант: - демонстрирует знание междисциплинарных связей межкультурной коммуникации с другими дисциплинами - показывает умение критически воспринимать, систематизировать и обобщать научную информацию в области межкультурной коммуникации с учетом динамики ее развития;	зачет

<ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует сформированность навыков выдвижения гипотез по проблематике межкультурной коммуникации с целью их доказательства или опровержения; - знает состояние исследований и их результатов в области межкультурной коммуникации в отечественной и зарубежной науке - демонстрирует умение соотносить результаты собственного исследования с другими исследованиями в области межкультурной коммуникации - показывает высокую степень владения навыками комментирования, реферирования и обобщения результатов научного исследования, оформления презентации исследования 	
<p>Презентация результатов мини-исследования Материал мини исследования: Магистрант:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не представил результаты мини-исследования - демонстрирует незнание или слабое знание междисциплинарных связей междисциплинарных связей межкультурной коммуникации с другими дисциплинами - не умеет критически воспринимать, систематизировать и обобщать научную информацию; - демонстрирует отсутствие навыков выдвижения гипотез по избранной тематике; - показывает низкую степень владения навыками комментирования, реферирования и обобщения результатов научного исследования - демонстрирует неумение соотносить результаты собственного исследования с другими исследованиями в данной области, анализировать и обобщать полученные знания 	<p>незачет</p>

10.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения

Примерные темы мини-исследований:

1. Корреляция типа бизнес культуры и успешности компании;
2. Бизнес культура компании X (Apple, Google, Gazprom, etc);
3. Сайты компаний и проявления соответствующего типа бизнес культуры;
4. Личность основателя компании и корпоративная культура;
5. Анализ сайтов, обучающих успешным переговорам;
6. Невербальное и вербальное поведение в ходе бизнес переговоров (на материале документального или художественного фильма);
7. Рекламные ролики определенной группы товаров (косметика, пищевые продукты, автомобили) как отражение национальной культуры;
8. Юмор в визуальной рекламе (рекламных роликах): общее и культурно-специфическое;
9. Case studies успешного и неуспешного использования образов, цветов, вербальных средств в рекламе;
10. Анализ туристических брошюр и сайтов туристических компаний с точки зрения ценностной ориентации современного туризма;
11. Глобализация и локализация на примере популярных российских туристических маршрутов (Алтай, Золотое кольцо России, малые русские города)

Оценочные материалы по промежуточной аттестации (приложение 2), предназначенные для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям СУОС, хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном и электронном виде.

**Лист актуализации рабочей программы дисциплины
«Прикладные аспекты МКК (МКК в образовании, бизнесе, рекламе, PR)»**

№	Характеристика внесенных изменений (с указанием пунктов документа)	Дата и № протокола ученого совета Гуманитарного института	Подпись ответственного