STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Tarpkultūrinė komunikacija	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: vyresnysis lektorius dr. Tomaš Božerocki	Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto Verslo informacijos vadybos bakalauro studijų programos komitetas, Saulėtekio al. 9, I rūmai, 602 kab., LT-10222 Vilnius

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Individualiųjų studijų

Įgyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Mišri: auditorinė ir nuotolinė	Pavasario (II, VI) semestras	Lietuvių

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai:	**Gretutiniai reikalavimai (jei yra):**

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	**130**	**56**	**74**

Dalyko (modulio) tikslas

Suteikti tarpkultūrinės komunikacijos žinių ir ugdyti gebėjimus, atitinkančius tarptautinio verslo poreikius, pristatyti efektyvios komunikacijos ir tarpkultūrinės komunikacijos problemų sprendimo galimybes.

Kurso metu ugdomos bendrosios kompetencijos:

- Kritinis mąstymas ir atvirumas naujovėms: kurso metu studentai ne tik susipažins su tarpkultūrine komunikacija, bet ir mokysis suprasti ir analizuoti aplinką, iš įvairių šaltinių gaunamą informaciją, ją kritiškai vertinti, identifikuoti galimas komunikacines problemas ir ieškoti jų sprendimo kelių.
- Gebėjimas dirbti savarankiškai bei komandoje – kurso metu studentai rengdamiesi seminarams turės savarankiškai ir grupėmis turės atlikti įvairias užduotis.
- Gebėjimas pristatyti ir argumentuoti savo poziciją, viešai pristatyti surinktą medžiagą ar suformuluotą sprendimą.

Kurso metu ugdomos dalykinės kompetencijos:

- Gebės rinkti, analizuoti ir sisteminti informaciją, reikalingą tarpkultūrinės komunikacijos kasdieniniame bendravime supratimui bei vertinimui ir su ja susijusių problemų identifikavimui.
- Gebės rinkti, analizuoti ir sisteminti informaciją, reikalingą kultūrinės specifikos organizacijos vidaus bei išorės komunikacijoje supratimui bei vertinimui ir su ja susijusių problemų identifikavimui.

- Gebės remdamiesi įgytomis žiniomis kūrybiškai vertinti praktines tarpkultūrinės sąveikos situacijas tiek kasdieninio bendravimo, tiek verslo komunikacijos kontekste bei pasirinkti tinkamiausius elgesio būdus.
- Žinos ir gebės vertinti kultūrinės specifikos poveikį betarpiškai ir tarpininkaujamai komunikacijai, numatyti galimas kliūtis bei jų įveikimo galimybes.

Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Gebės dirbti savarankiškai ir grupėje.	Kūrybinės užduotis	Kūrybinės užduoties vertinimas
Gebės savarankiškai rinkti ir struktūruotai pateikti teminę informaciją.	Kūrybinės užduotis	Kūrybinės užduoties vertinimas
Žinos teorinius tarpkultūrinės ir tarptautinės komunikacijos ypatumus	Kontaktinės ir nuotolinės paskaitos, literatūros studijavimas, vaizdo medžiagos analizė, praktinių užduočių atlikimas, diskusijos seminaro metu	Kūrybinės užduoties vertinimas
Gebės kūrybiškai vertinti praktines tarpkultūrinės komunikacijos situacijas remiantis įgytomis žiniomis bei pasirinkti tinkamiausius elgesio būdus.		
Žinos ir gebės vertinti kultūrinės specifikos poveikį betarpiškai ir tarpininkaujamai komunikacijai, numatyti galimas kliūtis bei jų įveikimo galimybes.		

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškas studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	**Visas kontaktinis darbas**	**Savarankiškas darbas**	**Savarankiškai atliekamos užduotys**
1. Įvadas: dalyko pristatymas.	1						**1**		
2. Tarptautinė komunikacija. Tarpkultūrinė komunikacija. Kultūra, jos ypatybės, tyrinėjimo galimybės ir ribos.	1						**1**	**4**	Literatūros studijavimas: Neuliep J. W. Intercultural Communication A Contextual Approach. 1 skyrius p.p. 18-22.
3. Kultūriniai skirtumai ir jų analizės aspektai. Kultūriniai vertybių, taisyklių ir elgesio standartų skirtumai kaip kliūtis komunikacijai.	4		4				**8**	**6**	Literatūros studijavimas: Neuliep J. W. Intercultural Communication A Contextual Approach. 2 skyrius p.p.48-87.

4. Kasdieninė socialinė sąveika: socialinė sąranga, aplinkos sutvarkymas, etiketo ir gero elgesio taisyklės.	2		2				**4**	**6**	Literatūros studijavimas: Neuliep J. W. Intercultural Communication A Contextual Approach. 5 skyrius p.p.170-181.
5. Verbalikos skirtumai kaip kliūtis tarpkultūrinei komunikacijai. Kultūros įtaka kalbai. Kalba ir lytis. Kalba ir priešiškumas.	2		2				**4**	**6**	Literatūros studijavimas: Neuliep J. W. Intercultural Communication A Contextual Approach7 skyrius p.p. 235-256.
6. Neverbalikos skirtumai kaip kliūtis tarpkultūrinei komunikacijai.	2		2				**4**	**6**	Literatūros studijavimas: Neuliep J. W. Intercultural Communication A Contextual Approach. 8 skyrius p.p.269-303.
7. Kultūriniai stereotipai: samprata, turinys, formavimasis. Kultūrinių stereotipų įtaka tarpkultūrinei komunikacijai.	2		2				**4**	**6**	Literatūros studijavimas: Neuliep J. W. Intercultural Communication A Contextual Approach. 5 skyrius p.p. 184-193.
8. Svečiavimasis kitoje kultūroje kaip betarpiška jos pažinimo galimybė. Kultūrinis turizmas: kultūros pažinimo galimybės ir apribojimai. Tarpininkaujamas kultūros pažinimas.	2		2				**4**	**6**	
9. Adaptacija svetimoje kultūroje: samprata, proceso etapai, adaptacijos lygiai. Kultūrinę adaptaciją įtakojantys veiksniai.	2	2	2				**6**	**16**	Literatūros studijavimas: Neuliep J. W. Intercultural Communication A Contextual Approach. 12 skyrius p.p.405-427.
10. Kultūros įtaka verslo komunikacijai. Kultūriniai vadybos ypatumai.	2	2	2				**6**	**6**	Literatūros studijavimas: Neuliep J. W. Intercultural Communication A Contextual Approach. 11 skyrius p.p. 375-382
11. Tarptautinė reklama. Kultūros įtaka reklamai. Tarptautinės komunikacijos įtaka kultūrai.	2	2	4				**8**	**6**	Literatūros studijavimas: Internetinis straipsnis „Looking back at 'The Simpsons' and its Arab version as Homer's odyssey continues"

									Internetinis straipsnis :Case study: How fame made Snickers' 'You're not you when you're hungry' campaign a success.
12. Tarpkultūrinė kompetencija.	1	2	2				**5**	**6**	
13. Baigiamasis susitikimas. Kurso apibendrinimas	1						**1**		
Iš viso	**24**	**8**	**24**				**56**	**74**	

Vertinimo strategija	**Svoris proc.**	**Atsiskaitymo laikas**	**Vertinimo kriterijai**
Kūrybinė užduotis	100 %	Semestro metu	Semestro metu studentai individualiai arba grupėse iki 4 asmenų parengia pristatymą apie pasirinktą Lietuvoje gyvenančią tautinę, kultūrinę arba religinę bendruomenę. Pristatymo formą studentai pasirenka patys. Tai gali būti: – rašto darbas (nuo 15 iki 20 psl.), išsami prezentacija (nemažiau 20 skaidrių), vaizdo siužetas (nuo 10 iki 15 min), foto pasakojimas (nemažiau 15 nuotraukų ir pasakojimas). Taip pat studentai gali pasiūlyti bet kokią kitą formą. Pasirinkta forma ir tema turi būti suderinta su dėstytoju. Jeigu užduotį atliks grupė studentų tai užduoties sąlygos bus diferencijuojamos. Todėl būtina temą ir atlikimo formatą suderinti su dėstytoju. Darbas atliekamas ir pristatomas seminarų metu. Užduoties tikslas pažinti kitas kultūras. Parengtas darbas vertinamas balais: 1. Darbas vertinamas nuo 1 iki 4. Darbas yra neaiškus, tikslas neapibrėžtas, trūksta argumentuotų išvadų ir apibrėžtos struktūros. 2. Darbas vertinamas 5. Trūksta aukščiau nurodytų elementų, bet darbe yra aiški struktūra, arba yra sukurtas nenuoseklus pasakojimas. 3. Darbas vertinamas nuo 6 iki 7. Darbe studentas susitelkia į skirtingus aspektus, kurie sunkiai siejasi tarpusavyje. Darbas turi aiškiai apibrėžtą tikslą, bet darbo struktūra lieka neaiški 4. Darbas vertinamas nuo 8 iki 9. Darbo dalys yra susiejamos ir integruojamos į vieną visumą. Darbas yra išsamus, bet trūksta pagrįstų išvadų. Darbas taip pat atitinka visus 1, 2 ir 3 punktuose išvardytus kriterijus. Yra sukurtas nuoseklus argumentuotas pasakojimas. 5. Darbas vertinamas 10, t. y. darbas atitinka visus aukščiau pateiktus kriterijus. Darbo išvados yra pagrįstos ir atliepia iškeltus tikslą ir uždavinius.

Autorius (-iai)	**Leidimo metai**	**Pavadinimas**	**Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas**	**~~Leidimo vieta ir~~ Leidykla ar internetinė nuoroda**
Privalomoji literatūra				
Neuliep J. W.	2017	Intercultural Communication A Contextual Approach		London: SAGE Publications
	2016	Case study: How fame made Snickers' 'You're not you when you're hungry' campaign a success		https://www.campaignlive.com/article/case-study-fame-made-snickers-youre-not-when-youre-hungry-campaign-success/1413554

	2019	Looking back at 'The Simpsons' and its Arab version as Homer's odyssey continues		https://www.arabnews.com/node/1602041/art-culture
Papildoma literatūra				
Gibson R.	2002	Intercultural Business Communication		Oxford: Oxford university press
Lewis R.D.	2002	Kultūrų sandūra: kaip sėkmingai bendrauti su kitų tautų ir kultūrų atstovais		Vilnius : Alma littera
McKercher B., du Cros H	2015	Cultural Tourism		London : Routledge
	2016	Understanding Media and Culture		https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/
Chang T., Huh J., McKinney K, Sar S., Wei W., Schneeweis A.	2009	Culture and Its Influence on Advertising: Misguided Framework, Inadequate Comparative Design and Dubious Knowledge Claim	International Communication Gazette	https://doi.org/10.1177/1748048509345063