

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан факультета психологии

 Д. Ю. Баланев

« 15 » 05 2024 г.

Оценочные материалы по дисциплине

Межкультурная сетевая коммуникация

по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:

Цифровой бренд-менеджмент

Форма обучения

Очная

Квалификация

Магистр

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 Д. И. Спичева

Председатель УМК

 М. А. Подойницина

Томск – 2024

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ПК-4 Способен к управлению прямыми и опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. B2B и B2C.

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК 1.1 Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.

ИОПК 1.2 Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.

ИОПК 1.3 Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.

ИОПК 3.1 Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту.

ИОПК 3.2 Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.

ИОПК 3.3 Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.

ИПК 4.1 Организует работу по выбору темы, созданию и редактированию контента (в т.ч. по подготовке собственных и авторских материалов).

ИУК 5.1 Выявляет, сопоставляет, типологизирует своеобразие культур для разработки стратегии взаимодействия с их носителями.

ИУК 5.2 Организует и модерирует межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

- организация круглого стола;
- создание медиаконтента;
- доклад.

№	Контролируемые разделы дисциплины	Код и наименование результатов обучения	Наименование оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	Тема 1. Введение в межкультурную сетевую коммуникацию	ИОПК 3.2 ИОПК 3.3 ИПК 4.1 ИУК 5.2	<u>Практическое задание 1:</u> <i>Организация и проведение круглого стола</i>

	Тема 2. Культурные различия и их влияние на сетевую коммуникацию		Учебные цели: отточить навыки самоорганизации; научиться организовывать и проводить мероприятия в формате круглого стола, развить навыки выступления и создания презентации. Общая цель: организовать и провести круглый стол на тему «Мир через призму социальных сетей» Индивидуальная цель: подготовка доклада с презентацией на выбранную тему.* Задачи: 1. Организовать мероприятие в формате круглого стола: распределить организационные роли, подготовить сценарий круглого стола, выбрать площадку проведения, организовать регистрацию, провести мероприятие (выступление участников и организация дискуссии). ОБЯЗАТЕЛЬНО: ознакомиться с форматом, учесть необходимость организации обсуждения, обмена мнениями. 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. ВНИМАНИЕ: все материалы должны быть готовы и высланы преподавателю за неделю до мероприятия. 3. Подго- товить индивидуальные выступления на выбранную тему с точки зрения кросс- культурного анализа отношения представителей разных культур (стран, политических взглядов) к обозначенным проблемам. 4. Подго- товить публикации для соцмедиа на темы выступлений. ОБЯЗАТЕЛЬНО: учесть фирменный стиль сообщества во ВК. Продукты задания: 1. Анонс мероприятия в сообществе кафедры во ВК. 2. Фото и видео-контент для размещения в сообществе кафедры во ВК. 3. Публи- кации на тему выступления для страниц кафедры во ВК и Telegram.
--	--	--	--

2	Тема 3. Эффективные стратегии межкультурной сетевой коммуникации	ИОПК 1.1 ИОПК 1.2 ИОПК 1.3 ИОПК 3.1 ИОПК 3.2	Практическое задание 2: <i>Создание видеоконтента для соцсетей на тему «Этикет в социальных сетях»</i> Учебные цели: отточить навыки создания медиа-продукта в разных форматах для соцсетей. Общая цель: создание цифрового информационно-просветительского проекта на тему «Этикет в социальных сетях». Задачи: 1. Изучить проблематику этикета в социальных сетях. 2. Изучить форматы публикаций в соцсетях (ВК, Telegram) 3. Создать контент-план проекта и материалы для публикации. 4. Реализовать контент-план в сообществе кафедры во ВК и на канале в Telegram. Продукт задания: реализованный цифровой проект на двух платформах – ВК и Telegram.
3	Тема 4. Технологические аспекты межкультурной сетевой коммуникации	ИОПК 1.1 ИОПК 1.2 ИОПК 3.1 ИПК 4.1 ИУК 5.1 ИУК 5.2	Практическое задание 3: Организация и проведение специального мероприятия в формате квиза для школьников или студентов-

			бакалавров на тему "Факты и мифы о межкультурной коммуникации" Учебная цель: сформировать навыки организации и проведения специального мероприятия с использованием онлайн- платформы для создания квиза. Общая цель: организация специального информационно- просветительского мероприятия в формате квиза. Задачи: 1. Изучить платформы для создания квизов. Подготовить содержание квизов (вопросы, задания) Создать анонсы для всех возможных каналов с целью пригласить ЦА на мероприятие. 5. Прове сти мероприятие. 6. Создать публикацию о мероприятии для сообщества кафедры во ВК. Продукт задания: мероприятие в формате квиза и публикации во ВК и Telegram.
4.	Тема 5. Практика межкультурной сетевой коммуникации	ИОПК 1.1 ИОПК 1.2 ИОПК 1.3 ИОПК 3.2 ИПК 4.1	Создание цифрового медиапродукта (сайта, журнала, НЕ презентации!!!), который можно было бы

			использовать в качестве дидактического пособия для будущих поколений магистрантов направления. Тема продукта – «Влияние культурных стереотипов на онлайн-коммуникацию» Продукт должен быть: 1. Хорошо структурированным 2. Грамотно сверстанным 3. Почти безупречным с точки зрения орфографии, синтаксиса и стилистики 4. Эстетически приятным 5. Юзер-френдли Задание групповое. Это значит, что продукт должен быть один, но каждый участник должен взять на себя одну из тем и функций (создание общей концепции; проверка текстов; дизайн элементов; подбор кейсов, вёрстка и так далее).
5.	Итоговая аттестация:	ИОПК 1.1 Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке. ИОПК 1.2 Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке. ИОПК 1.3 Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке. ИОПК 3.1 Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникационные цели, задачи, основные тезисы	Вопросы к экзамену (см. ниже)

		коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту. ИОПК 3.2 Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке. ИОПК 3.3 Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д. ИПК 4.1 Организует работу по выбору темы, созданию и редактированию контента (в т.ч. по подготовке собственных и авторских материалов). ИУК 5.1 Выявляет, сопоставляет, типологизирует своеобразие культур для разработки стратегии взаимодействия с их носителями. ИУК 5.2 Организовывает и модерирует межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач.	
--	--	---	--

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Экзамен проводится в устной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из двух вопросов. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Примерный перечень теоретических вопросов

1. Что такое межкультурная коммуникация и какова её значимость в современном мире?
2. Как глобализация влияет на межкультурную сетевую коммуникацию?
3. Охарактеризуйте основные концепции теории культурных измерений Хофстеде.
4. Объясните модель культурных различий Эдварда Холла.
5. Что такое теория межкультурной адаптации Кима и как она применяется в межкультурной коммуникации?
6. Как высококонтекстные и низкоконтекстные культуры влияют на сетевую коммуникацию?
7. В чем заключаются различия между вербальной и невербальной коммуникацией в межкультурных взаимодействиях?
8. Какие этические и нормативные аспекты следует учитывать при межкультурной коммуникации в интернете?
9. Каковы основные этапы разработки межкультурной коммуникационной стратегии?
10. Как анализ целевой аудитории помогает в разработке межкультурных коммуникационных стратегий?
11. Какие инструменты и методы используются для создания кросс-культурного контента?

12. В чем заключаются основные принципы локализации контента для различных культур?
13. Как культурные символы и знаки влияют на восприятие брендов в разных культурах?
14. Какие визуальные элементы важны в межкультурной коммуникации?
15. Каковы основные метрики и показатели успеха межкультурной коммуникации?
16. Как технологии искусственного интеллекта и машинного обучения применяются в межкультурной коммуникации?
17. Охарактеризуйте работу автоматизированных систем перевода и их роль в межкультурной коммуникации.
18. Как анализ больших данных помогает в понимании культурных трендов?
19. Какие платформы наиболее эффективны для межкультурного взаимодействия в социальных сетях?
20. Какие профессиональные сети наиболее популярны для межкультурного взаимодействия?
21. Как онлайн-платформы для обучения способствуют межкультурной коммуникации?
22. В чем заключаются основные вопросы безопасности и конфиденциальности в межкультурной коммуникации?
23. Какие международные стандарты и регламенты регулируют межкультурную коммуникацию в интернете?
24. Как культурные различия влияют на восприятие и понимание информации в сетевой коммуникации?
25. Какие методы исследования используются для изучения межкультурной коммуникации?
26. Как цифровой бренд-менеджмент взаимодействует с межкультурной коммуникацией?
27. Какие проблемы могут возникать при межкультурной коммуникации и как их решать?
28. В чем заключаются основные вызовы межкультурной коммуникации в глобальном бизнесе?
29. Как культурные различия влияют на организационную коммуникацию в международных компаниях?
30. Как межкультурная коммуникация способствует развитию глобальных брендов?

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

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.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

- **Что означает понятие "высококонтекстная культура"?**

- а) Культура, в которой информация передается напрямую
- б) Культура, в которой контекст коммуникации имеет важное значение
- с) Культура, в которой невербальные сигналы не играют роли
- **Правильный ответ: б**

- **Как теория культурных измерений Хофстеде описывает дистанцию власти?**

- а) Различия в уровне авторитетности и равенства в обществе
- б) Способы общения между различными социальными группами
- с) Влияние возраста на межкультурную коммуникацию
- **Правильный ответ: а**

- **Что из ниже перечисленного является основным фактором в низкоконтекстных культурах?**

- а) Невербальная коммуникация
- б) Ясность и точность сообщений
- с) Эмоциональные сигналы
- **Правильный ответ: б**

- **Какой термин используется для описания процесса адаптации к новой культуре в теории Кима?**

- а) Культурная ассимиляция
- б) Межкультурная адаптация
- с) Культурная интеграция
- **Правильный ответ: б**

- **Какой фактор особенно важен в межкультурной сетевой коммуникации в профессиональной среде?**

- а) Знание местных традиций
- б) Способность интерпретировать невербальные сигналы
- с) Понимание культурных норм общения
- **Правильный ответ: с**

- **Что такое "локализация контента" в межкультурной сетевой коммуникации?**

- а) Создание контента на основе глобальных стандартов
- б) Адаптация контента к культурным особенностям целевой аудитории
- с) Разработка нового контента для различных регионов
- **Правильный ответ: б**

- **Какие методы используются для анализа культурных различий?**
 - а) Количественные и качественные исследования
 - б) Социальные и экономические исследования
 - с) Личностные тесты
 - **Правильный ответ: а**

- **Как глобализация влияет на межкультурную сетевую коммуникацию?**
 - а) Упрощает межкультурные взаимодействия
 - б) Создает новые вызовы в области культурного понимания
 - с) Уменьшает роль культурных различий
 - **Правильный ответ: б**

- **Что из перечисленного относится к этическим аспектам межкультурной коммуникации?**
 - а) Соблюдение конфиденциальности данных
 - б) Уважение культурных традиций
 - с) Использование современных технологий
 - **Правильный ответ: б**

- **Какой подход к созданию кросс-культурного контента считается наиболее эффективным?**
 - а) Универсальный подход без учета культурных различий
 - б) Локализованный подход с адаптацией к культурным особенностям
 - с) Мультимедийный подход с использованием визуальных элементов
 - **Правильный ответ: б**

- **Что такое теория "культурного шока" в межкультурной коммуникации?**
 - а) Неожидаемое изменение культурных норм
 - б) Психологическая реакция на пребывание в новой культурной среде
 - с) Процесс адаптации к новым технологиям
 - **Правильный ответ: б**

- **Какую роль играют невербальные сигналы в высококонтекстных культурах?**
 - а) Второстепенную
 - б) Основную
 - с) Не играют роли
 - **Правильный ответ: б**

- **Что из перечисленного относится к "барьерам" в межкультурной коммуникации?**
 - а) Политические различия
 - б) Лингвистические и культурные различия
 - с) Экономические различия
 - **Правильный ответ: б**

- **Как социальные сети влияют на межкультурное взаимодействие?**

- a) Способствуют созданию закрытых культурных сообществ
 - b) Создают возможности для усиления глобальной коммуникации
 - c) Упрощают языковые барьеры
 - **Правильный ответ: b**
- **Как можно измерить эффективность межкультурной коммуникации в сетевом пространстве?**
- a) Количество опубликованных материалов
 - b) Уровень вовлеченности целевой аудитории и обратная связь
 - c) Число лайков и комментариев
 - **Правильный ответ: b**
- **Какой фактор влияет на восприятие визуальных элементов в разных культурах?**
- a) Политические предпочтения
 - b) Культурные символы и цветовые коды
 - c) Язык общения
 - **Правильный ответ: b**
- **Что необходимо учитывать при разработке стратегии межкультурной коммуникации?**
- a) Стандарты международного права
 - b) Культурные особенности целевой аудитории
 - c) Рекомендации международных организаций
 - **Правильный ответ: b**
- **Какое влияние оказывает искусственный интеллект на межкультурную коммуникацию?**
- a) Упрощает автоматический перевод, но не всегда учитывает культурные контексты
 - b) Исключает необходимость межкультурного взаимодействия
 - c) Полностью решает проблему культурных различий
 - **Правильный ответ: a**
- **Какой подход помогает минимизировать конфликты в межкультурной коммуникации?**
- a) Избегание сложных тем
 - b) Открытость и готовность к компромиссам
 - c) Игнорирование культурных различий
 - **Правильный ответ: b**
- **Что является одним из ключевых аспектов межкультурной коммуникации в бизнесе?**
- a) Использование шаблонов для общения
 - b) Понимание культурных различий в подходах к решению задач
 - c) Унификация стилей коммуникации
 - **Правильный ответ: b**

Информация о разработчиках

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

Рецензент: д. филос. наук, профессор Кужелева-Саган И.П.