

KURSBESKRIVELSE FOR Tverrkulturell kommunikasjon

1. Studium:	Bachelor i Hotell og Relasjonsledelse Bachelor i Markedsføring og Internasjonalisering
2. Kurs:	Tverrkulturell kommunikasjon
3. Semester:	4. sem
4. Studiepoeng:	10
5. Kursansvarlig:	Høyskolelektor Kjersti Ruud Walaas
6. Antall timer undervisning:	Foreleser plikter å ha 50 timer kontakt med studentene
7. Nødvendige forkunnskaper:	Ingen, ses i sammenheng med kultur- og kommunikasjonkunnskap 1-3 sem.
8. Fagbeskrivelse:	Faget søker å utvikle studentens kunnskap og forståelse for kulturelt baserte forskjeller og likheter. Innsikt i kulturelle dimensjoner i forretnings- og arbeidsliv gis ved å ta for seg sosiale, kulturelle og til dels psykologiske vilkår for vellykket tverrkulturell kommunikasjon. For å kunne forstå "den andre" blir det lagt vekt på kjennskap til andres bilde av nordmenn og nasjonen Norge, samt bevisstgjøring omkring stereotyper mellom "oss og dem". Videre tematiseres behovet for kunnskap og komparative perspektiver. Faget utforsker globaliseringens betydning for kulturmøter, herunder problemstillinger innen mangfold, etikk og korrupsjon.
9. Mål:	Faget skal bidra til å øke bedrifters og organisasjoners lønnsomhet og omdømme ved at studenten skal settes i stand til å oppnå effektiv kommunikasjon med den andre part. Det blir lagt vekt på at studenten får trening i å analysere samhandlingsprosesser. Hun/han skal kunne gjenkjenne kommunikasjonsforskjeller og kunne anvende relevante og effektive strategier for å overkomme kommunikasjonshindre. Studenten skal være i stand til å foreta etisk funderte vurderinger basert på kulturforståelse og etikk. Dette gjelder i ansikt-til-ansikt situasjoner, i arbeidsmøter og presentasjoner, i forbindelse med mediaformidlet kommunikasjon og ikke minst i deltagelsen eller ledelsen av en multikulturell arbeidsplass.

<p>10. Emneoversikt:</p>	<p>Kultur og kommunikasjonsteori Mellommenneskelig samhandling i den globale landsby. Kulturbegrepet Faglige perspektiver: Etnosentrisme og kulturrelativisme. Holdninger: Stereotypier, fordommer og empati</p> <p>Kommunikasjonsprosessen Modeller, tegn, tolkning og analyse. Verbal og ikke-verbal kommunikasjon. Kontekst. Kommunikasjonskompetanse.</p> <p>Kultur- og samfunnsforståelse Komparative kulturelle mønstre. Det "særegne norske". Kulturell kompleksitet. Media- og markedsføringsbilder. Etikk, korrupsjon, CSR, det lokale og globale</p> <p>Den globale møte- og arbeidsplass Kommunikasjonsstrategier, -metoder og -teknikker. Multikulturelle team/grupper. Kulturell synergi. Kultursjokk.</p>
<p>11. Gjennomføring:</p>	<p>Det vil bli gitt 50 timer kontakt med foreleser. Dette innebærer forelesninger, dialog, diskusjoner, gruppearbeid, presentasjoner og oppgaveløsninger. Det vil også være mulighet for veiledning.</p>
<p>12. Evaluering (underveis- og sluttevalueringer):</p>	<p>I løpet av semesteret vil det bli gitt en obligatorisk oppgave, samt en 3 timers skriftlig eksamen ved forelesningenes slutt. Obligatorisk gruppeoppgave teller 40 % og avsluttende individuell eksamen 60 %.</p>
<p>13. Obligatorisk litteratur med antall sider og pris per</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adler, Nancy, <i>International Dimensions of Organizational Behaviour</i>. South West. Thompson Learning, (Canada) Cincinnati, Ohio. 2002 (ca 250s) Kr. 478,-. siste utgave • Dahl, Øyvind, <i>Møter mellom mennesker, interkulturell kommunikasjon</i>. Gyldendal Akademisk 2001 (248s) Kr. 268,-. ISBN: 978-82-00-45368-0 <p>Walaas, Kjersti Ruud, <i>Kompendium i Tverrkulturell kommunikasjon</i> Markedshøyskolen 2008 (182s) Kr. 100,-</p> <p>De Mooji, Marieke (2 ed) 2005 <i>"The Paradoxes in Global Marketing Communications"</i>.</p>

<p>bok/hefte:</p>	<p>I Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes. Sage, US (11s)</p> <p>Djabbari; Ali 2006</p> <p><i>Plutselig norsk. I Mellom to kulturer.</i> Gyldendal (6s)</p> <p>Eriksen, Thomas Hylland & Sørheim, Torunn Arntsen 2006</p> <p><i>"Kultur: Forskjeller og likheter mellom mennesker"</i> (16s)</p> <p><i>"Norskhet – hva er det?"</i> (17s)</p> <p>I Kulturforskjeller i praksis. Gyldendal Akademisk</p> <p>Jandt, Fred E 2004</p> <p><i>"Comparative Cultural Patterns. Arab Culture."</i> (20s)</p> <p><i>"Contact between Cultures".</i> (30s)</p> <p>I An introduction to Intercultural Communication. Sage, US</p> <p>Johansen, Kjell E. & Vetlesen, Arne J. 2000</p> <p><i>"Etikk, moral og verdier"</i> (8s)</p> <p><i>"Forskjells- og likebehandling på grunnlag av kjønn, rase/etnisit."</i>(15s)</p> <p>I Innføring i etikk. Universitetsforlaget</p> <p>Rugimbana, Robert & Nwanko, Sonny 2003</p> <p><i>"Multicultural Marketing"</i> (16s)</p> <p><i>"The Future and Challenges of Cross-Cultural Marketing"</i> (13s)</p> <p>I Cross-Cultural Marketing, Thompson Learning, UK</p> <p>Ulven, Henrik 2004</p> <p><i>"Gestikulering"</i> (2s)</p> <p><i>"Religionsforståelse"</i> (9s)</p> <p><i>"Korrupsjon"</i> (9s)</p> <p><i>"Hvordan blir en bedre verdensborger?"</i> (8s)</p> <p><i>Korrupsjonsindeks</i> (2s)</p> <p>I Internasjonal skikk og bruk. Index Publishing</p>
<p>14. Anbefalt litteratur:</p>	<p>Eriksen, Thomas Hylland & Sørheim, Torunn Arntsen: <i>Kulturforskjeller i praksis : perspektiver på det flerkulturelle Norge.</i> 4. utg. Gyldendal Akademisk 2006. 290 s. ISBN: 978-82-05-36357-1</p> <p>Jandt, Fred: <i>An introduction to Intercultural Communication : identities in a global community.</i> 5th ed. Thousand Oaks, Calif. : Sage, US</p> <p>Ulven, Henrik: <i>Internasjonal skikk og bruk : møte med andre land og</i></p>

	<i>kulturer.</i> Index Pub. Oslo 2007. 484 s. ISBN: 978-82-7217-118-5
--	---