

Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

  
\_\_\_\_\_ В.Ю. Шутилин

28 06 2019 г.

Регистрационный № УД 3770-19/уч.

**МЕЖДУНАРОДНАЯ КОММУНИКАЦИЯ  
(International Communication)**

для специальности 1-26 80 05 «Маркетинг»  
(на английском языке)

**СОСТАВИТЕЛИ:**

Эдвардс Н.М., доцент кафедры межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат педагогических наук

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

Дементьева Т.Г., доцент каф. интенсивного обучения иностранным языкам № 2 учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет (МГЛУ)», кандидат филологических наук, доцент;

Новик Н.А., заведующий кафедрой профессионально ориентированной английской речи учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 25.04. 2019)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 25.06. 2019)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа дисциплины «Международная коммуникация» (International Communication) на английском языке входит в цикл дисциплин специальности и направлена на формирование аналитического, критического мышления и творческого подхода к осмыслению процесса делового общения в международном сотрудничестве, выработки умений и навыков использования инструментов устной и письменной коммуникации в соответствии с общепринятыми в международном бизнес-сообществе правилами и моделями на английском магистрантов БГЭУ для специальности 1-26 80 05 «Маркетинг» магистерской программы «Событийный маркетинг», степень «магистр».

*Целью* учебной дисциплины «Международная коммуникация» (International Communication) является изложение теоретических и практических основ устной и письменной международной коммуникации маркетинговой направленности с коммуникантами из различных культур в определенных речевых ситуациях и с учетом англоязычной бизнес-среды. Изучение дисциплины направлено на формирование аналитического, критического мышления и творческого подхода к осмыслению процесса делового общения, выработки навыков использования инструментов эффективной коммуникации с представителями различных корпоративных культур.

*Основной задачей* обучения учебной дисциплине «Международная коммуникация» (International Communication) является формирование, развитие и совершенствование профессиональной языковой и культурной компетентности магистра, позволяющей эффективно применять инструменты устной и письменной коммуникации в международной бизнес-среде.

*Успешность усвоения* дисциплины «Международная коммуникация» (International Communication) обеспечивается предшествующей подготовкой студентов по таким дисциплинам, как «Relationship Marketing», «Basics of Event Management», «Strategic Marketing», «Communicative Technologies», «English Language», поскольку сочетает в себе, углубляет и закрепляет знания и навыки, ранее полученные студентами.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

*знать:* теоретические основы устной и письменной международной коммуникации маркетинговой направленности с коммуникантами из различных культур в определенных речевых ситуациях в англоязычной бизнес-среде;

*уметь:* применять навыки эффективной международной коммуникации маркетинговой направленности с международными коммуникантами;

*владеть:* инструментами установления, развития и восстановления / завершения устной и письменной коммуникации с международными коммуникантами в бизнес-среде.

Учебная программа по учебной дисциплине «Интерпретация коммуникативного поведения» учреждения высшего образования для

специальности разработана с учетом основных положений концепции обучения иностранным языкам в системе непрерывного образования Республики Беларусь, концепции современного языкового образования, а также в соответствии с нормативными документами.

Организация обучения настоящей учебной дисциплине осуществляется на основе принципов *компетентностного и системного подходов*.

Общее количество часов – 108 ч., количество аудиторных часов, отводимое на изучение учебной дисциплины в соответствии с учебным планом учреждения высшего образования по специальности 1-26 80 05 «Маркетинг» магистерской программы по профилизации «Событийный маркетинг» аудиторных – 48 ч, из них: 30 ч. – лекции, 18 – семинарские занятия. *Формы текущей аттестации* по учебной дисциплине – экзамен, количество кредитов – 3.

**Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Международная коммуникация» (International Communication)»  
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 УСП				
						Л	Пз			Лаб
1	Unit I Сферы международного сотрудничества. Особенности и риски коммуникации между представителями различных культур. Принципы, формы и примеры международного сотрудничества. Сфера политического и культурного международного сотрудничества. Сфера коммерческого сотрудничества. Международное научно-технологическое сотрудничество и разработка.	4		2		4	2	[2, 3, 5]	Лексические Quiz, устный опрос, Case-study	
2	Unit II Устная коммуникация в международном сотрудничестве Формы и основные принципы устной коммуникации в международном сотрудничестве. Слои культуры и их роль в международном сотрудничестве. Значение невербальной коммуникации в международном сотрудничестве. Влияние глобализации на коммуникацию в международном сотрудничестве. Типы международных переговоров. Деловые встречи, презентации и публичные выступления в международном окружении. Модели успешной бизнес коммуникации в международном сотрудничестве.	8		4		8	4	[1, 2, 3, 4, 8]	Лексические Quiz Тест	
3	Unit III Письменная коммуникация в международном сотрудничестве. Деловая переписка в международном сотрудничестве. Бизнес коммуникация в международных сетях. Контрактные документы по международному сотрудничеству / кооперации. Документы самопрезентации в международном сотрудничестве	4		2		2	4	[2, 3, 9]	Лексические Quiz, устный опрос, Case-study	
<b>Всего часов</b>		<b>16</b>		<b>8</b>		<b>14</b>	<b>10</b>		<b>Экзамен</b>	

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### 2 семестр

**Всего – 48 часов, в т.ч. 30 часов - лекционные занятия**

#### **I Раздел I Сферы международного сотрудничества. Особенности и риски коммуникации между представителями различных культур**

1 Сферы международного сотрудничества в современном мире. Три уровня официальности в международной коммуникации. Понятие международных отношений, сотрудничества и кооперации. Классификации форм международного сотрудничества. Регулирование международных отношений.

Трудности и типичные ошибки в общении различных культур. Распространенные стереотипы и сбалансированный подход к толерантности в коммуникации и потребностями бизнеса в международных отношениях. Теория (каузальной) атрибуции, теория имплицитной личности и распространенные виды искажений в восприятии и недопонимании в коммуникации.

2 Политическая и культурная сфера международного сотрудничества. Принципы, формы и примеры политического и культурного международного сотрудничества. Особенности дипломатического протокола в политическом и культурном сотрудничестве. Роль письменной коммуникации и документального оформления сотрудничества в данных сферах.

3 Коммерческая сфера международного сотрудничества. Принципы, формы и примеры международной внешнеэкономической деятельности (МВЭД): торговля, индустриальное сотрудничество, технологическое сотрудничество, сотрудничество в валютно-финансовой и кредитной сфере. Различные подходы к договорным обязательствам в разных культурах. Оформление коммерческого международного сотрудничества.

4 Направления и международный характер коммуникации в научно-технической разработке (RTD). Принципы, формы и примеры международного сотрудничества в сфере RTD. Международные совместные проекты и сети в RTD. Сетевые коммуникационные проблемы. Эффективное взаимодействие с заинтересованными сторонами на международном уровне. Навыки общения / коммуникации в международных научно-исследовательских проектах.

#### **II Раздел II Устная коммуникация в международном сотрудничестве**

1 **Формы и основные принципы устной коммуникации в международном сотрудничестве.** Культурный менеджмент в международном сотрудничестве. Различные культурные подходы к вопросам тайм-менеджмента, к проблеме иерархии. Различные подходы к вопросу формирования команды для участия в международной встрече, коллективная и индивидуальная ответственность в бизнесе. Сочетание аспектов окружения, культурных,

ситуационных, психологических, реляционных и личных аспектов, влияющих на коммуникацию в международном сотрудничестве.

2 Слои культуры и их роль в коммуникации в международном сотрудничестве.

Слои культуры: национальный, региональный, профессиональный / образовательный, гендерный, классовый, религиозный, поколенческий, этнический, корпоративный, личный. Коммуникационные крайности в культурах: культуры, ориентированные на факты – культуры, ориентированные на отношения – культуры, ориентированные на доверие. Высоко-контекстные и низко-контекстные культуры. Последовательные и синхронные культуры. Культуры, похожие на кокос и культуры, похожие на персик. Коллективистские и индивидуалистические культуры. Линейные активные - мульти-активные - реактивные культуры. Аффективные и нейтральные культуры. Национальные коммуникативные модели: Италия, Финляндия, Германия, Австрия, Великобритания, США. Шаблоны прослушивания: Германия, США, Словения, Хорватия, Сербия. Риски искажений восприятия в международном общении: стереотипирование, «эффект ореола», избирательное восприятие и проекция.

3 Роль невербальной коммуникации в международном сотрудничестве.

«Кластерный» подход к интерпретации невербалики. Семь элементов невербальной коммуникации. Понимание паралингвистических (голосовых знаков) и невербальных знаков: проксемика, кинесика, окулесика, гаптика, хронемика, сенсорика, системология (артефакты), в интернациональном взаимодействии. Культурная интерпретация невербальных знаков и типичные ошибки интерпретации поведения представителей различных культур.

4 Влияние глобализации на коммуникацию в международном сотрудничестве.

Выбор стандартов желаемых моделей личностного общения в международном окружении для более четкого понимания. Модели международной коммуникации. Выстраивание отношений с потенциальными международными партнерами. Семь полезных тактик для успешного сотрудничества с международными партнерами. Роль английского языка в мировой коммуникации.

5 Типы международных переговоров.

Стили переговоров в линейно-активных, мульти-активных и реактивных культурах. Типы международных переговоров:

а Сотрудничество, конкуренция, компромисс, приспособление и избегание (по технологии проведения);

- b Коммерческие и партнерские (по поставленной цели партнерства);
- с “Лицом к лицу”, дистанционные (через технологии телеконференции или по телефону) (по типу связи);
- d Двусторонние или многосторонние (по количеству вовлеченных сторон);
- е Ролевые игры, “психодрама”, “мозговой штурм”, беседа (по характеру коммуникации);
- f Разумный и конструктивный или неразумный и разрушительный (в зависимости от характера коммуникативного потока и достигнутого результата);
- ж Жесткие, мягкие, принципиальные (по доминирующей модели переговоров);
- h Как одно мероприятие или цепочка мероприятий (продолжительность событий).

6 Деловая встреча, презентация и публичные выступления в международных условиях. Общение в небольших международных командах. Представления сторон при встрече, предоставление обратной связи и реагирование на нее, принятие решений в небольших международных коллективах. Культурно нейтральные словесные и паралингвистические модели в публичных выступлениях. Интерпретация сообщений выступающего с межкультурной точки зрения: идиосинкразическая и традиционная интерпретация. Риски преувеличения, перефразирования, чрезмерного истолкования посланий ораторов в международном общении.

7 Успешные коммуникативные модели в коммуникации в международном сотрудничестве.

. Избегание: раздражителей, встречных предложений, спирали защиты / атаки, маркировки поведения. Практическое применение тактик: вопросы, активные методы слушания, эмоциональное раскрытие и формулирование единственной причины вместо многих. Пять основных коммуникативных направлений: учиться, думать, “выкладывать все карты на стол”, двигаться “медленно, чтобы успеть” и ассертивное невербальное поведение. Управление разнообразием и креативностью в коллективе с международным составом участников: получение максимальной отдачи от международного состава. Универсальный практический KISS-подход для эффективной коммуникации.

### **Раздел III Письменная коммуникация в международном сотрудничестве**

1 Деловая переписка в международном общении: правовой статус, три основных принципа, освещение 15 стандартных бизнес-ситуаций, общие идеи о структуре письма, полный сблокированный стиль оформления американского письма. Специфический подход к датированию (британский и американский), роль аббревиатур и латинских заимствований.

2 Деловое общение в сетях. Договорные документы о международном сотрудничестве / кооперации. Взаимодействие с заинтересованными сторонами. Навыки общения / коммуникации в международных научно-исследовательских проектах. Типичные пробелы в сетевой коммуникации (networking).

3 Документы самопрезентации в международном общении: резюме, анкета, профайл. Формат CV Euro-Pass для академических и научных целей в международном общении. Самооценка в документах типа CV как этико-культурный вопрос в международном общении.

## **ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ СЕМИНАРЫ**

### **I Раздел I Сферы международного сотрудничества. Особенности и риски коммуникации между представителями различных культурами**

#### **1 Семинар 1 Регулирование международных отношений.**

- 1 Трудности и типичные ошибки в международном общении.
- 2 Классификация и примеры форм международной связи.
- 3 Различия и примеры сотрудничества и кооперации.
- 4 Трудности и типичные ошибки в международном общении.

#### **2 Семинар 2 Направления международной коммуникации в современном мире**

- 1 Примеры политического, культурного и спортивного международного сотрудничества Республики Беларусь.
- 2 Примеры коммерческого международного сотрудничества Республики Беларусь.
- 3 Примеры научно-технического международного сотрудничества и кооперации Республики Беларусь.

### **II Раздел II Устная коммуникация в международном сотрудничестве**

#### **I Семинар 3 Основные принципы личного общения на международных мероприятиях**

- 1 Обзор основных принципов международного межличностного общения: культурное влияние на характер международной коммуникации.
- 2 Примеры международных подходов к относительно отношения ко времени, гендерным вопросам, иерархическим аспектам, командной и индивидуальной ответственности в деловом общении.

3 Описание и примеры невербальных коммуникативных сообщений в международном межличностном общении.

4 Управление разнообразием и креативностью в интернациональном коллективе: получение максимальной отдачи от интернационального состава коллектива. KISS-подход для эффективной публичной речи.

### 2 **Семинар 4 Различные культурные подходы к международной коммуникации**

1 Описание и примеры культур, ориентированных на факты, отношения и доверие; высоко-контекстные и низко-контекстные культуры с точки зрения коммуникации.

2 Различия и примеры линейных активных, мультиактивных и реактивных культур с точки зрения коммуникации.

3 Обзор европейских и азиатских национальных коммуникативных моделей.

4 Причины и примеры рисков искажений восприятия в международной коммуникации.

### 3 **Семинар 5 Стили международных переговоров**

1 Международные стили ведения переговоров в линейно-активных, мульти-активных и реактивных культурах.

2 Распространенные национальные стереотипы и сбалансированный подход между терпимостью к различиям (толерантностью) и потребностями бизнеса на международных переговорах.

3 Описание и примеры стилей: сотрудничества, конкуренции, компромисса, приспособления и избегания в переговорах.

4 Описание и примеры жестких, мягких, принципиальных стилей переговоров.

### 4 **Семинар 6 Международные встречи, презентации и публичные выступления**

1 Принципы подготовки и проведения деловых встреч, презентаций и публичных выступлений в международном окружении.

2 Особенности организации эффективного делового общения в небольших международных коллективах. Фокус на представлении сторон при знакомстве, предоставлении обратной связи и реагировании на обратную связь, принятии совместных решений.

3 Рассмотрение рисков и примеров неправильного толкования сообщений

коммуникантов с разных культурных позиций.

4 Характеристики успешных моделей общения в международной межличностной коммуникации. Задание на тематическое исследование ситуации (case study).

### III Раздел III Письменная коммуникация в международном сотрудничестве

#### 1 **Семинар 7 Письменная международная коммуникация**

1 Роль деловых писем и сообщений электронной почты в международном сотрудничестве и кооперации.

2 Пример стандартной цепочки в переписке по оформлению сделки: “заказчик – поставщик” (письмо-запрос – письмо-разъяснение – письмо-заказ).

3 Пример стандартной цепочки в переписке по задержке оплаты: запрос просроченного платежа (заказное письмо - письма о взыскании задолженности, стратегия трех напоминаний)

4 Пример стандартной цепочки в переписке по разбору претензии “клиент – поставщик”: (письмо-жалоба – письмо-претензия – письмо-извинение)

#### 2 **Семинар 8 Международная сетевая коммуникация (networking)**

1 Международная сеть для деловых целей (с заинтересованными сторонами, международные проекты R & D).

2 Типичные пробелы в международной сетевой коммуникации. Как улучшить навыки коммуникации и работы в международной сети: советы и лучшие практики.

3 Сетевой этикет в международном общении: примеры, правила и лучшие практики. Преимущества и риски сетевой коммуникации.

4 Тематическое исследование (Case-study) международной RTD сети (научно-технической разработки): цели, задачи, охват, деятельность, нормы и стандарты коммуникации, результаты.

#### 3 **Семинар 9 Документы по самопрезентации на международном уровне**

1 Формы и примеры документов самопрезентации в международном общении (резюме, анкета, профайл).

2 Самооценка как этико-культурная проблема в международном общении. Риски и преимущества самооценки.

3 Использование CV EuroPass для целей трудоустройства (Case-study).

**Всего**



## **ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Международная коммуникация» (International Communication) для специальности 1-26 80 05 «Маркетинг» магистерской программы «Событийный маркетинг»  
(на английском языке)

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, включая web-ресурсы, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к презентациям и анализу Case studies с примерами в бизнес коммуникации с последующим представлением результатов исследования анализа на семинарском занятии в группе в соответствии с требованиями;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тест, лексические Quiz, устные опросы, case-study, мини-презентации);
- подготовка к экзамену.

### **Нормативные и законодательные акты**

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании (принят Палатой представителей 2.12.2010 г., одобрен Советом Республики 22.12.2010 г.).
2. Образовательный стандарт «Высшее образование. Первая ступень. Цикл социально-гуманитарных дисциплин» (утвержден и введен в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 01.09.2006 г. № 89).
3. Кодекс Республики Беларусь об образовании (принят Палатой представителей 2.12.2010 г., одобрен Советом Республики 22.12.2010 г.).
4. Образовательный стандарт «Высшее образование. Первая ступень. Цикл социально-гуманитарных дисциплин» (утвержден и введен в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 01.09.2006 г. № 89).

5. Порядок разработки, утверждения и регистрации учебных программ для первой ступени высшего образования (утверждено Министерством образования Республики Беларусь от 28.12.2007 г.).

6. Письмо Министерства образования Республики Беларусь от 28.05.2013 г. № 09-10/53-ПО (о критериях оценки результатов учебной деятельности обучающихся в учреждениях высшего образования по десятибалльной шкале).

## ЛИТЕРАТУРА

### *Основная:*

- 1 Эдвардс, Н.М. Communicative Behaviors Interpretation = Интерпретация коммуникативного поведения : учеб.-метод. пособие на англ. яз. / Н.М. Эдвардс. – Минск: БГЭУ, 2019. – 150 с.
- 2 Эдвардс, Н.М. Strategies for Communicative Behaviors = Стратегии коммуникативного поведения : учеб.-метод. пособие на англ. яз. / Н.М. Эдвардс. - Минск : БГЭУ, 2018. – 96 с.
- 3 Dignen Bob. Communicating Across Cultures, Cambridge University Press. 2011. – 96 p.
- 4 Powell, M. International Negotiations Student's Book with Audio CDs (2) / M.Powell. – Cambridge University Press, 2012. – 112 p.

### *Дополнительная:*

- 5 Кудрявец, Ю. Н. Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности : учеб.-метод. пособие / Ю. Н. Кудрявец. – Минск : БГУ, 2015. – 203 с.
- 6 Левицкий Р., Сондерс Д., Барри Б., Минтон Д. Самое главное о переговорах. М.: ФОРУМ, 2010. – 320с.
- 7 Baade K., Holloway Ch., Scrivener J. & Tutner R. Business Result. Advanced Student's Book. Oxford University Press. – 2016. – 167 p.
- 8 Gates Michael. Cross Cultural Management. SI-K Exportcoop SEE, Said Business School, University of Oxford. – 61 slides.
- 9 Paul Emmerson. E-mail English. Macmillan Press, 2014, 96 p.
- 10 Program on Negotiation at Harvard Law School. Overcoming Cultural Barriers in Negotiations. Free Report. Cross-Cultural Communication Techniques and Negotiation Skills From International Business and Diplomacy. – 2015. – 19 p.
- 11 Rebori Marlene K. How to Organize and Run Effective Meetings. University of Nevada Reno. – 2011.

### *Интернет-источники:*

12 Внешняя политика Беларуси: открытая, прагматичная и принципиальная. Портал “Беларусь: факты”. [http://belarusfacts.by/ru/belarus/politics/foreign\\_policy/](http://belarusfacts.by/ru/belarus/politics/foreign_policy/)


13 Besson, Chantal; Graf, Daria, Hartung, Insa, Voisard, Séverine. "The importance of non-verbal communication in professional interpretation". aiic.net. January 19, 2005. Accessed January 4, 2017. <<http://aiic.net/p/1662>>. The importance of non-verbal communication in professional interpretation <http://aiic.net/page/1662/the-importance-of-non-verbal-communication-in-professional-interpretation/lang/1>

14 Goleman, Daniel. Building rapport with business contacts. <http://www.skillsyouneed.com/ips/rapport.html#ixzz4UUbE8y5y>

15 Harvard Law School. Project Report *Secrets of Successful Dealmaking in Business Negotiations*: <http://www.pon.harvard.edu/freemium/dealmaking-secrets-of-successful-dealmaking-in-business-negotiations/>

16 Jones, Lane. Please Introduce Yourself. The Power of Mastering Your Introduction: <http://freshtakeoncontent.com/introduce-yourself/>

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Маркетинг взаимоотношений	Маркетинг	Нет	Согласовано: Протокол решения заседания кафедры "Маркетинг" от _____ № _____ Зав. каф. "Маркетинг" И. Л. Акулич, Д.э.н., профессор 

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО  
на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

\_\_\_\_\_ (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 201\_ г.)  
(название кафедры)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

(И.О.Фамилия)