

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета психологии

  
Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

**Фонд оценочных средств по дисциплине**

**Основы межкультурной деловой коммуникации online и offline /  
Intercultural business communication**  
по направлению подготовки

**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки:  
**«Цифровой бренд-менеджмент»**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Магистр**

Год приема  
**2023**

Томск – 2023

**Фонд оценочных средств (ФОС)** является элементом системы оценивания сформированности компетенций у обучающихся в целом или на определенном этапе ее формирования.

ФОС разрабатывается в соответствии с рабочей программой (РП) дисциплины «Основы межкультурной деловой коммуникации online и offline / Intercultural business communication», включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по настоящей дисциплине.

### **1. Паспорт оценочных средств**

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Цифровой бренд-менеджмент»

Семестр (семестры) изучения: 1 семестр

Форма (формы) текущего контроля: контроль посещаемости, оценка организации и проведения студентами круглого стола, оценка докладов с презентацией, разбор кейсов, проектная работа.

Форма проведения промежуточной аттестации: экзамен.

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по пятибалльной системе.

### **2. Компетенции, закрепленные за дисциплиной и результаты обучения**

<b>Наименование категории (групп) компетенций</b>	<b>Компетенция</b>	<b>Индикатор компетенции</b>	<b>Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)</b>
---	--------------------	------------------------------	--

<p>Универсальная компетенция. Системное и критическое мышление</p>	<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>ИУК 5.1. Выявляет, сопоставляет, типологизирует своеобразие культур для разработки стратегии взаимодействия с их представителями.</p> <p>ИУК 5.2. Способен модерировать межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач. (ых) языке (ах).</p>	<p>РО-УК.5.1.1 Обучающийся знает базовые факторы, определяющие характеристики межкультурной коммуникации, в соответствии с типологизацией культур, и умеет использовать их при разработке стратегии взаимодействия с их представителями.</p> <p>РО-УК.5.2.1. Обучающийся умеет модерировать межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач в соответствии с базовыми факторами, определяющими характеристиками межкультурной коммуникации</p>
--	--	--	--

	<p>ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиалпродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.</p>	<p>ИОПК-1.1. Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.коммуникации.</p> <p>ИОПК-1.2. Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ИОПК-1.3. Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.</p>	<p>РО-ОПК.1.1.1. Умеет формулировать целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.коммуникации, для реализации актов межкультурной коммуникации.</p> <p>РО-ОПК.1.2.1. Умеет искать и анализировать информацию для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке, с целью решения задач деловой коммуникации в межкультурной среде.</p> <p>РО-ИОПК-1.3.1 Умеет структурировать, корректировать, редактировать и создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке, для осуществлении актов межкультурной деловой коммуникации.</p>
--	--	---	---

	<p>ОПК--3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных Продуктов.</p>	<p>ИОПК-3.1. Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту</p> <p>ИОПК-3.2. Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке</p> <p>ИОПК-3.3. Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.</p>	<p>РО-ПК.3.1.1. Обучающийся умеет действовать в условиях социокультурного контекста, опираясь на принципы социокультурного анализа, коммуникационные цели, задачи и основные тезисы коммуникационной кампании.</p> <p>РО-ПК.3.2.1. Обучающийся умеет создавать медиатексты, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке, используя релевантные способы.</p> <p>РО-ПК.3.3.1. Обучающийся умеет планировать и реализовывать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.</p>
	<p>ПК-4 Способен к управлению прямыми и опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. В2В и В2С.</p>	<p>ИПК-4.1 Управляет прямыми и опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. В2В и В2С с учётом социокультурного контекста сообщества, организации, территории и т.д.</p>	<p>ОР-ПК 4.1.1. Учащийся умеет определять и учитывать социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д. при управлении опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. В2В и В2С.</p>

### 3. Критерии оценивания результатов обучения

В качестве уровней сформированности компетенций обучающихся в результате освоения дисциплины выделяются следующие:

1. Допороговый уровень (далее – неудовлетворительно).
2. Пороговый уровень (далее - удовлетворительно)
3. Базовый уровень (далее – хорошо)
4. Продвинутый уровень (далее – отлично)

Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ИУК 5.1. Выявляет, сопоставляет, типологизирует своеобразие культур для разработки стратегии взаимодействия с их представителями.	РО-УК.5.1.1 Обучающийся знает базовые факторы, определяющие характеристики межкультурной коммуникации, в соответствии с типологизацией культур, и умеет использовать их при разработке стратегии взаимодействия с их представителями.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений

<p>ИУК 5.2. Способен модерировать межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач. (ых) языке (ах).</p>	<p>РО-УК.5.2.1. Обучающийся умеет модерировать межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач в соответствии с базовыми факторами, определяющими характеристиками межкультурной коммуникации</p>	<p>Отсутствие знания, умения</p>	<p>Идентификация знания, умения</p>	<p>В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными и ошибками демонстрация знания и умений</p>	<p>Успешная и систематическая демонстрация знания и умений</p>
<p>ИОПК-1.1. Ф Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.коммуникации.</p>	<p>РО-ОПК.1.1.1. Умеет формулировать целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.коммуникации, для реализации актов межкультурной коммуникации.</p>	<p>Отсутствие знания, умения</p>	<p>Идентификация знания, умения</p>	<p>В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными и ошибками демонстрация знания и умений</p>	<p>Успешная и систематическая демонстрация знания и умений</p>
<p>ИОПК-1.2. Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных</p>	<p>РО-ОПК.1.2.1. Умеет искать и анализировать информацию для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке, с целью решения задач деловой коммуникации в межкультурной среде.</p>	<p>Отсутствие знания, умения</p>	<p>Идентификация знания, умения</p>	<p>В целом успешная, но сопровождающаяся</p>	<p>Успешная и систематическая демонстрация</p>

<p>продуктов, в т.ч. на иностранном языке.</p>				<p>ся отдел ьным и ошиб ками демон страц ия знани я и умен ий</p>	<p>ия знани я и умен ий</p>
<p>ИОПК-1.3. Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.</p>	<p>РО-ИОПК-1.3.1 Умеет структурировать, корректировать, редактировать и создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке, для осуществлении актов межкультурной деловой коммуникации.</p>	<p>Отсутс твие знания, умения</p>	<p>Иден тифик ация знани я, умен ия</p>	<p>В целом успе шная, но сопро вожда ющая ся отдел ьным и ошиб ками демон страц ия знани я и умен ий</p>	<p>Успе шная и систе матич еская демон страц ия знани я и умен ий</p>
<p>ИОПК-3.1. Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные</p>	<p>ОР-ПК.3.1.1. Обучающийся умеет действовать в условиях социокультурного контекста, опираясь на принципы социокультурного анализа, коммуникационные цели, задачи и основные тезисы коммуникационной кампании.</p>	<p>Отсутс твие знания, умения</p>	<p>Иден тифик ация знани я, умен ия</p>	<p>В целом успе шная, но сопро вожда ющая ся отдел ьным и ошиб ками демон страц</p>	<p>Успе шная и систе матич еская демон страц ия знани я и умен ий</p>



тому или иному социокультурному контексту				ия знания и умений	
ИОПК-3.2. Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке	РО-ПК.3.2.1. Обучающийся умеет создавать медиатексты, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке, используя релевантные способы.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отделным и ошибками демонстрация знания и умений	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
ИОПК-3.3. Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.	РО-ПК.3.3.1. Обучающийся умеет планировать и реализовывать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отделным и ошибками демонстрация знания и умений	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
ИПК-4.1	РО-ПК 4.1.1.	Отсутствие	Идентификация	В целом	Успешная

Управляет прямыми и опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. В2В и В2С с учётом социокультурного контекста сообщества, организации, территории и т.д.	Учащийся умеет определять и учитывать социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д. при управлении опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. В2В и В2С.	знания, умения	ация знания, умения	успешная, но сопровождающаяся отделёнными и ошибками демонстрация знания и умений	и систематическая демонстрация знания и умений
---	--	----------------	---------------------	---	--

#### 4. Оценочные средства для проведения текущего контроля

Текущий контроль проводится регулярно на лекционных и практических занятиях с целью получения оперативной информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций.

№	Контролируемые разделы дисциплины	Код и наименование результатов обучения	Наименование оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	Межкультурные коммуникации в эпоху цифрового информационного общества	<p>РО-УК.5.1.1 Обучающийся знает базовые факторы, определяющие характеристики межкультурной коммуникации, в соответствии с типологизацией культур, и умеет использовать их при разработке стратегии взаимодействия с их представителями.</p> <p>РО-ОПК.1.2.1. Умеет искать и анализировать информацию для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке, с целью решения задач деловой коммуникации в межкультурной среде.</p> <p>РО-ПК 4.1.1. Учащийся умеет определять и</p>	Вопросы к экзамену, организация круглого стола

		<p>учитывать социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д. при управлении опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. B2B и B2C.</p>	
2	<p>Высококонтекстная и низкоконтекстная коммуникация</p>	<p>РО-УК.5.1.1 Обучающийся знает базовые факторы, определяющие характеристики межкультурной коммуникации, в соответствии с типологизацией культур, и умеет использовать их при разработке стратегии взаимодействия с их представителями.</p> <p>РО-ОПК.1.1.1. Умеет формулировать целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке. коммуникации, для реализации актов межкультурной коммуникации.</p> <p>РО-ПК.3.2.1. Обучающийся умеет создавать медиатексты, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке, используя релевантные способы.</p> <p>РО-ПК.3.3.1. Обучающийся умеет планировать и реализовывать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.</p>	<p>Вопросы к экзамену, проектная работа, организация круглого стола, доклады</p>
3	<p>Искусство убеждения в межкультурной деловой коммуникации</p>	<p>РО-УК.5.1.1 Обучающийся знает базовые факторы, определяющие характеристики межкультурной коммуникации, в соответствии с типологизацией культур, и умеет использовать их при разработке стратегии взаимодействия с их представителями.</p>	<p>Вопросы к экзамену, доклады</p>

		<p>РО-УК.5.2.1. Обучающийся умеет модерировать межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач в соответствии с базовыми факторами, определяющими характеристиками межкультурной коммуникации</p> <p>РО-ОПК.1.2.1. Умеет искать и анализировать информацию для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке, с целью решения задач деловой коммуникации в межкультурной среде.</p> <p>ОР-ПК.3.1.1. Обучающийся умеет действовать в условиях социокультурного контекста, опираясь на принципы социокультурного анализа, коммуникационные цели, задачи и основные тезисы коммуникационной кампании.</p> <p>РО-ПК.3.2.1. Обучающийся умеет создавать медиатексты, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке, используя релевантные способы.</p> <p>РО-ПК 4.1.1. Учащийся умеет определять и учитывать социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д. при управлении опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. В2В и В2С.</p>	
4.	Доверие в межкультурной деловой коммуникации	<p>РО-УК.5.1.1 Обучающийся знает базовые факторы, определяющие характеристики межкультурной коммуникации, в соответствии с типологизацией культур, и умеет использовать их при разработке</p>	Вопросы к экзамену, проектная работа, доклады

		<p>стратегии взаимодействия с их представителями.</p> <p>РО-УК.5.2.1. Обучающийся умеет модерировать межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач в соответствии с базовыми факторами, определяющими характеристиками межкультурной коммуникации</p> <p>РО-ОПК.1.2.1. Умеет искать и анализировать информацию для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке, с целью решения задач деловой коммуникации в межкультурной среде.</p> <p>РО-ПК.3.2.1. Обучающийся умеет создавать медиатексты, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке, используя релевантные способы.</p>	
5.	Understanding Group Affiliations	<p>РО-УК.5.1.1 Обучающийся знает базовые факторы, определяющие характеристики межкультурной коммуникации, в соответствии с типологизацией культур, и умеет использовать их при разработке стратегии взаимодействия с их представителями.</p> <p>РО-УК.5.2.1. Обучающийся умеет модерировать межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач в соответствии с базовыми факторами, определяющими характеристиками межкультурной коммуникации</p> <p>РО-ОПК.1.1.1. Умеет формулировать целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и</p>	Вопросы к экзамену, проектная работа, организация круглого стола, доклады, анализ кейсов

		<p>коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.коммуникации, для реализации актов межкультурной коммуникации.</p> <p>РО-ОПК.1.2.1. Умеет искать и анализировать информацию для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке, с целью решения задач деловой коммуникации в межкультурной среде.</p> <p>РО-ИОПК-1.3.1 Умеет структурировать, корректировать, редактировать и создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке, для осуществлении актов межкультурной деловой коммуникации.</p> <p>ОР-ПК.3.1.1. Обучающийся умеет действовать в условиях социокультурного контекста, опираясь на принципы социокультурного анализа, коммуникационные цели, задачи и основные тезисы коммуникационной кампании.</p> <p>РО-ПК.3.2.1. Обучающийся умеет создавать медиатексты, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке, используя релевантные способы.</p> <p>РО-ПК.3.3.1. Обучающийся умеет планировать и реализовывать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.</p> <p>РО-ПК 4.1.1. Учащийся умеет определять и учитывать социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д. при управлении опосредованными</p>	
--	--	--	--

		(в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. В2В и В2С.	
--	--	---	--

#### **4.1 Содержание оценочных средств**

Используемые оценочные средства: организации и проведения студентами круглого стола, оценки докладов с презентацией, разбор кейсов, проектная работа.

##### *4.1.1 Типовые вопросы для устного опроса.*

1. Формирование мировоззрения как части культурной картины индивида
2. Влияние культуры на коммуникацию
3. Сущность и роль межкультурной коммуникации
4. Межкультурная коммуникация в эпоху интернета
5. Мультикультурный аспект бизнес-коммуникации
6. Высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные культуры
7. Коллективистские и индивидуалистские культуры
8. Избегание неопределенности в межкультурной коммуникации
9. Маскулинные и феминные культуры
10. Индекс дистанции власти
11. Категория времени в культурах
12. Степень выраженности эмоций в культурах
13. Социальная идентичность и межгрупповая коммуникация
14. Основные вызовы в межкультурной коммуникации.
15. Способы совершенствования навыков межкультурной коммуникации
16. Концепция применения межкультурных ценностей в вэб-дизайне
17. Модель анализа сайта с точки зрения культурного контекста
18. Специфика российского дизайна сайтов университетов. Специфика онлайн и оффлайн коммуникации с представителями западной культуры
19. Специфика онлайн и оффлайн коммуникации с представителями восточной культуры
20. Культурный шок в освоении чужой культуры, основные трудности аккомодации
21. Онлайн-платформы для межкультурной коммуникации между субъектами и организациями

##### *4.1.2 Типовые темы докладов для освоения теоретических знаний*

1. Коллективистские и индивидуалистские культуры
2. Избегание неопределенности в межкультурной коммуникации
3. Маскулинные и феминные культуры

4. Индекс дистанции власти
5. Категория времени в культурах
6. Степень выраженности эмоций в культурах
7. Социальная идентичность и межгрупповая коммуникация
8. Способы совершенствования навыков межкультурной коммуникации
9. Концепция применения межкультурных ценностей в вэб-дизайне
10. Модель анализа сайта с точки зрения культурного контекста
11. Специфика российского дизайна сайтов университетов.
12. Специфика онлайн и оффлайн коммуникации с представителями западной культуры
13. Специфика онлайн и оффлайн коммуникации с представителями восточной культуры
14. Культурный шок в освоении чужой культуры, основные трудности аккомодации
15. Роль СМИ и интернет-ресурсов в межкультурной коммуникации
16. Невербальная коммуникация – ключ к межкультурному пониманию
17. Культура преподавания и обучения на Западе и на Востоке
18. Стратегии формирования межкультурной среды в российском вузе в эпоху международных конфликтов

#### *4.1.4 Типовые кейс-задания:*

##### *Задание 1*

##### *Организация и проведение мероприятия в смешанном формате*

**Учебные цели:** отточить навыки самоорганизации; научиться организовывать и проводить мероприятия смешанного формата (онлайн-офлайн), развить навыки выступления и создания презентации.

**Общая цель:** провести круглый стол на тему «Межкультурная коммуникация в эпоху информационных войн»\*

##### **Задачи:**

1. Организовать мероприятие в формате круглого стола в смешанном формате (онлайн-офлайн): распределить организационные роли, подготовить сценарий круглого стола, выбрать площадку проведения, организовать регистрацию, провести мероприятие (выступление участников и организация дискуссии).
2. Подготовить сопроводительный материал с информацией о предстоящем мероприятии, приглашением участников и зрителей; организовать фото-съемку; подготовить материал с текстовым и визуальным контентом для публикации на страницах кафедры во ВК и Telegram.
3. Подготовить индивидуальные выступления на выбранную тему с точки зрения кросс-культурного анализа отношения представителей разных культур (стран, политических взглядов) к обозначенным проблемам.
4. Подготовить публикации для соцмедиа на темы выступлений.

##### **Примерная структура выступления:**

Презентация кейсов с описанием проблемной ситуации (конфликта) в онлайн или офлайн коммуникации  
Краткая история вопроса  
Анализ отношения к проблеме представителей разных культур  
Предложение по решению проблемной ситуации (конфликта) с помощью инструментов PR-коммуникации.



**Продукты задания:**

1. Презентация на тему выступления для размещения на сайте [connect-universum.tsu.ru](http://connect-universum.tsu.ru)
2. Публикация на тему выступления для страниц кафедры в указанных выше соцмедиа.

**\*примеры тем, объединённых проблематикой «информационных войн»:**

- Информационные войны в информационном обществе
- Стратегия и тактика ведения информационной войны представителями западной культуры
- Стратегия и тактика ведения информационной войны представителями восточной культуры
- Межкультурная коммуникация: мягкая сила – жёсткий результат
- Фейки: оружие информационной войны
- Визуальные коммуникации в информационных войнах
- Пропаганда: современные инструменты разжигания конфликтов и их решения
- Социальные сети – площадка для ведения информационных войн

*Задание 2*

*Создание и реализация контент-плана для собственной станции в соцмедиа в формате профессионального блога*

**Учебные цели:** отточить навыки онлайн-самопрезентации, научиться создавать профессиональный текстовый контент и формировать цифровой профессиональный имиджа.

**Общая цель:** создание контент-плана для профессионального блога в соцсетях.

**Задачи:**

1. Изучить проблематику профессионального имиджа и профессионального блога.
2. Скорректировать существующую страницу с точки зрения контентного наполнения (текстового и визуального).
3. Создать контент-план, создать материалы для публикации (на месяц).
4. Начать реализацию контент-плана

**Продукт задания:** действующий профессиональный блог в соцсети (готовый месячный контент-план, материалы для публикации на месяц).

*Задание 3*

*Создание видео об организации жизни в кампусе ТГУ для различных этнических групп*

**Учебные цели:** познакомиться с основами исследования ЦА, научиться выстраивать коммуникацию с представителями разных этнических групп; научиться работать с видео-контентом.

**Общая цель:** создать видео для размещения на страницах кафедры во время приёмной кампании.

Задачи:

1. Определить тему для видео.
2. Определить специфику выбранной этнической ЦА с помощью исследования её представителей среди студентов ТГУ (интервью, анкетирование);
3. Создать сценарий видео, снять видео;
4. При необходимости, отредактировать видео (сделать монтаж, субтитры и т.п.).

**Продукт задания:** медиа-продукт (видео) для размещения на страницах социальных медиа кафедры во время приёмной кампании.

## 5. Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Виды текущего контроля	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
<b>Контактная работа:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Доклад с презентацией</li><li>• Круглый стол</li><li>• Проектная работа</li></ul>	0-2,9 баллов (неудовлетворительно)	3,0-3,5 баллов (удовлетворительно)	4,0-4,5 баллов (хорошо)	4,6-5,0 баллов (отлично)
<b>Задание для самостоятельной работы:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Анализ кейсов</li></ul>	0-2,9 баллов (неудовлетворительно)	3,0-3,5 баллов (удовлетворительно)	4,0-4,5 баллов (хорошо)	4,6-5,0 баллов (отлично)

5.1 Критерии оценивания устного опроса, работы на коллоквиуме, участие в деловой игре, анализа кейсов, разработке презентации на основе критического анализа литературы или иных источников информации:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. В ответе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

## 6. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

### 6.1 Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена  
**Экзамен в 1 семестре** проводится в устной форме устного опроса. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

## 6.2 Типовые вопросы к экзамену.

### 6.2.1. Требования к итоговой работе/кейсу:

-

### 6.2.2. Примерные вопросы к экзамену\*

Вопросы к экзамену (\*для студентов, набравших менее 3.0 баллов (средн. арифм.) за выполнение заданий на парах):

1. Формирование мировоззрения как части культурной картины индивида
2. Влияние культуры на коммуникацию
3. Сущность и роль межкультурной коммуникации
4. Межкультурная коммуникация в эпоху интернета
5. Мультикультурный аспект бизнес-коммуникации
6. Высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные культуры
7. Коллективистские и индивидуалистские культуры
8. Избегание неопределенности в межкультурной коммуникации
9. Маскулинные и феминные культуры
10. Индекс дистанции власти
11. Категория времени в культурах
12. Степень выраженности эмоций в культурах
13. Социальная идентичность и межгрупповая коммуникация
14. Основные вызовы в межкультурной коммуникации.
15. Способы совершенствования навыков межкультурной коммуникации
16. Концепция применения межкультурных ценностей в вэб-дизайне
17. Модель анализа сайта с точки зрения культурного контекста
18. Специфика российского дизайна сайтов университетов. Специфика онлайн и оффлайн коммуникации с представителями западной культуры
19. Специфика онлайн и оффлайн коммуникации с представителями восточной культуры
20. Культурный шок в освоении чужой культуры, основные трудности аккомодации
21. Онлайн-платформы для межкультурной коммуникации между субъектами и организациями

## 6.3 Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Ответы на вопросы к экзамену*	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

## 6.4 Критерии оценки защиты итоговой работы/ответов на вопросы к экзамену.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии выставления оценки на основе сдачи экзамена по вопросам\*:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

ФОС составил(и):

Шамсудинова Снежана Сергеевна, канд. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

ФОС одобрен на заседании УМК 20 июня 2023 г.