

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учебно-методическое объединение по лингвистическому образованию

УТВЕРЖДЕНО

Первым заместителем Министра образования
Республики Беларусь

И.А. Старовойтовой

11.05.2022

Регистрационный № ТД-Е.893/тип.

КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

**Типовая учебная программа по учебной дисциплине для специальности
1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций
(по направлениям)**

СОГЛАСОВАНО

Председатель

Учебно-методического объединения
по лингвистическому образованию

_____ Н.П. Баранова

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления
профессионального образования

Министерства образования

Республики Беларусь

_____ С.А. Касперович

СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической
работе Государственного учреждения

образования «Республиканский
институт высшей школы»

_____ И.В. Титович

Эксперт-нормоконтролер

СОСТАВИТЕЛИ:

М. А. Гладко, доцент кафедры речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат филологических наук, доцент;

Н. Н. Максименя, старший преподаватель кафедры речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет»;

Т. А. Сысоева, доцент кафедры речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат филологических наук, доцент;

Е. В. Шилей, доцент кафедры речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат филологических наук;

Е. М. Яркова, старший преподаватель кафедры речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет».

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 23.03.2022);

С. А. Дубинко, заведующий кафедрой английского языка экономических специальностей факультета международных отношений Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:

Кафедрой речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет» (протокол № 7 от 23.01.2020);

Научно-методическим советом учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет» (протокол № 5 от 10.03.2022);

Президиумом Совета учебно-методического объединения по лингвистическому образованию (протокол № 8 от 15.03.2022).

Ответственный за редакцию: Н. Н. Максименя

Ответственный за выпуск: Т. А. Сысоева

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Культурный контекст профессионального общения» является составной частью лингвистической подготовки специалистов по межкультурной коммуникации. Она изучается на завершающем этапе обучения, носит интегративный характер и включает два раздела – «Профессиональное общение» и «Межкультурный дискурс».

Типовая учебная программа по учебной дисциплине «Культурный контекст профессионального общения» разработана в соответствии с образовательным стандартом высшего образования I ступени и типовыми учебными планами по направлениям специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)».

Цель изучения учебной дисциплины состоит в формировании и развитии умений и навыков, необходимых для эффективного иноязычного общения в различных сферах профессиональной деятельности специалиста по межкультурной коммуникации.

Задачи изучения учебной дисциплины:

формирование навыков управления информацией, а также предотвращения и разрешения коммуникативных конфликтов в рамках избранного образовательного направления;

развитие умения выстраивать сообщение с учетом тематики, сферы общения, особенностей аудитории;

совершенствование навыков разработки документов и развитие умений планирования стратегий коммуникации, необходимых в профессиональной коммуникации с представителями различных культур и субкультур;

формирование культурной сенситивности, способности к корректной интерпретации проявлений культурной и субкультурной идентичности в профессиональной деятельности.

Учебная дисциплина «Культурный контекст профессионального общения» дифференцируется по направлениям: 1-23 01 02-01 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (информационное обслуживание)», 1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)», 1-23 01 02-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (связи с общественностью)», 1-23 01 02-04 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеполитические отношения)», 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)».

Освоение учебной дисциплины «Культурный контекст профессионального общения» базируется на компетенциях, полученных студентами ранее при изучении учебных дисциплин: «Теория межкультурной коммуникации», «Страноведение» (дисциплина компонента учреждения высшего образования), «Стратегии коммуникативного поведения», «Интерпретация коммуникативного поведения» (дисциплина компонента учреждения высшего образования).

В результате освоения учебной дисциплины «Культурный контекст профессионального общения» формируются следующие компетенции:

академические:

владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;
иметь навыки, связанные с использованием технических устройств,
управлением информацией и работой с компьютером;

уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни;

социально-личностные:

обладать качествами гражданственности;

быть способным к социальному взаимодействию;

быть способным к критике и самокритике;

обладать системой знаний о социальной действительности и о себе;

уметь реализовывать сценарии поведения в типичных ситуациях;

иметь опыт публичной коммуникации;

быть способным к критическому мышлению;

профессиональные:

владеть сложными коммуникативными навыками и умениями; быть способным к формированию новых навыков и умений в иных социальных структурах и социокультурных ситуациях;

реализовывать требуемый ролевой репертуар в рамках профессии;

обладать способностью убеждать;

владеть навыками публичной речи на родном и на не менее чем двух иностранных языках;

готовить доклады, материалы к презентациям и пользоваться глобальными информационными ресурсами;

проводить консультации по вопросам обычаев, традиций, этикета, иерархической вариативности поведения, тематических ограничений в общении в различных этнокультурных сообществах;

вырабатывать и принимать профессиональные решения, корректировать собственную деятельность и деятельность других участников процесса межкультурной коммуникации;

быть способным реализовывать методы и использовать средства, поддерживающие этапы реализации нововведения;

обладать способностью поддерживать процессные инновационные проекты в области организации труда, обслуживания, управления.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

типологию психотипов личностей по К.Юнгу;

риторические принципы рекламного дискурса;

стратегии и тактики интенсификации и умалчивания в рамках модели анализа рекламных сообщений Хью Рэнка;

композицию информационной и персуазивной речей и используемых в них клише;

основы деловой этики;

типологию переговорщиков и способов убеждения противников;

уметь:

составлять психологические портреты других людей с целью определения их личностных деловых качеств;

проводить интервьюирование и самопрезентации;

составлять сценарии коммерческих роликов с учетом межкультурного аспекта;

составлять и презентовать информационные и персуазивные речи с учетом невербального фактора;

писать газетные статьи с элементами субъективной оценки;

разрабатывать кодекс этического поведения компании с учетом «серых» сфер международного права;

применять переговорные тактики и приемы в ходе проведения международных переговоров;

владеть:

этическими нормами коммуникативного поведения;

методами презентации и самопрезентации.

В результате изучения учебной дисциплины «Культурный контекст профессионального общения» студент должен уметь проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности, а также осуществлять эффективное взаимодействие в мультикультурном профессиональном сообществе.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностноличностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Изучение учебной дисциплины «Культурный контекст профессионального общения» рассчитано на **176** часов, из них – **80** аудиторных (практические занятия), по **40** часов на каждый раздел («Межкультурный дискурс» и «Профессиональное общение»).

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Раздел «Межкультурный дискурс»

(для всех направлений специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)»)

| Наименование темы | Количество аудиторных (практических) часов |
|---|--|
| Тема 1. Культура как отражение концептуальной картины времени | 4 |
| Тема 2. Типология культур: высокий и низкий культурный контекст | 6 |
| Тема 3. Работа и менеджмент в транснациональных корпорациях | 6 |
| Тема 4. Профессиональная этика и деловой этикет в различных культурах | 2 |
| Тема 5. Переговоры и урегулирование конфликтов в разных культурах | 4 |
| Тема 6. Культурные ценности и верования | 4 |
| Тема 7. Культурные императивы и стереотипы: межкультурные, национальные, социальные | 4 |
| Тема 8. Национально-культурная специфика юмора | 4 |
| Тема 9. Культурные метафоры | 6 |
| ИТОГО: | 40 |

Раздел «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-01 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (информационное обслуживание)»)

| Наименование темы | Количество аудиторных (практических) часов |
|--|--|
| Тема 1. Коммуникация в режимах онлайн и оффлайн: сходства и различия | 8 |
| Тема 2. Кодирование и декодирование онлайн-сообщений. Вербальные и невербальные коды | 4 |
| Тема 3. Социальные и этнокультурные параметры онлайн-коммуникации | 6 |
| Тема 4. Психологические и биологические параметры онлайн-коммуникации | 6 |
| Тема 5. Этикет и Сетикет (сетевой этикет) | 8 |
| Тема 6. Эффективность и безопасность онлайн-коммуникации | 8 |
| ИТОГО: | 40 |

Модуль «Профессиональное общение»
 (направление специальности 1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение
 межкультурных коммуникаций (международный туризм)»)

| Наименование темы | Количество аудиторных (практических) часов |
|---|---|
| Тема 1. Международный туризм. Современные тренды | 6 |
| Тема 2. Туризм в Италии. Бизнес-культура и особенности коммуникации | 6 |
| Тема 3. Туризм в Китае. Анализ особенностей рынка | 6 |
| Тема 4. Туризм в Беларуси. SWOT анализ индустрии | 6 |
| Тема 5. Участие в туристических выставках как способ продвижения брэнда | 4 |
| Тема 6. Коммуникация в экскурсионной деятельности | 4 |
| Тема 7. Туристические ловушки и как их избежать | 4 |
| Тема 8. Пути решения конфликтов с клиентами | 4 |
| ИТОГО: | 40 |

Модуль «Профессиональное общение»
 (направление специальности 1-23 01 02-03 «Лингвистическое обеспечение
 межкультурных коммуникаций (связи с общественностью)»)

| Наименование темы | Количество аудиторных (практических) часов |
|---|---|
| Тема 1. Что такое организационная коммуникация? | 2 |
| Тема 2. Что такое организация? | 2 |
| Тема 3. Климат в организации. Корпоративная этика | 4 |
| Тема 4. Корпоративная социальная ответственность | 6 |
| Тема 5. Личность в контексте организации | 4 |
| Тема 6. Группы в организации. Коммуникационные сети и роли | 6 |
| Тема 7. Лидерство. Коммуникационные тактики для эффективного управления компанией | 4 |
| Тема 8. Процесс принятия решений и разрешения конфликтов в организации | 4 |
| Тема 9. Антикризисная коммуникация | 4 |
| Тема 10. Управление изменениями в организации | 4 |
| ИТОГО: | 40 |

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-04 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеполитические отношения)»)

| Наименование темы | Количество аудиторных (практических) часов |
|--|--|
| Тема 1. Работа со СМИ в политической сфере | 2 |
| Тема 2. Спичрайтинг в политических отношениях | 14 |
| Тема 3. Спин-докторинг в политических отношениях | 6 |
| Тема 4. Имиджмейкинг в политических отношениях | 6 |
| Тема 5. Государственные структуры и неправительственные политические организации | 2 |
| Тема 6. Осуществление коммуникации в сфере защиты прав человека | 2 |
| Тема 7. Коммуникативные стратегии предотвращения и регулирования конфликтов на международной арене | 2 |
| Тема 8. Коммуникативные аспекты реализации идеи устойчивого развития в политической сфере | 2 |
| Тема 9. Координация гуманитарных вопросов | 2 |
| Тема 10. Дипломатический протокол | 2 |
| ИТОГО: | 40 |

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)»)

| Наименование темы | Количество аудиторных (практических) часов |
|---|--|
| Тема 1. Обсуждение способов регулирования внешнеэкономической деятельности: выбор между политикой либерализации и протекционизма | 6 |
| Тема 2. Изучение вопросов инвестиционной политики государства, определение и обсуждение инвестиционных целей и вопросов создания привлекательного имиджа государства на международной арене | 6 |
| Тема 3. Изучение основных типов рынков, рассмотрение и обсуждение их экономических составляющих | 8 |
| Тема 4. Определение и изучение основных областей инновационных исследований и принципов венчурного капитализма | 8 |
| Тема 5. Обсуждение основных понятий поведенческой экономики и поведенческих установок, влияющих на принятие экономических решений | 8 |
| Тема 6. Изучение маркетинговых стратегий и стадий проведения маркетингового анализа для проведения кампании по продвижению товаров и услуг | 4 |
| ИТОГО: | 40 |

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел «Межкультурный дискурс»

(для всех направлений специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)»)

Тема 1. Культура как отражение концептуальной картины времени

Определение культуры. Основные составляющие культуры. Ключевые характеристики культуры. Уровни культуры. Национальное и универсальное в культуре.

Культурная идентичность. Соотношение понятий *культура – нация, культура – этнос, культура – раса*. Определение субкультуры. Субкультурный портрет нации.

Модель «гибкого мышления» К. Сторти и навыки активного слушания. Теория управления беспокойством и неопределенностью в рамках межкультурного взаимодействия У. Гудикунста.

Тема 2. Типология культур: высокий и низкий культурный контекст

Социально-психологические измерения культур. Культуры высокого / низкого контекста. Монохронные / полихронные культуры. Маскулинные / феминные культуры. Коллективистские / индивидуалистские культуры. Категория избегания неопределенности. Временная ориентация. Дистанция власти.

Критерии измерения деловых культур Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпден-Тернера. Универсализм / партикуляризм. Индивидуализм / коллективизм. Эмоциональность / нейтральность. Конкретность / диффузность. Достижение / аскрипция. Время. Окружающая среда.

Стратегии установления контакта в различных типах культур.

Интерпретация вербального/невербального поведения на основании различных культурных измерений.

Тема 3. Работа и менеджмент в транснациональных корпорациях

Проблемы коммуникации в многонациональных корпорациях. Культурный релятивизм.

Теория «кокоса» и «персика». Стили конфронтации. Концепт «лицо» и его влияние на коммуникативное поведение китайцев.

Повышение межличностной компетенции в мультикультурном окружении.

Культура, лидерство и стили руководства. Межнациональные различия в корпоративных стилях управления. Лидерство в межкультурных условиях.

Культура и процесс принятия решений. Принятие решений в японской культуре. Концепт «немаваши». Критика в различных культурах.

Стили убеждения и модели мотивации сотрудников в разных культурах. Эффективная презентация для мультикультурной аудитории.

Тема 4. Профессиональная этика и деловой этикет в различных культурах

Деловой этикет и социальные нормы.

Деловой этикет в межкультурном окружении. Приветствие. Обращение. Светская беседа. Вручение подарков. Дресс-код. Личное пространство.

Взаимосвязь культуры и бизнес традиций. Культурные императивы, адиафоры и эксклюзивы.

Этикет вручения визитных карточек. Как вести электронную переписку с зарубежными партнерами.

Тема 5. Переговоры и урегулирование конфликтов в разных культурах Культурные факторы, влияющие на переговорный процесс.

Переговорные практики и стили переговорного процесса. Американский стиль. Африканский стиль. Японский стиль. Европейский стиль. Латиноамериканский стиль.

Урегулирование конфликтов. Межкультурные и внутригрупповые конфликты.

Стратегии коммуникативного поведения в межкультурном конфликте. Теория «лица» (идентичности) в переговорах.

Воздействие глобализационных процессов на кросс-культурную динамику. Язык соглашений и договоренностей.

Тема 6. Культурные ценности и верования

Типология ценностей в различных культурах. Типология ценностей американской культуры. Типология ценностей родной культуры.

Пословицы и поговорки как отражение культурных ценностей ценностных ориентиров.

Проявление культурных ценностей в традициях и обычаях. Традиции, обряды, ритуалы белорусской культуры.

Еда как культурное наследие. Гастрономическая культура. Гастрономическая идентичность.

Апелляция к культурным ценностям в рекламном дискурсе.

Проявление культурных ценностей в литературных произведениях.

Универсальные и национальные культурные мифы. Классификация американских культурных мифов.

Апелляция к культурным мифам в политическом дискурсе (на примере инаугурационных речей и предвыборных кампаний американских политиков).

Тема 7. Культурные императивы и стереотипы: межкультурные, национальные, социальные

Национальные и социальные стереотипы. Стереотипы и обобщения.

Исторические и культурные предпосылки возникновения стереотипов. Устойчивость стереотипов.

Можно ли доверять стереотипам и руководствоваться ими в межкультурном общении. Влияние стереотипов на эффективность межкультурной коммуникации.

Последствия социальных стереотипов. Причины возникновения и формы проявления предрассудков.

Использование стереотипов в СМИ и современном кинематографе.

Тема 8. Национально-культурная специфика юмора

Универсальное и национальное в юморе. Юмор как средство национальной идентификации.

Шутки и розыгрыши в различных культурах. День Смеха в разных странах, его история и традиции праздника.

«Путеводитель» по кросс-культурным особенностям юмора.

Юмор в комиксах и анимационном кинематографе.

Тема 9. Культурные метафоры

Итальянская опера. Американский футбол. Немецкая симфония. Шведский домик. Традиционный британский дом. Японский сад. Индийский танец Шивы. Китайский семейный алтарь. Турецкая кофейня. Испанская коррида. Французское вино. Ирландские беседы. Израильский кибуц.

Использование культурных метафор в профессиональной коммуникации.

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-01 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (информационное обслуживание)»)

Тема 1. Коммуникация в режимах онлайн и оффлайн: сходства и различия

Прямая и опосредованная коммуникация. Основные характеристики режимов онлайн и оффлайн. Арсенал используемых средств коммуникации.

Специфика онлайн-коммуникации: жесткие ограничения или дополнительные возможности?

Эволюция интернет-коммуникации, общественная польза, проблемы и риски.

Влияние сети Интернет на бытовую и профессиональную сферы человеческой деятельности.

Тема 2. Кодирование и декодирование онлайн-сообщений. Вербальные и невербальные коды

Соотношение вербальных и невербальных средств коммуникации в режимах онлайн и оффлайн.

Специфика вербальной онлайн-коммуникации: интернет-сленг, интернет-аббревиатуры. Специфика невербальной онлайн-коммуникации: эмодзи и другие невербальные символы. Трудности декодирования интернет-сообщения.

Тема 3. Социальные и этнокультурные параметры онлайн-коммуникации

Влияние социальных параметров коммуникантов на выбор коммуникативной стратегии. Поведение мужчин и женщин в сети Интернет. Возраст, социальные роли, статус коммуникантов.

Влияние этнокультурных параметров коммуникантов на выбор коммуникативной стратегии. Специфика онлайн-коммуникации представителей разных культур и субкультур.

Интернет-субкультуры. Троллинг и другие примеры асоциального сетевого поведения.

Тема 4. Психологические и биологические параметры онлайн-коммуникации

Психология онлайн-коммуникации. Типы личностей и специфика их поведения в Сети. Манифестация эмоций в онлайн-коммуникации: трудности выражения и понимания.

Интернет-зависимость, зависимость от социальных сетей: общие и частные проблемы.

Онлайн-коммуникация людей с физическими и психическими особенностями.

Тема 5. Этикет и Сетикет (сетевой этикет)

Этикет и Сетикет: универсальные правила поведения и особые требования.

Сетевой этикет в бытовом и профессиональном общении.

Общие и специальные нормы поведения на разных онлайн-платформах.

Интернет-грамотность, пути ее повышения. Соблюдение условий конфиденциальности информации и авторского права.

Тема 6. Эффективность и безопасность онлайн-коммуникации

Предпосылки составления успешного онлайн-сообщения. Средства привлечения внимания целевой аудитории.

Эффективность онлайн-коммуникации: критерии оценки.

Интернет-маркетинг и его специфика. Инструменты продвижения персоны, компании, продукта или услуги в Сети.

Безопасность сетевого поведения: как защититься от интернет-мошенников и не стать жертвой манипулятора?

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)»)

Тема 1. Международный туризм. Современные тренды

Страны-лидеры в сфере международного туризма. Секреты успеха. Конкурентные преимущества.

Необходимые условия для привлечения иностранных туристов. Подготовка специалистов для работы в международном сегменте.

Типы туризма. Потребности современного туриста. Самые популярные направления в туризме. Будущее развитие, прогнозы специалистов.

Тема 2. Туризм в Италии. Бизнес-культура и особенности коммуникации

Информация о стране. Описание регионов Италии и их специфика. Юридические особенности пребывания. Итальянские курорты.

Итальянская культура, ключевые понятия и ценности. Бизнес-этикет. Ведение переговоров. Формирование повестки. Отношение ко времени.

Общение с итальянцами. Особенности вербальной и невербальной коммуникации.

Тема 3. Туризм в Китае. Анализ особенностей рынка

Информация о стране. Топонимы и их английские эквиваленты. Описание провинций Китая и их специфика. Национальные фестивали.

Общение с китайцами. Формальная и неформальная коммуникация.

Анализ туристических блогов как вид обратной связи. Работа с фокус-группой. Изучение опыта работы иностранных компаний на китайском рынке.

Тема 4. Туризм в Беларуси. SWOT анализ индустрии

Современное состояние индустрии. Основные туристско-краеведческие маршруты. Основные туристические зоны Беларуси.

Перспективы развития: экотуризм, спортивный, оздоровительный туризм. Деятельность туристических фирм. Спектр предоставляемых услуг. Анализ туристических блогов как вид обратной связи. Работа с фокус-группой.

Тема 5. Участие в туристических выставках как способ продвижения бренда

Международные и национальные туристические выставки и ярмарки.

Социальные сети как средства распространения информации об участии.

Текст и оформление туристических брошюр.

Тема 6. Коммуникация в экскурсионной деятельности

Экскурсовод и его роль в экскурсионном обслуживании. Знания и умения экскурсовода. Сущность, структура и содержание экскурсии.

Тема 7. Туристические ловушки и как их избежать

Время работы заведений. Особенности обслуживания. Транспорт и возможные проблемы. Условия проживания. Законодательство.

Тема 8. Пути решения конфликтов с клиентами

Работа с бизнес-партнерами. Решение спорных вопросов, реакция на жалобы и претензии.

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (связи с общественностью)»)

Тема 1. Что такое организационная коммуникация?

Различные подходы к определению коммуникации в организации: коммуникация как процесс / люди / передача сообщений / создание смыслов / способ достижения цели. Метафоры, используемые при определении организационной коммуникации.

Тема 2. Что такое организация?

Определение организации. Организационная структура и ее элементы.

Типы организаций. Видение, миссия, ценности, цели, стратегии, системы и процессы в организации. Циклы жизнедеятельности организаций.

Тема 3. Климат в организации. Корпоративная этика

Влияние ценностей (организационных и личностных) на климат в организации.

Определение этики. Теории этики: утилитарная, теория прав и свобод, теория справедливости.

Корпоративная этика. Определение этической коммуникации в организации.

Этические дилеммы в организационной коммуникации.

Примеры этических кодексов в различных организациях. Разработка правил этичного поведения в организации.

Тема 4. Корпоративная социальная ответственность

Подходы к определению корпоративной социальной ответственности (КСО). Потенциальные преимущества для бизнеса. Критика и проблемы. КСО и спорные мотивы.

Теория акционеров и теория стейкхолдеров.

Принципы КСО.

Тренды в КСО в мире и Республике Беларусь. Стимулирование КСО.

Примеры успешной и неуспешной реализации проектов в сфере КСО.
Секреты эффективной КСО. Разработка программы КСО для организации.

Тема 5. Личность в контексте организации

Роль индивидуума в организационной коммуникации.

Личностная мотивация. Личностные предрасположенности и предпочтения, касающиеся стилей коммуникации, управления, разрешения конфликтов.

Вопросы гендерного, возрастного, культурного разнообразия и равноправия в организациях.

Тема 6. Группы в организации. Коммуникационные сети и роли

Понятие группы в организациях. Классификация групп по размеру, сфере совместной деятельности, уровню развития, принципу создания и межличностному характеру, цели существования и периоду функционирования.

Групповые роли и нормы.

Кросс-культурная восприимчивость в группах.

Коммуникационные сети: определение и типы. Роли индивидуумов в группах.

Тема 7. Лидерство. Коммуникационные тактики для эффективного управления компанией

Различия между лидерством и менеджментом. Типы власти и стили управления.

Сложности, с которыми сталкиваются лидеры и менеджеры в организациях: изменение форм организационного взаимодействия, глобальные изменения в политической, экономической и культурной сферах, создание инклюзивного рабочего пространства, установление доверия и т.д.

Примеры эффективного и неэффективного лидерства. Коммуникационные тактики для эффективного управления организацией.

Тема 8. Процесс принятия решений и разрешения конфликтов в организации

Факторы, влияющие на процесс принятия решений в организации.

Подходы к принятию решений в организации.

Определение конфликта. Типы, причины и стадии конфликтов. Стили разрешения конфликтов.

Коммуникационные тактики, использующиеся для разрешения конфликтов.
Как направить конфликт в конструктивное русло?

Тема 9. Антикризисная коммуникация

Определение, типология и стадии кризиса.

Определение, функции (внешние и внутренние) и этапы антикризисной коммуникации. Создание и реализация антикризисной программы.

Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса, формирование ключевых сообщений. СМИ как ключевая аудитория в условиях кризиса.

Влияние кризиса на репутацию организации. Примеры эффективной и неэффективной антикризисной коммуникации. Коммуникационные стратегии для успешного выхода из кризиса.

Тема 10. Управление изменениями в организации

Риски управления изменениями. Препятствия на пути к организационным изменениям.

Модели и процессы организационных изменений. Методологии управления изменениями. Процесс планирования изменений в организации.

Примеры организационных изменений. Преодоление сопротивления.

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-04 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеполитические отношения)»)

Тема 1. Работа со СМИ в политической сфере

Пресс-секретарь как часть медиа-команды. Пресс-служба. Базовые документы PR: типология и особенности составления. Взаимодействие со СМИ.

Тема 2. Спичрайтинг в политических отношениях

Типология речей. Структура устного выступления. Использование стратегий и тактик в устных выступлениях (установление контакта, привлечение внимания, мотивация, убеждение). Удачные и неудачные примеры речей.

Речи по поводу особых случаев: вступительная речь, поздравительная речь, благодарственная речь, речь-посвящение, траурная речь.

Информирующие речи: объект, процесс, событие, концепт.

Убеждающие речи: речь, направленная на пассивное согласие, и побуждающая к действию речь. Стратегия убеждения в устных выступлениях.

Тема 3. Спин-докторинг в политических отношениях

История политического спин-докторинга как современной технологии манипулирования медиaprостранством.

Спин-доктор как часть медиа-команды.

Виды спинов: «до-спин», «торнадо-спин», «после-спин». Создание политических событий. Менеджмент новостей и спин-контроль.

Стратегии и тактики изменения восприятия событий публикой.

Тема 4. Имиджмейкинг в политических отношениях

Понятие и сущность политического имиджа. Имиджмейкинг как система и процесс. Основы работы имиджмейкера в политике.

Позиционирование, отсылка к мифам, апелляция к ценностям как основные технологии формирования имиджа.

Имидж политика (женщина/мужчина). Имиджевые измерения: вербальное, визуальное, событийное, контекстное. Их роль в формировании имиджа политической фигуры.

Имидж политической партии. Структура политического имиджа партии, его формирование и функции в электоральном процессе. Предвыборная кампания как процесс формирования имиджа партии.

Имидж негосударственной гуманитарной организации. Миссия, ценности, цели как составляющие имиджа организации.

Тема 5. Государственные структуры и неправительственные политические организации

Взаимодействие государственных структур и неправительственных политических организаций.

Структура и деятельность ООН.

Международные неправительственные организации и их деятельность.

Тема 6. Осуществление коммуникации в сфере защиты прав человека

Деятельность ООН в сфере защиты прав человека.

Взаимодействие с международными правозащитными организациями.

Тема 7. Коммуникативные стратегии предотвращения и регулирования конфликтов на международной арене

Структура и функции Совета Безопасности ООН. Проблемные вопросы функционирования Совета.

Предотвращение конфликтов и миротворческая деятельность. Проблемы и последствия.

Тема 8. Коммуникативные аспекты реализации идеи устойчивого развития в политической сфере

Деятельность ООН в сфере обеспечения устойчивого развития.

Программа устойчивого развития ООН.

Цели устойчивого развития.

Тема 9. Координация гуманитарных вопросов

Работа ООН в сфере решения гуманитарных вопросов.

Управление ООН по координации гуманитарных вопросов.

Миграционные вопросы.

Тема 10. Дипломатический протокол

Общие закономерности и национальные особенности в политической деятельности.

Дипломатический протокол. Служба протокола.

Нарушения дипломатического протокола и их последствия.

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)»)

Тема 1. Обсуждение способов регулирования внешнеэкономической деятельности: выбор между политикой либерализации и протекционизма

Преимущества и недостатки либерализации. Аутсорсинг. Офшорные компании. Индекс экономической независимости.

Преимущества и недостатки протекционизма. Пошлины и квоты. Тарифный барьер. Субсидии. Демпинг. Эволюция взглядов относительно регулирования внешнеэкономической деятельности: меркантилизм, теория сравнительного преимущества Рикардо и др.

Антидемпинг. Добросовестная и недобросовестная конкуренция. Типы пошлин. Роль Всемирной торговой организации в урегулировании споров. Разбор конкретных случаев антидемпинговых споров.

Тема 2. Изучение вопросов инвестиционной политики государства, определение и обсуждение инвестиционных целей и вопросов создания привлекательного имиджа государства на международной арене

«За» и «против» иностранных инвестиций. Типы инвестиций. Инвестиции «с чистого листа». Портфельные инвестиции. Прямые и косвенные инвестиции.

Инвестиционный риск и способы обеспечения безопасности инвестиций. Активные и пассивные инвестиции. Коэффициент «цена/чистая прибыль». Прогнозирование фондового рынка. Стоимостное инвестирование. Инвестиционные цели.

Транснациональные корпорации как крупнейшие инвесторы. Достоинства и недостатки транснациональных корпораций и конгломератов. Успешная совместная деятельность. Инвестиции в конгломераты. Диверсификация.

Методы стимулирования инвестиций. Действия по созданию привлекательного имиджа.

Тема 3. Изучение основных типов рынков, рассмотрение и обсуждение их экономических составляющих

Типы рынков. Принципы функционирования фондовой биржи. Внутренняя информация. «Рынок быков» и «рынок медведей».

Форекс: основные достоинства и принципы функционирования. Межбанковский рынок. Кредитное плечо.

Разбор конкретных случаев сделок и процессов на рынке иностранных валют: китайский юань, аргентинское песо, Дж. Сорос и «черная среда» и др.

Причины и следствия колебаний курсов валют. Подведение итогов.

Тема 4. Определение и изучение основных областей инновационных исследований и принципов венчурного капитализма Венчурный капитал. Предприятия в начальной стадии развития. Интернет-компании. Участники венчурной модели: венчурные капиталисты, бизнес-ангелы, предприниматели, институциональные инвесторы и др. Стадии развития компании.

Бизнес-инкубаторы. Типы инкубаторов, их преимущества и недостатки. Искусство эффективной презентации бизнес-идеи (elevator pitching). Интернет-компании как исторически первое направление венчурной экономики.

Финансирование инноваций. Основные области инновационных исследований (высокие технологии, биотехнологии, экологически чистые технологии).

Стадии переговоров. Стилль ведения переговоров. Переговоры венчурных капиталистов. Подведение итогов.

Тема 5. Обсуждение основных понятий поведенческой экономики и поведенческих установок, влияющих на принятие экономических решений

Основные понятия в сфере поведенческих финансов и экономики. Поведенческие установки, влияющие на принятие экономических решений. Теория игр: игра-ультиматум. Парадокс победителя.

Экономические парадоксы, обращение предпочтений, излишняя уверенность, эффект владения, «двойной счет», сохранение status quo, фиксация на известном (якорение), групповое мышление, мнимый консенсус и др.

Экономические тайны повседневной жизни. Экономика благотворительности, искушения, ожидания, счастья. Биржевая паника.

Тема 6. Изучение маркетинговых стратегий и стадий проведения маркетингового анализа для проведения кампании по продвижению товаров и услуг

Маркетинг как комплекс мероприятий по продвижению товаров и услуг на рынке. Комплекс продвижения, его составляющие и их свойства. Перекрестное продвижение. Вирусный маркетинг. Кампания по продвижению.

Управление взаимоотношениями с клиентами. 12 законов лояльности потребителей.

Анализ рынка. SWOT-анализ.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Модуль «Межкультурный дискурс»

(для всех направлений специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)»)

Основная литература

- 1) Samovar, L. A. Communication Between Cultures/ L. A. Samovar, R. E. Porter, E. R. McDaniel, C. S. Roy/ 9th Edition. – Boston : Cengage Learning, 2016. – 432 p.
- 2) Samovar, L. A. Intercultural Communication: A Reader / L. A. Samovar, R. E. Porter, E. R. McDaniel, C. S. Roy/ 14th Edition. – Boston : Cengage Learning, 2015. – 528 p.

Дополнительная литература

- 1) Hall, E.T. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.edwardthall.com>. – Date of access: 10.09.2016.
- 2) The Hofstede Center [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.geert.hofstede.com>. – Date of access: 10.09.2016.
- 3) Wood, J. T. Gendered lives: Communication, Gender, and Culture / J. T. Wood. – 11th Ed. – Boston : Cengage Learning, 2014. – 341 p.

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-01 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (информационное обслуживание)»)

Основная литература

- 1) Поплавская, Т. В. Английский язык. Проблемы коммуникации : учеб. пособие для вузов / Т. В. Поплавская, Т. А. Сысоева. – М. : Юрайт, 2018. – 175 с.
- 2) Поплавская, Т. В. Онлайн и оффлайн коммуникация: секрет успешного переключения = Online vs. Offline: Don't forget to switch: пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)» / Т. В. Поплавская, Т.А. Сысоева. – Минск : МГЛУ, 2020. – 140 с.
- 3) Comer, D. E. The Internet Book: Everything You Need to Know About Computer Networking and How the Internet Works / D. E. Comer. – 5th Ed. – Boca Raton : Chapman and Hall/CRC, 2018. – 404 p.

Дополнительная литература

- 1) Брезгунова, И. В. Операционная система Microsoft Windows 7 : учеб.-метод. пособие / И. В. Брезгунова, Е. В. Шакель ; Респ. ин-т высш. шк. – Минск : РИВШ, 2014. – 124 с.
- 2) Гуров, Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети / Ф. Гуров. – М. : Вершина, 2016. – 152 с.

- 3) Маккартни, М. П. Секреты успеха в электронном бизнесе / М. П. Маккартни, К. Пэтл. – СПб. : Питер, 2015. – 350 с.
- 4) Abushakra, N. Netiquette: Modern Manners For A Modern World: The Ultimate Guide To Online Etiquette / N. Abushakra. – Scotts Valley : CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. – 148 p.
- 5) Computer Language Company. Longest-Running Tech Encyclopedia [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.computerlanguage.com>. – Date of access : 04.03.2018.
- 6) Kelk, L. One in a Million / L. Kelk. – L. : Harper Collins Publishers, 2018. – 410 p.
- 7) McCulloch, G. Because Internet: Understanding the New Rules of Language / G. McCulloch. – NY : Riverhead Books, 2019. – 336 p.
- 8) Tech Terms. The Tech Terms Computer Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access : <https://techterms.com>. – Date of access : 04.03.2018.

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)»)

Основная литература

- 1) Amore, A. Tourism and Resilience Individual, Organisational and Destination Perspectives / A. Amore, C. M. Hall, G. Prayag. – Channel View Publications, 2017. – 192 p.
- 2) Jones, L. English for the Travel and Tourism Industry / L. Jones. – Cambridge University Press, 2016. – 172 p.
- 3) Riley, D. Check Your Vocabulary Hotels, Tourism and Catering / D. Riley. – Peter Collin Publishing, 2016. – 52 p.

Дополнительная литература

- 1) Becken, S. Climate Change and Tourism: From Policy to Practice / S. Becken, J. Hay. – Routledge, 2016. – 115 p.
- 2) Becker, E. Overbooked: The Exploding Business of Travel and Tourism / E. Becker. – Simon & Schuster, 2017. – 245 p.
- 3) Higham, J. Sport Tourism Development / J. Higham, T. Hinch. – Channel View Publications, 2018. – 254 p.
- 4) Hongliang, Y. Heritage Tourism in China Modernity, Identity and Sustainability / Y. Hongliang. – Channel View Publications, 2017. – 215 p.
- 5) Maccannell, D. The Ethics of Sightseeing / D. Maccannell. – University of California Press, 2011. – 189 p.
- 6) Scott, J. Thinking through Tourism / J. Scott, T. Selwyn. – Berg, 2015. – 210 p.
- 7) Let's Go. Travel Guides [Electronic resource]. – Mode of access : <https://letsgo.com>. – Date of access : 24.09.2016.

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (связи с общественностью)»)

Основная литература

- 1) Федотова, Л. Н. Связи с общественностью: теория и практика : учебник. / Л.Н. Федотова. – М. : Вест-Консалтинг, 2016. – 468 с.
- 2) Colquitt, J. Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace / J. A. Colquitt. – 5th ed. – NY : McGraw-Hill Education, 2017. – 608 p.
- 3) Tuncer, M. International Public Relations: Practices and Approaches / M. Tuncer. – Berlin : Peter Lang, 2018. – 278 p.

Дополнительная литература

- 1) Куликова, Л. В. Коммуникация. Стиль. Интеркультура : Прагмалингвистические и культурно-антропологические подходы к межкультурному общению : учеб. пособие. / Л. В. Куликова. – М. ; Красноярск : ИНФРА-М : СФУ, 2018. – 168 с.
- 2) Лашкова, Е. Г. Организация и проведение коммуникационных кампаний : учеб. для вузов. / Е. Г. Лашкова. – М. : Академия, 2014. – 270 с.
- 3) Овчинникова, И. М. Деловое общение по-английски : резюме, переписка, переговоры : учеб пособие / под ред. С. С. Хромова. – 2-е изд. / И. М. Овчинникова. – Минск : Унив. кн., 2014. – 302 с.
- 4) Свистун, Т. И. Коммуникация в международных организациях : практикум / Т. И. Свистун. – Минск : МГЛУ, 2018. – 52 с.
- 5) Смирнов, Г. Н. Этика деловых отношений : учебник. – 2-е изд., испр. и доп. / Г.Н. Смирнов. – М. : Проспект, 2015. – 272 с.
- 6) Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : практикум : учеб. пособие для акад. бакалавриата. / А. Н. Чумиков. – М. : Юрайт, 2018. – 173 с.
- 7) Chandler, D. Strategic Corporate Responsibility: Sustainable Value Creation / D. Chandler. – 4th ed. – Thousand Oaks : Sage Publications, 2016. – 488 p.
- 8) Frandsen, F. Organizational Crisis Communication. A Multivocal Approach / F. Frandsen, W. Johansen. – 1st ed. – Thousand Oaks : Sage Publications, 2016. – 280 p.
- 9) Swann, P. Cases in Public Relations Management: The Rise of Social Media and Activism / P. Swann. – 2nd ed. – New York : Routledge, 2014. – 608 p.

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-04 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеполитические отношения)»)

Основная литература

- 1) Поплавская, Т. В. Английский язык. Проблемы коммуникации : учеб. пособие для вузов / Т. В. Поплавская, Т. А. Сысоева. – М. : Юрайт, 2018. – 175 с.
- 2) Lucas, S. E. The Art of Public Speaking / S. E. Lucas. – 7th ed. – N.Y. : McGraw-Hill Education, 2019. – 449 p.
- 3) UN, Basic facts about the United Nations. – 42nd ed. – N.Y. : UN, 2017. – 276 p.

Дополнительная литература

- 1) Adler-Nissen, R. Opting out of the European Union: diplomacy, sovereignty and European integration / Rebecca Adler-Nissen. – Cambridge : Cambridge University Press, 2015. – 253 p.
- 2) Aho, J. Far-right fantasy: a sociology of American religion and politics / J. Aho. – N.Y. : L. : Routledge, 2016. – 168 p.
- 3) Garrett, W. B. The Concise Oxford Dictionary of Politics and International Relations / W. B. Garrett, I. McLean, A. McMillan. – 4th ed. – Oxford University Press, 2018. – 640 p.
- 4) Glennon, M. J. National security and double government / M. J. Glennon. – N.Y. : Oxford University Press, 2015. – 257 p.
- 5) Johnston, S. American dionysia: violence, tragedy, and democratic politics / S. Johnston. – N.Y. : Cambridge University Press, 2015. – 296 p.
- 6) Hemmer, N. Messengers of the right: conservative media and the transformation of American politics / N. Hemmer. – Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 2016. – 320 p.
- 7) Landert, D. Personalisation in mass media communication: British online news between public and private / D. Landert. – Amsterdam : Philadelphia : John Benjamins Publishing, 2014. – 294 p.
- 8) Oatley, T. A political economy of American hegemony: buildups, booms, and busts / T. Oatley. – N.Y. : Cambridge University Press, 2015. – 199 p.
- 9) Smith, R. A. The American anomaly: U. S. politics and government in comparative perspective / Raymond A. Smith. – 3rd ed. – N.Y. : L. : Routledge, 2014. – 230 p.
- 10) Weisbrode, K. The Atlanticists: a story of American diplomacy / K. Weisbrode. – Santa Ana : Nortia Press, 2015. – 347 p.

Модуль «Профессиональное общение»

(направление специальности 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)»)

Основная литература

- 1) Bacchus, J. The Willing World: Shaping and Sharing a Sustainable Global Prosperity. [Electronic resource] / J. Bacchus. – 2018. – Cambridge University Press. – Mode of access : <https://www.cambridge.org/core/books/willing-world/BAEB9DO26BD491D3BCED65C55951340D>. – Date of access : 19.10.2018.
- 2) International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences / ed. J. Wright [Electronic resource]. – 2016. – 2-nd ed. – Elsevier Ltd. – Mode of access : <https://www.sciencedirect.com/referencework/9780080430768/international-encyclopedia-of-the-social-and-behavioral-sciences>. – Date of access : 15.11.2018.
- 3) Thaler, R. Misbehaving: The Making of Behavioral Economics [Electronic resource] / R. Thaler. – 2016. – N.Y. : W.W.Norton & Company. – Mode of access : <https://www.amazon.com/Misbehaving-Behavioral-Economics-Richard-Thaler/dp/039335279X>. – Date of access : 20.12.2018.

Дополнительная литература

1) Ebert, Ph. Nudge Management: Applying Behavioral Science to Increase Knowledge Worker Productivity [Electronic resource] / Ph. Ebert, W. Freibichler // Journal of Organization Design. – 2017. – Vol.6, №4. – Mode of access : https://www.researchgate.net/publication/315471672_Nudge_Management_Applying_Behavioural_Science_to_Increase... – Date of access : 15.12.2018.

2) Fairbrother, M. Economists, Capitalists, and the Making of Globalization: North American Free Trade in Comparative-Historical Perspective [Electronic resource] / M. Fairbrother // American Journal of Sociology. – 2014. – Vol. 119, №5. – P.1324–1379. – Mode of access : <https://www.jstor.org/stable/10.1086/675410>. – Date of access : 15.12.2018.

3) Fajgelbaum, P. Measuring the Unequal Gains from Trade [Electronic resource] / P. Fajgelbaum, A. Khandelwal // The Quarterly Journal of Economics. – 2016. – Vol.131, №3. – P.1113–1180. – Mode of access : https://econpapers.repec.org/article/oupjecon/v_3a131_3ay_3a2016_3ai_3a3_3ap_3a1113-1180...htm. – Date of access : 15.12.2018.

4) Sarapultsev, A. Novelty, Stress, and Biological Roots in Human Market Behavior [Electronic resource] / A. Sarapultsev, P. Sarapultsev // Behavioral Sciences. – 2014. – Vol.4, №1. – P.53-69. – Mode of access : https://www.researchgate.net/publication/260181819_Novelty_Stress_and_Biological_Roots_in_Human_Market_Behavior. – Date of access : 16.10.2018.

5) Sunstein, C. The Ethics of Influence: Government in the Age of Behavioral Science [Electronic resource] / C. Sunstein. – 2016. – Cambridge University Press. – Mode of access : <https://www.amazon.com/Ethics-Influence-Government-Behavioral-Cambridge/dp/1107140706>. – Date of access : 20.12.2018.

6) Sunstein, C. Nudging and Choice Architecture: Ethical Considerations. [Electronic resource] / C. Sunstein. – 2017. – Mode of access : https://law.harvard.edu/pdf/Sunstein_809. – Date of access: 10.11.2018.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Студентам рекомендуется следующий перечень заданий для осуществления самостоятельной работы:

- самостоятельное изучение темы или подтемы;
- самостоятельное ознакомление с дополнительными источниками по теме (статьями, отрывками из книг, фильмами в соответствии с предложенным списком);
- составление тематической подборки литературных/информационно-справочных/интернет-источников, анализ источников;
- изучение методических указаний к заданию (рекомендации по выбору формата презентации, структуры устного выступления, эффективных стратегий и тактик, соответствующих вербальных и невербальных средств);
- анализ документа, статьи, видеофрагмента, кейса;
- просмотр художественного или документального фильма и подготовка отчета/доклада на заданную тему;
- подготовка отчета / доклада на заданную тему по прочтенной книге;
- подборка актуального материала для практического анализа или презентации в печатных СМИ, телевизионных программах различного характера (рекламе, новостях, документальных и художественных фильмах, сериалах), художественной литературе;
- разработка рекомендаций, сценария мероприятия, программы стратегического развития организации, программы тренинга и т. д.;
- подготовка творческого проекта (проведение полевого исследования, составление портфолио, подготовка к ролевой игре).

Для контроля выполнения самостоятельной работы студентов разрабатывается и формируется фонд оценочных средств, который включает:

- устный опрос;
- участие в дискуссии, дебатах;
- демонстрацию индивидуальной, парной или групповой презентации;
- представление доклада/отчета/реферата;
- проведение перекрестного контроля (взаимоконтроля) в парах или группах.

Контроль выполнения заданий по самостоятельной работе рекомендуется осуществлять преимущественно на аудиторных занятиях в ходе обсуждения и/или аргументативной презентации выполненных заданий, а также в форме тестов и путем экспресс-опроса студентов по вопросам, вынесенным на самостоятельное изучение.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ

Диагностику результатов учебной деятельности студентов по дисциплине «Культурный контекст профессионального общения» рекомендуется осуществлять в виде промежуточного контроля и текущей аттестации.

Для проведения промежуточного контроля на практических занятиях рекомендуется использовать такие средства диагностики как: фронтальный, групповой и индивидуальный опрос, выполнение тестовых заданий, анализ текста (устного выступления, печатной статьи или кейса), выступление с докладом или презентацией, представление проекта, доклада, портфолио или результатов исследовательского задания, участие в дискуссии или дебатах, ролевых играх.

Рекомендуемая форма текущей аттестации – экзамен.

ТРЕБОВАНИЯ К ОБУЧАЮЩЕМУСЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ

В ходе текущей аттестации для оценки результатов обучения применяются критерии оценивания, рекомендованные Министерством образования.