

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Кросскультурный менеджмент в системе PR»**

**Направление 38.04.02 Менеджмент
Программа "Маркетинг, реклама и связи с общественностью"**

Квалификация (степень) выпускника – магистр

Владикавказ

2022

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.04.02, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. N 952, учебным планом подготовки по направлению 38.04.02, Программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью», утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» (протокол № 11 от 29.04.2021)

Составитель: к.э.н., доцент Пашаева З.С.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры менеджмента, маркетинга и туризма

(протокол от «14» апреля 2022 г. № 5).

Одобрена советом факультета экономики и управления

(протокол от «20» апреля 2022 г. № 8)

Рабочая программа дисциплины принята в составе основной профессиональной образовательной программы решением ученого совета 31.05.2022, протокол № 13.

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы. (72 час.).

	Очная Форма обучения
Курс	1
Семестр	2
Лекции	16
Практические занятия	16
Лабораторные занятия	-
Консультации	
Итого аудиторных занятий	32
Самостоятельная работа	40
Курсовая работа	
Зачет	+
Экзамен	-
Общее количество часов	72 час.

2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Кросскультурный менеджмент в системе PR» является формирование у студентов целостного представления о сущности управления в условиях растущей сложности внешней среды, межкультурного взаимодействия, о природе деловой культуры, ее влиянии на модель управления; развитие представлений о существующих различиях в организации экономической жизни и деловом поведении разных народов, а также о формах и методах управления персоналом мультинациональных компаний, организаций, проектов.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Кросскультурный менеджмент в системе PR» относится к дисциплинам Блок 1. Дисциплины (модули). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Б1.В.ДВ.07.01.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

- Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6);
- Способен разрабатывать обоснованные предложения по повышению эффективности использования инструментов комплекса маркетинга (ПК-3).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

Компетенции		Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП
Ко	Формулировка	

Д		Знать:	Уметь	Владеть:
УК -6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<ul style="list-style-type: none"> - о процессах самоорганизации и самообразования; - основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития с учетом интересов общества; - основные характеристики самоорганизации и самообразования. 	<ul style="list-style-type: none"> - планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы осуществления деятельности; - планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей и потребностей общества; - обеспечивать высокий уровень самоорганизации и самообразования. 	<ul style="list-style-type: none"> - приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности; - приемами реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; - технологиями организации процесса самообразования; - приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности.
ПК -3	Способен разрабатывать обоснованные предложения по повышению эффективности использования	- понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг),	<ul style="list-style-type: none"> - создавать нематериальные активы (бренды) в организации и управлять ими; - разрабатывать меры мер по внедрению 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками определения конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; - навыками

	<p>инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>нематериальных активов (брендов);</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструменты бренд-менеджмента; - методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития; - процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); - методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов; - методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации; - нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; - ценообразования; - законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций; - методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне 	<p>инновационных товаров (услуг);</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать и реализовывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); - грамотно тестировать инновационные товары (услуги) при их внедрении на российский и международный рынки; - совершенствовать ассортиментную политику организации; - к проведению коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов); - разработке технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; - реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; - подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов); - разрабатывать политику 	<p>проведения тестирования инновационных товаров (услуг, брендов);</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания нематериальных активов (брендов) и внедрения их на рынок; - навыками оценки стоимости брендов организации; - способностью улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами и использовать инструменты проектного управления успешными брендами; - навыками разработки ценовой политики в организации; - внедрения методов формирования цен на товары (услуги) организации; - разработки конкурентных ценовых стратегий; - проведения последовательных действий по разработке политики ценообразования в организации; - внедрения системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации; -
--	--	---	---	--

		<p>ценовых стратегий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж; - подходы к формированию сбытовой политики организации; - законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, - стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации; - инструменты маркетинговых коммуникаций; - стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации; - состав процесса стратегического и оперативного планирования; - организация рекламного дела. 	<p>конкурентных цен на товары (услуги);</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать цены на товары (услуги) организации; - разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования; - сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги) - проводить маркетинговые исследования по ценам; - проводить аудит ценовой политики организации; - работать с информацией и базами данных по системе распределения; - выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции); - создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации; - оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции); - проводить оценку сбытовой политики организации - управлять продажами товаров и услуг; - проводить 	<p>совершенствования политики ценообразования в организации;</p> <p>навыками формирования средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации; - навыками разработки сбытовой политики организации, совершенствования системы распределения (дистрибуции) в организации; - методами разработки маркетинговых коммуникаций в организации; - методами разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; - навыками формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации;
--	--	--	---	---

			<p>внутренние и внешние коммуникационные кампании;</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать имидж и деловую репутацию организации; - продвигать товары (услуги) организации на рынок; - улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики; - выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий; - проводить анализ результативности коммуникационной политики; - использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики. 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации; - навыками формирования имиджа и деловой репутации организации; - навыками организации и проведения мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации; - навыками разработки и проведения рекламных акций по стимулированию продаж - навыками работы с инструментами прямого маркетинга - методами подготовки рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений.
--	--	--	--	--

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий,

ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

Номер недели	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Литература
		л	пр	Содержание	Часы		
1.	Тема 1. Понятие организационной культуры, ее функции и свойства	2	-	Узкое и широкое понимание культуры. Определения организационной культуры. Соотношение понятий «организационная культура», «корпоративная культура», «культура бизнеса». Феноменологический и рационально-прагматический подходы к изучению организационной культуры. Организационная культура как основа эффективности организации: работа Питерса Т., Уотермена Р. «В поисках эффективного управления». Уровни изучения организационной культуры, модель Э. Шайна. Уровень «артефактов» (здание, технологии, продукты, использование пространства и	4	Вопросы к контрольной работе. Презентация	1,2,3,4

				<p>времени, манера общения, атмосфера и др.); уровень провозглашаемых ценностей (миссия, ценности, нормы, кодекс поведения, мораль и др.); глубинный уровень (верования, базовые представления, смысл предметов и явлений). Основные функции (ценностнообразующая, коммуникативная, мотивирующая и т.д.) и свойства (динамичность, неоднородность, системность и т.д.) организационной культуры.</p>			
2.	Тема 1. Понятие организационной культуры, ее функции и свойства	-	2				1,2,3,4
3.	Тема 2. Роль организационной культуры в управлении организацией	2	-	<p>Процесс формирования организационной культуры. Проблемы внешней адаптации и выживания. Проблемы внутренней интеграции. Факторы, влияющие на формирование организационной культуры. Проблемы и сложности отбора персонала, соответствующего культуре компании. Мотивационный механизм развития и укрепления культуры компании. Приверженность персонала организации.</p>	4	Конспект, вопросы к контрольной работе.	1,2,3,4

				Вовлеченность персонала организации. Корпоративный патриотизм. Этическая сторона корпоративного патриотизма. Роль лидера в формировании организационной культуры. Навыки и компетенции лидеров различных организационных культур.			
4.	Тема 2. Роль организационной культуры в управлении организацией	-	2				1,2,3,4
5.	Тема 3. Диагностика типа организационной культуры	2	-	Основания для типологизации организационной культуры. Типология Р. Рюттингера: культура торговли, спекулятивная культура, административная культура, инвестиционная культура. Типология «психопатологических» культур Д. Миллера: драматическая организация, депрессивная, шизоидная, параноидальная и принудительная организация. Типология гендерных культур организации (С. Медок и Д. Паркин): джентльменский клуб, казарма, спортивная	4	Реферат Презентация	1,2,3,4

				раздевалка, слепота к фактору пола, лжеподдержка, смышленные мачо. Типология ОСАІ К. Камерона и Р. Куинна: иерархическая культура, рыночная культура, клановая культура и адхократическая культура.			
6.	Тема 3. Диагностика типа организационной культуры	-	2				1,2,3,4
7.	Тема 4. Управленческие и национально ориентированные культуры	2	-	Управленческие типологии организационной культуры. Модели Р. Акоффа, Т. Дейла и А. Кеннеди, С. Ханди. Классификация С. Ханди: культура власти, культура роли, культура задачи и культура личности. Управление организационной культурой. Национально ориентированные организационные культуры. Модели У Оучи, С. Иошимури, Р. Льюиса, Г. Лейн и Дж. Дистефано. Типология Г. Хофштеде: параметры «индивидуализм - коллективизм», «дистанция власти», «стремление избежать неопределенности», «мужественность - женственность», «краткосрочная — долгосрочная ориентация», «аскетизм	4	Конспект, вопросы к контрольной работе.	1,2,3,4

				– потакание себе». Сравнительный анализ стран по модели Г. Хофштеде. Классификация культур по модели GLOBE.			
8.	Тема 4. Управленческие и национально ориентированные культуры	-	2				1,2,3,4
9.	Тема 5. Культурная модернизация и «эффект колеи»	2	-	Теории модернизации общества. Модернизация культуры. Органическая и догоняющая модернизация. Органическая модернизация. Ренессанс, Реформация, Просвещение. Модернизация эволюционным путем. Переход в новое культурное состояние. Догоняющая модернизация как необходимость заимствования зарубежного опыта. Поверхностные заимствования. Модернизация на основе своей собственной культуры. Развитие без радикальной смены социокультурных основ. Культурная модернизация в России. «Эффект колеи».	6	Реферат	1,2,3,4
10.	Тема 5. Культурная модернизация и «эффект колеи»	-	2				1,2,3,4
11.	Тема 6. Национальная и деловая	2	-	Понятие «национальной культуры», национальная культура и социальное	6	Конспект, вопросы к	1,2,3,4

	культура			<p>поведение.</p> <p>Кросскультурные особенности менеджмента.</p> <p>Российские менеджеры в западных компаниях, западные менеджеры на российском рынке.</p> <p>Культурный шок.</p> <p>Модели межкультурных различий, выделение групп стран по признаку сходства культурных ценностей. Деловая культура. Теория моноактивных, полиактивных и реактивных культур Р. Льюиса. Представления о высоко- и низкоконтекстуальных культурах Э. Холла. Теория национально-культурных различий Тромпенаарса Ф. и Хампден Тернера Ч.: универсализм – партикуляризм, специфичность – диффузность, индивидуализм – коллективизм, нейтральность – эмоциональность, ориентация на достижения – ориентация на статус, линейная – циклическая модель времени, внутренняя и внешняя ориентация. Модель межкультурных различий Ф. Кluckhohn и Ф. Strodtbeck.</p>		контрольной работе.	
12.	Тема 6. Национальная и деловая культура	-	2				1,2,3,4

13.	Тема 7. «Западная» и «восточная» модели управления	2	-	<p>«Западная» модель управления.</p> <p>Исторические корни деловой культуры североамериканского континента.</p> <p>Американская деловая культура (США): высокий темп жизни, работа-успех, время деньги, материальное благополучие, индивидуализм, лидерство и т.д. Влияние глобализации на распространение американской модели ведения бизнеса.</p> <p>Европейские ценности и деловое поведение.</p> <p>Деловая культура Великобритании (внешний лоск при жесткости и прагматичности поведения, неопределенность, юмор...). Немецкая деловая культура (порядок, пунктуальность, аккуратность, формально-деловой подход, линейная модель времени).</p> <p>Деловая культура Франции (работать, чтобы жить, этноцентризм, высокая дистанция власти, женственность культуры).</p> <p>Деловая культура Северной Европы (скандинавские страны): равенство, умеренность, низкая дистанция власти, женственность культуры.</p> <p>«Восточная» модель</p>	6	Конспект, вопросы к контрольной работе.	1,2,3,4
-----	--	---	---	--	---	---	---------

				<p>управления.</p> <p>Особенности ведения бизнеса в азиатском регионе. «Азиатский менталитет». Деловая культура Японии (коллективизм, высокая дистанция власти, мужественность, ориентация на статус, эмоциональная нейтральность, партикуляризм, сохранение лица).</p> <p>Специфика ведения бизнеса в Китае (законы Сунь-Цзы, «гуанси», конфуцианская этика бизнеса, неравенство, смирение, клановость).</p> <p>Деловая культура Индии (кастовая сегментация, дхарма, карма, реинкарнация, неравенство, непунктуальность, jugaad, сочетание полиактивности и реактивности культуры).</p> <p>Деловая культура ближневосточного региона. Арабская деловая культура.</p> <p>Исламская этика бизнеса. Бизнес-этикет в арабских странах. Запрет на ростовщичество, запрет на операции с неопределенностью, «гарар», (фьючерсы, опционы, традиционное коммерческое страхование, предоплата). Запрет на производство и торговлю некоторыми товарами: свинина, алкоголь, табак, порнография, наркотики</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

				и др. Неравное положение мужчин и женщин.			
14.	Тема 7. «Западная» и «восточная» модели управления	-	2				1,2,3,4
15.	Тема 8. Российская деловая культура и модель управления	2	-	Базовые факторы, повлиявшие на становление культуры России и ее социокультурных ценностей: географический и религиозный. Дуализм Европа/Азия; централизация власти и авторитарность правления; правовой нигилизм и «местечковость», общинность и коллективизм; патернализм; «крайности» русского характера. Формирование системы ценностей под влиянием православия (державность, соборность, жертвенность, страдание, покорность воле Божией). Дуализм культуры. Культурная модернизация в дореволюционный, советский и постсоветский периоды. Организационная культура советских и современных российских организаций. Особенности организационной культуры российских компаний различных сфер деятельности. Кодексы поведения	6	Реферат Презентация	1,2,3,4

				сотрудников российских компаний. Мотивация персонала в российских организациях. Специфика российской деловой культуры. Исторический контекст формирования российской деловой культуры. Современные тенденции развития российской деловой культуры. Восприятие российской деловой культуры иностранными деловыми партнерами. Исследования российской деловой культуры. Факторы, определяющие специфику современной российской деловой культуры: «маятниковость» развития, двойственная система ценностей, особое отношение к законам (партикуляризм), ценность личных отношений в бизнесе, взаимозависимость бизнеса и власти, повышенная склонность к риску, высокая степень адаптации и быстрота реакции на изменения внешней среды, высокая дистанция власти и др.			
16.	Тема 8. Российская деловая культура и модель управления	-	2				1,2,3,4
	Итого	16	16		40		

Примечания:

- Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.
- В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы

консультаций, по электронной почте и с использованием платформ дистанционного обучения.

6. Образовательные технологии

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий.

Лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

Онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

Видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Видео-лекция – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

Творческое задание составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

Публичная презентация проекта - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

Интерактивная лекция представляет собой выступление преподавателя перед аудиториями студентов с применением следующих интерактивных форм обучения: 1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

Разработка проекта позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за

консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.

Проблемное обучение - поиск ответов на вопросы по теме.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относятся: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Методические рекомендации по дисциплине прилагаются.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных сообщений, написанию докладов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на занятиях с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы для подготовки к зачету

1. Национальная культура, этническая культура, деловая культура.

2. Многообразие культур. Современные подходы к классификации культур.
3. Кросс-культурное взаимодействие и межкультурные конфликты.
4. Деловые культуры в условиях глобализации.
5. Восприятие и использование времени представителями различных культур.
6. Моноактивность, полиактивность и реактивность культур.
7. Низкоконтекстные и высококонтекстные культуры.
8. Универсализм и партикуляризм культуры.
9. Нейтральность и эмоциональность деловой культуры.
10. Культуры, ориентированные на статус и на достижения.
11. Специфичность и диффузность культуры.
12. Индивидуалистские и коллективистские культуры.
13. Дистанция власти в организации.
14. Стремление избежать неопределенности.
15. Мужественность и женственность культуры.
16. Общее и особенное деловых культур стран Европы.
17. Деловая культура Германии.
18. Деловая культура Франции.
19. Деловая культура Великобритании.
20. Деловая культура скандинавских стран.
21. Деловая культура США.
22. Российская деловая культура.
23. Деловая культура Японии.
24. Деловая культура Китая.
25. Деловая культура Индии.
26. Деловая культура стран Ближнего Востока.
27. Роль кросс-культурного управления международными компаниями.
28. Методы формирования многонациональных команд и коллективов.
29. Требования к руководству многонациональными командами и коллективами.
30. Особенности менеджмента в США.
31. Особенности менеджмента в Европе.
32. Японская модель менеджмента.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 56 баллов)	«Минимальный уровень» (56-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
<u>Компетенции не сформированы.</u> Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	<u>Компетенции сформированы.</u> Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы;	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и

дискуссии и низкую степень контактности.	выполнить.	<ul style="list-style-type: none"> - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах. 	<p>исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка не зачтено	Оценка «зачтено»	Оценка «зачтено»	Оценка «зачтено»

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент: учебник для вузов / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02314-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489087>
2. Теория межкультурной коммуникации: учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина [и др.] ; под редакцией Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 265 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00365-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489699>

б) дополнительная литература:

3. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / А. П. Панфилова, А. В. Долматов; под общей редакцией А. П. Панфиловой. —

Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04378-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489295>

4. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / А. П. Панфилова, А. В. Долматов; под общей редакцией А. П. Панфиловой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04380-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490537>

в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:

– eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.

– База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>

– Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.

– Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.

- необходимый для обеспечения данной дисциплины комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, а также электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор:

№ п/п	Наименование	№ договора(лицензия)	Страна-производитель
1.	Windows 10 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
2.	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
3.	OfficeStandard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
4.	Система тестирования SunravWEBClass	№468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)	Россия
5.	Программное обеспечение 1С:Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия	№ СД/108 от 29.08.2017 (максимум-софт) бессрочно	Россия
6.	Система компьютерной верстки MikTex	Лицензия FSF/Debian (Свободное программное обеспечение) (бессрочно)	
7.	KasperksyEndpoint Security	До 22.01.2024	Россия

8.	Программное обеспечение для редактирования химических формул IsisDraw	Свободное программное обеспечение(бессрочно)	США
9.	Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»	№ 6262 от 09.01.2023 (действителен до 31.12.2023г) с ОАО «Анти-Плагиат»	Россия
10.	Программное обеспечение 1С:Предприятие 8.3 Управление торговлей	№КП /108 от 29.08.2017 с ООО «Максимум»(бессрочно)	Россия
11.	Программное обеспечение 1С:зарплата и кадры гос.учреждения8	№СД./ №126., 01.07.2020г. «МАКСИМУМ-СОФТ» бессрочно	Россия
12.	Программное обеспечение 1С:бюджет.	№СД/76 01.03.2017г. «максимум-софт» (бессрочно)	Россия
13.	Автоматизированная система «Управление –Деканат БРС»	Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611830 от 06.02.2015г.(бессрочно)	СОГУ
14.	Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»	Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015г. (бессрочно)	СОГУ
15.	Планы	№8867, от09.01.2023г. (09.01.2023г. до 31.12.2023г.) ООО ЛММИС	Россия
16.	VSDESK	№ 210406/01 от 06.04.2021г. ИП И,А.Сергеевич Тех.под. 07.04.2022	Россия
17.	«Галактика»	от 14.03.2022г (примерная дата)	Россия
18.	DIRECTUMRX – Система электронного документооборота	ООО Галактика ИТ договор № 120320/Д/А от 14.03.2022(примерная дата)	Россия
19.	Услуги связи (доступ к сети интернет)	ООО Алком № AL-0044 от 01.02.2022г -31.12.2022г	Россия
20.	MOODLE	Бесплатное российское	США (бесплатное российское)
21.	«Галактика РУЗ»	Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г	Россия
22.	Личный кабинет абитуриента	Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г	Россия
23.	Личный кабинет студента/сотрудника	Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г	Россия
24.	Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ(ЭБД РГБ)	https://dvs.rsl.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
25.	ЭБС"Университетская библиотека ONLINE"	https://biblioclub.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
26.	ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»	http://elibrary.ru Требуется регистрация в библиотеке	Россия

		СОГУ	
27.	Универсальная баз данных EastView	https://dlib.eastview.com	США
28.	ЭБС «Консультант студента» Студенческая электронная библиотека по медицинскому и фармацевтическому образованию, а также по естественным и точным наукам в целом.	http://www.studentlibrary.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
29.	ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям	www.biblio-online.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
30.	КЭП (домен на Яндексe)	бесплатное	Россия
31.	РусГард	бесплатное	Россия
32.	ViPNet	бесплатное	Россия

Профессиональные базы данных и Интернет-ресурсы:

Административно-управленческий портал	http://www.aup.ru
Электронная библиотека по экономике и управлению	http://www.konsalter.ru/biblioteka/
Корпоративный менеджмент. Библиотека управления	https://www.cfin.ru
Образовательный портал для обучения начинающих специалистов практическим основам маркетинга, брендинга и рекламы	http://powerbranding.ru
Форум маркетологов, аналитические материалы, магазин исследований и ряд бесплатных сервисов для маркетологов и компаний	https://www.4p.ru/main/index.php
Research&Trends: Аналитика маркетологам и исследователям рынка	https://www.r-trends.ru
Некоммерческое партнёрство «Гильдия маркетологов»	https://www.marketologi.ru
Объединение исследователей рынка и общественного мнения	https://oirom.ru
Электронная библиотека учебников.	http://studentam.net/content

Раздел: реклама	/category/1/48/57/
Портал Всемирного банка. База данных включает более 900 показателей по 210 странам	https://data.worldbank.org
Крупнейший бесплатный архив электронных публикаций независимого института экономических исследований – Института по изучению труда	https://www.iza.org/publications/

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46 корп.7 Ауд.311
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46 корп.7. Ауд.311
Библиотека, в том числе читальный зал: столы, стулья, ПК обучающихся, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Winrar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для	362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Церетели, 16

бизнеса; Консультант плюс	
Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46. Корп. Ауд. 313

11. Лист обновления/актуализации

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
от «14» апреля 2022 г. № 5

Программа одобрена на заседании совета факультета от «20» апреля 2022 г., протокол № 8