

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по научной работе

 В.Р. Языкович

« 15 » июня 2019 г.

Регистрационный № УД 22 /эуч.

**КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

*Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальностей:*

- 1-21 04 01 Культурология (по направлениям),*
- 1-21 04 02 Искусствоведение (по направлениям),*
- 1-23 01 14 Социально-культурная деятельность*

Составлена на основе образовательных стандартов высшего образования ОСВО-2013 по специальностям 1-21 04 01 Культурология (по направлениям) 1-21 04 02 Искусствоведение (по направлениям), 1-23 01 14 Социально-культурная деятельность

### **СОСТАВИТЕЛИ:**

*И.Н. Воронович*, декан факультета культурологии социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент.

*А.В. Морозов*, заведующий кафедрой межкультурных коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», доктор филологических наук, профессор;

*А.В. Поздняков*, доцент кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат исторических наук, доцент.

### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*В.Ф. Мартынов*, заведующий кафедрой культурологии частного учреждения образования «Институт современных знаний им. А.М.Широкова», доктор культурологии, профессор;

*А.И. Смолик*, заведующий кафедрой культурологии учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», доктор культурологии, профессор

### **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ УЧЕБНОЙ:**

*кафедрой менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 8 от 06.03.2019 г.);*

*президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 4 от 17.04.2019 г.)*

Ответственный за выпуск: А.В.Поздняков

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Кросс-культурный менеджмент» направлена на формирование кросс-культурного подхода к ведению международного культурного сотрудничества в современных условиях глобализации и овладение необходимыми навыками эффективной управленческой деятельности, а также применение полученных знаний на практике.

**Цель** учебной дисциплины «Кросс-культурный менеджмент» – формирование профессиональных знаний и умений, способствующих взаимопониманию и эффективному взаимодействию участников международного культурного сотрудничества в рамках культурной политики Республики Беларусь в данной сфере.

**Задачи** учебной дисциплины:

- ознакомление с актуальностью и содержанием предмета кросс-культурного менеджмента;
- усвоение основных теоретических концепций и проблем кросс-культурного менеджмента;
- формирование у студентов понимания основных причин кросс-культурных барьеров и путей их преодоления;
- развитие межкультурной компетенции;
- формирование способности изучать и продвигать местные, региональные и республиканские достижения в сфере культуры на международный уровень.

В учебной программе предусмотрена актуализация межпредметных связей с такими учебными дисциплинами, как «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры», «Фундаментальная культурология», «Менеджмент в сфере культуры за рубежом», «Профессиональные коммуникации», «Реклама в сфере культуры».

По окончании изучения учебной дисциплины студенты должны **знать**:

- структуру и содержание предмета «Кросс-культурный менеджмент»;
- ведущие теории кросс-культурного менеджмента;
- специфику управления кросс-культурными коммуникациями и пути преодоления барьеров в кросс-культурной среде;
- принципы организации взаимодействия в процессе международного культурного сотрудничества;
- методы принятия стратегических решений в условиях кросс-культурной среды.

Студенты должны **уметь**:

- определять предмет, цели и задачи учебной дисциплины «Кросс-культурный менеджмент»;
- применять теории кросс-культурного менеджмента для анализа ситуаций, возникающих в многонациональных обществах;
- разбираться в особенностях национальных стилей управления и факторах, их определяющих;

- формировать собственный стиль руководства кросс-культурными проектами;
- составлять стратегические конкурентные международные программы для учреждений социокультурной сферы.

Студенты должны *владеть*:

- терминологией и основными понятиями учебной дисциплины «Кросс-культурный менеджмент»;
- навыками организации эффективного кросс-культурного взаимодействия и совместного с представителями других культур ведения бизнеса, основанных на признании и уважении культурных различий и выстраивании совместно разделяемой системы ценностей;
- методами преодоления кросс-культурных барьеров в бизнес-среде.
- методиками проектной деятельности в сфере международных культурных связей.

Содержание учебной дисциплины направлено на формирование академических, социальных и профессиональных компетенций. В процессе изучения учебной дисциплины согласно требованиям образовательного стандарта студенты должны:

АК-1. Успеть использовать базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками в области культурологии и искусствоведения.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-6. Уметь владеть междисциплинарным подходом для решения проблем.

СЛК-1. Владеть качествами общественности.

СЛК-2. Быть способными к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Владеть способностями межличностных коммуникаций.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

СЛК-7. С уважением и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно принимать социальные и культурные отличия (для специальности «Культурология»).

СЛК-7. Быть способным к взаимодействию, сотрудничеству, разумному компромиссу во время решения инновационных проблем.

ПК-1. Вовлекать различные группы населения и отдельных личностей в процесс создания, усвоения, сохранения и распространения ценностей культуры.

ПК-2. Использовать нормативно-правовую базу отрасли культуры.

ПК-3. Реализовать общегосударственные, региональные и ведомственные программы и проекты в области культуры и искусства.

ПК-4. Обеспечивать организационно-управленческое функционирование учреждений, организаций и объединений социокультурной сферы (для специальности «Социально-культурная деятельность»).

ПК-5. Прогнозировать, планировать и организовывать инновационно-методическую и художественную деятельность в сфере культуры и искусства (для специальности «Культурология»).

ПК-9. Организовывать свою работу на научной основе, владеть компьютерными методами сбора, сохранения и обработки информации в сфере профессиональной деятельности (для специальности «Культурология»).

ПК-9. Оценивать состояние, тенденции и перспективы развития сферы культуры и искусств.

ПК-2. Владеть культурой мышления (для специальности «Искусствоведение»)

ПК-5. Быть способным к творческой, креативной работе.

ПК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером (для специальности «Искусствоведение»).

ПК-15. Быть способным анализировать социально-зрелищные процессы и явления, участвовать в общественно-политической жизни (для специальности «Искусствоведение»)

ПК-18. Уметь видеть и интерпретировать факты, события, явления сферы профессиональной деятельности в широком и культурном контексте (для специальности «Искусствоведение»).

ПК-3. Обеспечивать практическую значимость проведенных научных исследований (для специальности «Искусствоведение»).

ПК-4. Преподавать искусствоведческие дисциплины на современном научно-теоретическом и методическом уровнях (для специальности «Искусствоведение»).

ПК-6. Осваивать и внедрять современные образовательные технологии и педагогические инновации (по специальности «Искусствоведение »)

ПК-10. Диалектически мыслить и ориентировать свою точку зрения, анализировать факты и прогнозировать развитие событий (по специальности «Искусствоведение »).

ПК-14. Основывать и внедрять современные методы и средства просветительской работы в сфере культуры и искусства (по специальности «Искусствоведение »).

Основными формами учебной работы являются лекционные и практические занятия, а также выполнение самостоятельных разработок по темам научно-исследовательской работы студентов. В учебной дисциплине реализуются коллективные формы обучения, следует широко использовать метод проектов, что поможет студентам овладеть технологиями коллективного решения задач. При подготовке к практическим занятиям особое внимание следует уделить разработке и оформлению официальных документов для осуществления международных контактов, въездной

выездной документации, поиску партнеров международного культурного сотрудничества, усвоению основных вариантов организации размещения, питания и транспортного обслуживания в ходе реализации международных культурных проектов. Особое внимание уделяется нормативно-правовой базе, связанной с перемещением через границу историко-культурных ценностей. Главное место в плане практической направленности учебной дисциплине составляет разработка инновационных проектов, связанных с осуществление кросс-культурных контактов на территории Республики Беларусь и за ее пределами.

Учебным планом на изучение учебной дисциплины «Кросс-культурный менеджмент» всего предусмотрено 58 часов, в том числе 34 часа аудиторных занятий. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 10 часов, практические занятия – 24 часа.

Рекомендуемая форма контроля – зачёт.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	практические занятия		
1.	Введение в кросс-культурный менеджмент. Культурологическая среда международного менеджмента	4			
2.	Концепция деловой культуры в международном контексте	2			
3.	Параметры национальной деловой культуры и критериальная база международных сопоставлений	2			
4.	Кросс-культурные коммуникации и навыки ведения переговоров в международном контексте		2		
5.	Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте		2		
6.	Мотивация и стили лидерства в различных странах. Управление человеческими ресурсами в международном контексте		2		
7.	Международный потребительский рынок в сфере культуры		2		
8.	Планирование и конкурентные стратегии учреждений культуры на международном рынке. Эффективность, репутация и устойчивое развитие учреждения культуры на международном рынке.		2		
9.	Организация приема зарубежных делегаций		6	6	Реф.
10.	Организация выезда за рубеж.		4		
Всего:		8	20	6	

# СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

## **Тема 1. Введение в кросс-культурный менеджмент.**

### **Культурологическая среда международного менеджмента**

Сущность кросс-культурного менеджмента. Сходства и различия национального и международного менеджмента в сфере культуры. Факторы бизнес-учёта. Задачи кросс-культурного менеджмента.

Особенности современного международного бизнеса: доступность, ступенчатость, глобальность, сложности и возможности.

Глобальный бизнес: взаимопроникновение и синергия культур. Теории устойчивого развития общества. Преимущества и недостатки глобализации. Концепция эффективного государства.

Кросс-культурный анализ: деловое общение; культурные традиции ценности и интересы, деловая национальная этика.

Различия в подходах к изучению культуры: культурные универсалии и системы ценностей в зависимости от национальной принадлежности и типа личности (Д.Мэрдок, Дж.Рокич, Г.Оллпорт). Система ценностей как детерминанта поведения. Верования и ценностные ориентации как основа кросс-культурных сопоставлений (С.Иошимури, У.Нойман).

Современная культурная среда. Культурно-исторические типы цивилизаций и их взаимодействие.

Контуры будущего общества и менеджмента. Возможные сценарии развития цивилизации. Основные мировые игроки. Переход от двухполярного мира к многополярному.

## **Тема 2. Концепция деловой культуры в международном контексте**

Понятие деловой культуры, ее элементы. Уровни культуры: глобальный, кластерный, национальный, корпоративный. Взаимодействие различных уровней культуры. Неоднородность культурного пространства: доминирующая культура, субкультуры и контркультуры.

Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций. Культурные контрасты в системах ценностей наций (на примере американской, японской и арабской культур). Культурные различия и этика.

Параметры кросс-культурного воздействия на деловую среду: фактор бизнес-окружения (системный подход по Дж.Миллеру) и национально-этнический фактор в деловых культурах.

Понятие, сущность и функции стереотипов. Этническая стереотипизация. Явление этноцентризма. Стереотипизация и повышение эффективности межэтнического взаимодействия.

## **Тема 3. Параметры национальной деловой культуры и критериальная база международных сопоставлений**

Переменные национальной культуры и их сравнительный анализ в деловых культурах различных стран. Факторы, воздействующие на формирование национальной культуры. Социальные ориентации и их влияние на различие



национальных культур (Г.Лейн, Дж.Дистефано). Базовые критерии межкультурных различий (Г.Хофштеде, Ф.Тромпенарс). Проблемы и возможности синергии национальных культур (теория «Z» по У.Оучи).

Учет национальных стереотипов в деятельности менеджера в сфере международных культурных связей. Классификация переменных национальной культуры. Воздействие культуры нацию на организацию. Культурный профиль отдельных стран. Критериальная база международных сопоставлений.

#### **Тема 4. Кросс-культурные коммуникации и навыки ведения переговоров в международном контексте**

Коммуникации и межличностные отношения. Вербальные и невербальные коммуникации и их особенности в различных странах. Зависимость коммуникации от национально-культурного контекста.

Этнические основания и взаимосвязи языка, мышления и культуры. Роль языка в межэтническом общении. Высоко- и низкоконтекстуальные культуры. Переменные бизнес-культуры и их воздействие на коммуникацию. Культурный шум. Обучение международным коммуникациям и управление ими. Этнические символы и «подарочные конфликты» в межкультурном взаимодействии.

Условия эффективной межкультурной коммуникации. Влияние культуры на процесс переговоров. Организация подготовки и проведения переговоров с учетом поведенческих особенностей в деловых культурах различных стран. Сравнение стилей ведения переговоров. Управление переговорным процессом. Развитие культурной восприимчивости. Национально-культурная корректность.

#### **Тема 5. Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте**

Национальная культура и управление организацией. Стратегия, структура и культура организации. Национальная и корпоративная культуры: взаимообусловленность и взаимодействие. Классификационные критерии корпоративных культур. Эгалитарные и иерархические культуры.

Модели корпоративных культур, их характерные особенности и сравнительный анализ. Уровень, тип экономического развития и модель корпоративной культуры: проблемы востребованности и соответствия.

#### **Тема 6. Мотивация и стили лидерства в различных странах. Управление человеческими ресурсами в международном контексте**

Значимость труда в различных бизнес-культурах. Факторы и национальные особенности, влияющие на отношение к труду. Межкультурные сопоставления моделей мотивации в различных странах. Мотивация культурно-разнородного персонала. Национальная специфика продвижения, подготовки и переподготовки кадров.

Характеристики национальных стилей лидерства. Западный и восточный варианты организации власти. Различия в представлениях о статусе и лидерстве. Факторы, воздействующие на эффективность лидерства в различных культурах.

Межгосударственные различия в управлении человеческими ресурсами: классификация проблем. Влияние различий между странами на управление человеческими ресурсами: институциональные, культурные, экономические факторы и факторы трудовых затрат. Практикуемые подходы к подбору, отбору, продвижению и обучению персонала в международной фирме. Компенсационная политика. Признание ценности различий и специфика управления многонациональным коллективом.

Способы развития навыков, необходимых для успешного межкультурного взаимодействия. Культурная чувствительность и кросскультурная компетентность.

### **Тема 7. Международный потребительский рынок в сфере культуры**

Особенности современного рынка товаров и услуг в сфере культуры. Требования к культурному продукту.

Характеристики потребителей. Динамика потребления культурных продуктов в мире. Причины пресыщения. Факторы спроса на культурные продукты. Тенденции рынка. Новые ценности потребителей в сфере культуры.

Сегментирование и позиционирование на рынке культурными продуктами. Преимущества сегментирования. Отрицательные факторы позиционирования. Рейтинг видов рынка культурными продуктами.

Процесс выхода на внешний рынок. Потенциальные возможности выхода Республики Беларуси и ее социокультурных учреждений и организаций. Функции менеджмента по выходу на внешний рынок. Факторы выбора рынка.

Маркетинг-микс. Маркетинговая стратегия рынка культурных продуктов. Маркетинговая концепция «4P». Концепция «5P+1S».

**Тема 8. Планирование и конкурентные стратегии учреждений культуры на международном рынке. Эффективность, репутация и устойчивое развитие учреждения культуры на международном рынке**

Теоретические проблемы стратегического менеджмента. Предвидение. Прогнозирование и его методы. Теория вероятности. Концепция Салмона. Системное мышление. Коррекция собственного типа мышления. Система стратегических решений.

Стратегическое планирование и формирование стратегий продвижения культурного продукта на внешний рынок. Эволюция планирования, ее этапы. Элементы и содержание стратегического планирования. Алгоритм стратегического планирования. Стратегическая политика и практика. Типы стратегической политики. Политика баланса. Политика интернационализации. Три стратегических модели структур и управления.

Теории международной конкуренции: М.Портера, модели ромба и эволюции рынка.

Создание конкурентных стратегий. Виды изменений рынка культурных продуктов. Стратегические окна. Причины открытия стратегических окон, реакции на возможность их появления. Факторы стратегического конкурентного анализа.

Маркетинговые стратегии продвижения культурного продукта на внешний рынок. Задачи и функции маркетинговой стратегии.

Виды и критерии эффективности международного бизнеса и менеджмента. Показатели эффективности учреждения культуры на международном рынке.

Работа с общественностью: имидж и репутация, бренд и брендинг. Ценность хорошей репутации. Факторы влияния на репутацию. Формирование и защита имиджа и репутации на международном рынке.

Инновационная деятельность по созданию и продвижению культурного продукта. Причины необходимости перестройки деятельности учреждений культуры: рассогласование интересов, «кризисный синдром». Содержание перестройки учреждений социокультурной сферы: макро- и микроперестройка. Модель инновационной деятельности современного учреждения культуры.

Пути устойчивого развития международного сотрудничества учреждения социокультурной сферы. Показатели устойчивости. Модели кросс-культурного менеджмента и позиции руководителя.

### **Тема 9. Организация приема зарубежных делегаций**

Поиск партнеров и проведение предварительных переговоров. Подготовка приказа и сметы на прием зарубежных делегаций. Подготовка текстов официальных приглашений. Варианты возможного освобождения партнеров от оплаты консульского сбора. Обеспечение «зеленого коридора», для пересечения транспортных средств на белорусской границе. Оформление документов по регистрации иностранных граждан на территории Республики Беларусь. Обеспечение медицинского страхования.

Варианты обеспечения проживания и питания зарубежных партнеров. Ограничения и предпочтения по организации питания, связанные с национальными и религиозными традициями народов мира. Транспортное обеспечение визита. Парковка и хранение вещей.

Подготовка и оформление программы визита. Традиционно обязательные пункты программы. Подготовка и оформление карты визита. Особенности подготовки подарков, информационных и иных материалов в соответствии с характером прибывающей делегации. Подготовка культурной части программы и её соответствие специфике визита и времени его осуществления.

Основные этапы визита: встреча, заселение, официальная встреча с руководством принимающей организации, иными официальными лицами. Пресс-конференции, интервью, иное рекламное обеспечение визита. Шопинг.

Оформление разрешения на выезд из страны художественных ценностей и предметов искусства.

Комплекс действий по окончании визита; итоговая и финансовая отчетность.

### **Тема 10. Организация выезда за рубеж.**

Подготовка проекта. Поиск партнеров. Деловая переписка. Получение приглашения и оформление визовых документов. Варианты освобождения от уплаты консульского сбора. Формирование программы визита и определение

состава участников. Проработка вопросов финансового обеспечения визита. Подготовка и оформление внутренних документов на выезд: приказ и смета. Нормативы финансового обеспечения визита. Подготовка документации на перемещение через границу музыкальных инструментов, историко-культурных ценностей. Решение вопросов по транспортному обеспечению визита и льготному пересечению границы. Подготовка подарочного и информационного характера.

Проживание, питание, передвижение в ходе пребывания за границей. Участие в официальных мероприятиях (приемах). Специфика организации зарубежных выездных мероприятий: выставка, концерт, гастроль, деловой визит, ознакомительный визит, образовательная программа. Специфика участия в международных мероприятиях (фестивали, конкурсы, выставки, летние лагеря и т.д.).

Отчетность по итогам зарубежной командировки.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### Основная:

1. Бунина, В.Г. Кросс-культурный менеджмент и межкультурная коммуникация / В.Г. Бунина. – М. : ГУУ, 2008. – 128 с.
2. Владимирова, И. Г. Международный менеджмент : учеб. пособие / И. Г. Владимирова. – М. : КноРус, 2011. – 448 с.
3. Пивонова, Н.Е. Кросскультурные коммуникации / Н.Е. Пивонова. – М. : ИВЭСЭП, 2008. – 68 с.
4. Сейфуллаева, М. Э. Международный менеджмент : учеб. пособие / М. Э. Сейфуллаева. – М. : КноРус, 2011. – 232 с.
5. Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология / Т.Г. Этнопсихология. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 368 с.
6. Чикишева, Н.М. Кросс-культурный менеджмент: учебное пособие / Н.М. Чикишева, Л.М. Симонова. – Тюмень: РИО ТюмГАСУ, 2013. – 212 с.
7. Ариарский, М. А. Социально-культурная деятельность креативно-информационной эпохи / Марк Ариевич Ариарский. – Санкт-Петербург : Концерт, 2013. – 248 с.
8. Бабосов, Е. М. Социология управления / Е. М. Бабосов. – Минск : ТетраСистемс, 2000. – 287 с.
9. Бабосов, Е. М. Управление персоналом / Е. М. Бабосов, Э. Г. Вайнилович, Е. С. Бабосова. – Минск : ТетраСистемс, 2012. – 287 с.
10. Грыгаровіч, Я. Д. Прыкладная культуралогія / Я. Д. Грыгаровіч, А. І. Смолік. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2005. – 215 с.
11. Смаргович, И. Л. Инновационные формы досуговой деятельности современной молодежи в Беларуси / И. Л. Смаргович // Павышэнне ролі клубных устаноў у сацыякультурным жыцці рэгіёнаў : матэрыялы Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі (22-23 лістапада 2006 г., г. Мінск) / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт праблем культуры. – Минск, 2006. – С. 73-76.
12. Стефаненко, Т. Г. Этнопсихология / Т. Г. Стефаненко. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2003. – 367 с.
13. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – Изд. 4-е, испр. и доп. – Санкт-Петербург ; Москва ; Краснодар : Лань : Планета музыки, 2009. – 541 с.

#### Дополнительная:

1. Гестеланд, Ричард Р. Кросс-культурное поведение в бизнесе. Маркетинговые исследования, ведение переговоров, менеджмент в различных культурах / Р. Ричард Гестеланд ; пер. канд. филол. наук Л.И. Байсара. – Днепропетровск: ООО «Баланс-Клуб», 2003. – 189 с.
2. Герчикова, И. Н. Менеджмент : учебник / И. Н. Герчикова. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 511 с.
3. Грачев М.В. Менеджмент в международном бизнесе // Бизнес-образование. – 2000. – №1(8). – С. 117-131.

4. Кавальчук, А. Кросс-культурный менеджмент: как вести бизнес с немцами / А. Кавальчук. – Берлин: Федеральное министерство экономики и технологий Германии, 2011. – 125 с.
5. Кросс-культурная психология. Исследования и применение / Д.В. Бери, А.Х. Пуртинга, М.Х. Сигал, П.Р. Дасен. – Харьков : Гуманитарный центр, 2007. – 558 с.
6. Льюис, Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе / Р.Д. Льюис. – М. : Дело, 1999. – 448с.
7. Мясоедов, С.П. Основы кросскультурного менеджмента: Как вести бизнес с представителями других стран и культур: Учеб. пособие. / С.П.Мясоедов – М.: Дело, 2008. – 256 с.
8. Мясоедов, С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах / С.П. Мясоедов. – М. : Вершина, 2009. – 320 с.
9. Пивоваров, С.Э. Международный менеджмент / С.Э. Пивоваров, Л.С. Тарасевич, А.И. Майзель. – СПб.: Питер. – 2001. – 576 с.
10. Салмон, Р. Будущее менеджмента / Р.Салмон. – СПб.: Питер, 2004. – 304 с.
11. Сравнительный менеджмент / Под ред. С.Э. Пивоварова. – СПб: Питер, 2008. – 480 с.
12. Холден, Н.Дж. Кросскультурный менеджмент: концепция когнитивного менеджмента / Н.Дж. Холден – М.: ЮНИТИ, 2005. – 384 с.
13. Koen, I. Carla Comparative International Management / Carla I. Koen. – NY.: McGraw-Hill Education, 2005. – 588 p.
14. Luthans, F. International Management : Culture, Strategy and Behavior / F. Luthans, J.P. Doh. – NY.: McGraw-Hill/Irwin. – 2012. – 674 p.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

### **Рекомендуемые методы преподавания**

Материал излагается на основе современных методических требований с учетом уровня знаний студентов. При чтении лекций особое внимание уделяется рассмотрению теоретических основ кросс-культурного менеджмента и практического применения полученных знаний в учреждениях культуры. Практические занятия направлены на формирование умений и навыков, использование полученных теоретических знаний при выполнении конкретных заданий по тематике учебной дисциплины. Методика проведения указанных занятий должна содействовать развитию творческих способностей каждого студента и приобретению навыков самостоятельной работы. Следует применить новые формы организации процесса обучения: визуализированные лекции, коллективная практическая работа и т.п.

Самостоятельная работа студентов организуется в виде решения индивидуальных задач во время проведения семинарских и практических занятий под контролем преподавателя. Студенты прорабатывают обзорный лекционный материал, работают в форме делового взаимодействия, проходят теоретический опрос в формах, определенных преподавателем (устный опрос, тестовых заданий, проверкой конспектов, коллоквиумов и др.).

В процессе изучения учебной дисциплины «Кросс-культурный менеджмент» студенты выполняют самостоятельную учебно-исследовательскую, поисковую работу реферативного характера. Результаты данной работы оформляются в виде реферата или презентации. Объем подобного рода работы должен составлять 10-20 страниц печатного текста, либо 15-25 слайдов презентации и содержать, в обязательном порядке, следующие компоненты: введение, основную часть (структурируемую при необходимости на отдельные главы, параграфы), заключение, список использованных источников.

### **Рекомендуемые средства диагностики и контроля**

Для выявления и исключения пробелов в знаниях студентов рекомендуется использовать следующие средства:

1. фронтальный опрос на лекциях и практических занятиях;
2. выполнение тестовых заданий с произвольной формой ответа для контроля умения анализировать, грамотно излагать и формулировать свои соображения и выводы в данной предметной области;
3. выполнение творческих заданий, которые предполагают эвристическую деятельность и поиск неформальных решений;
4. составление и оформление авторских проектов в области реализации кросскультурных контактов с сопутствующей им документацией, при необходимости, картами и схемами.

**Перечень рекомендуемых средств диагностики  
Диагностический инструментарий.**

Для диагностики компетенций студентов по отдельной теоретической теме, а также при итоговом оценивании используются следующие средства диагностики:

- проверка заданий разнообразного типа (репродуктивных, реконструктивных, вариативных);
- устный опрос по теоретическим основам учебной дисциплины во время практических и семинарских занятий;
- защита выполненных на практических занятиях работ;
- критериально-ориентированные тесты;
- консультация и собеседование.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ