ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC

GIAO TIẾP LIÊN VĂN HÓA TRONG KINH DOANH

A. THÔNG TIN CHUNG VỀ MÔN HỌC

1. **Tên môn học (tiếng Việt) : GIAO TIẾP LIÊN VĂN HÓA TRONG KINH DOANH**
2. **Tên môn học (tiếng Anh) : INTERCULTURAL COMMUNICATIONS IN BUSINESS**
3. **Mã số môn học : ENP715**
4. **Trình độ đào tạo : Đại học**
5. **Ngành đào tạo áp dụng : Ngôn ngữ Anh**
6. **Số tín chỉ : 03**
   - Lý thuyết : 01
   - Thảo luận và bài tập : 02
   - Khác (ghi cụ thể) : Tự học, làm bài tập cá nhân và bài tập nhóm
7. **Phân bổ thời gian :**
   - Tại giảng đường : 35 tiết
   - Tự học ở nhà : 100 giờ
   - Trực tuyến : 10 tiết
   - Khác (ghi cụ thể) : 00
8. **Khoa quản lý môn học : Khoa Ngoại ngữ**
9. **Môn học trước :** Tiếng Anh- Đọc 3, Tiếng Anh- Viết 3
10. **Mô tả môn học**
    - Môn học giới thiệu đến người học những giá trị văn hóa đối lập và những khác biệt trong giao tiếp phi ngôn ngữ được sử dụng trong giao tiếp kinh doanh giữa các nước trên thế giới, giúp sinh viên có kiến thức và khả năng vận dụng kiến thức để giao tiếp hiệu quả bằng tiếng Anh trong môi trường kinh doanh đa văn hóa.
11. **Yêu cầu môn học**
    - Sinh viên phải đến lớp đúng giờ, đảm bảo thời gian học trên lớp, có thái độ nghiêm túc và chủ động, tích cực trong học tập.

- Sinh viên phải đọc trước tài liệu theo yêu cầu cúa giáo viên, đồng thời tìm đọc them các tài liệu có liên quan ở thư viện và trên Internet.
- Sinh viên cần rèn luyện kỹ năng thường xuyên và liên tục, vận dụng các kiến thức đã học trên lớp vào tất cả các bài tập thực hành.
- Sinh viên cần tích cực tham gia phát biểu xây dựng bài cũng như tham gia thảo luận làm bài tập nhóm và nghiêm túc thực hiện các bài tập cá nhân.
- Sinh viên phải hoàn thành tất cả các bài tự học theo chỉ định của giảng viên để có thể nắm vững các kiến thức và kỹ năng cần thiết cho việc học các môn thuộc ngành Ngôn ngữ Anh.
- Kiểm tra giữa kỳ và cuối kỳ: Sinh viên không thực hiện bài thi hoặc vắng thi sẽ bị điểm 0 nếu không có đơn xin phép và có lý do chính đáng được chấp nhận.

12. Học liệu của môn học

12.1. Giáo trinh

[1] Gibson, Robert. (2015). *Intercultural Business Communication.* Oxford: Oxford University Press.

12.2. Tài liệu tham khảo

[2] Ghishini, E & Blendstrup, A. (2008) *Communicating the American way - A guide to U.S. Business communications*. CA: Happy About.

[3] Trompenaars, A., & Hampden-Turner, C. (2020). *Riding the waves of culture: Understanding cultural diversity in global business.* New York: McGraw Hill.

B. PHƯƠNG THỨC ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC

Các thành phần đánh giá môn học

Thành phần đánh giá	Phương thức đánh giá	Trọng số
A.1. Đánh giá quá trình	A.1.1. Chuyên cần	10%
	A.1.2. Bài tập cá nhân	20%
	A.1.3. Thuyết trình nhóm	20%
A.2. Đánh giá cuối kỳ	A2.1 Thi viết cuối kỳ	50%

C. NỘI DUNG CHI TIẾT GIẢNG DẠY

Nội dung giảng dạy chi tiết
GIỚI THIỆU MÔN HỌC 0.1. Nội dung, mục tiêu, yêu cầu của môn học 0.2. Phương pháp học tập và tiêu chí đánh giá 0.3. Kế hoạch học tập **MODULE 1: BASIC NOTIONS IN INTERCULTURAL COMMUNICATION** 1.1 Importance of intercultural communication 1.2 Key terms in intercultural communication 1.3 Barriers to intercultural communication
MODULE 1: BASIC NOTIONS IN INTERCULTURAL COMMUNICATION (continued) 1.4. Case study: Do We Understand Each Other? 1.5. Around the world: Values, Stereotypes vs. Cultural Generalizations; Responding to Stereotypes
MODULE 2: KEY CULTURAL DIMENSIONS 2.1 Types of non-verbal communication 2.2 Communication style 2.3 Typical problems in intercultural communication
MODULE 2: KEY CULTURAL DIMENSIONS (continued) 2.4. Case study: Italian-Swiss Breakdown 2.5. Around the world: Punctuality, Business Schedules, Company Time or Personal Time
MODULE 3: SKILLS IN INTERCULTURAL BUSINESS COMMUNICATION 3.1 Managing people 3.2 Negotiating 3.3 Socializing
MODULE 3: SKILLS IN INTERCULTURAL BUSINESS COMMUNICATION (continued) 3.4 Giving presentations 3.5 Marketing and Advertising 3.6. Case study: Getting Connected in Columbia

MODULE 3: SKILLS IN INTERCULTURAL BUSINESS COMMUNICATION (continued) 3.7. Case study: An Office Party 3.8. Case study: Whom Should We Send? 3.9. Case study: Japan and US Candy Venture 3.10. Case study: To Whom Should We Hire? **KIỂM TRA GIỮA KỲ (thuyết trình nhóm)**
MODULE 4: BUSINESS COMMUNICATION IN DIFFERENT CULTURES 4.1. Around the world: 4.1.1. Getting Connected; Introductions; Names and Titles 4.1.2. Socializing with Colleagues; Entertaining Business Clients; Gift Giving **KIỂM TRA GIỮA KỲ (thuyết trình nhóm)**
MODULE 4: BUSINESS COMMUNICATION IN DIFFERENT CULTURES (continued) 4.1.3. Negotiator Qualities; Styles of Persuasion; Women and the Workplace 4.1.4. Nonverbal Communication; The Negotiating Table; Your Bargaining Style 4.1.5. Company Training of the International Executive; Preparing Yourself; Class Presentation **GIẢI ĐÁP THẮC MẮC**
MODULE 5: CONTRACTS ACROSS CULTURES (Unit 7 - Optional) 8.1. Case study: What's in a Handshake? 8.2. Around the world: Explicit and Implicit Styles of Agreements; Honoring Contracts
MODULE 6: **MARKETING ACROSS CULTURES (Unit 8 - Optional)** 9.1. Case study: Blue Diamond Almonds 9.2. Around the world: Global Marketing; Global and National Brands
MODULE 7: **MANAGEMENT AND EMPLOYEE RELATIONS ACROSS CULTURES (Unit 10 - Optional)** 10.1. Case study: Are Two Managers Too Many? 10.2. Around the world: Decision-making and Management Styles; Management and Employee Relations – Employee Programs