

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.

Рабочая программа дисциплины

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

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.03

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 Д. И. Спичева

Председатель УМК

 М. А. Подойницина

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:
УК-5 Способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

ОПК-1. Способность 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;

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

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

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

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

ИУК 5.2. Способен модерировать межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач. (ых) языке (ах).

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).

2. Задачи освоения дисциплины

Освоить теоретические основы межкультурной сетевой коммуникации, коммуникативный категориальный аппарат, общие закономерности, сходства и различия видов, уровней, форм коммуникации в межкультурной среде, являющихся необходимым условием успешной деятельности современного специалиста по рекламе и связям с общественностью.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 1, экзамен.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Межкультурное взаимодействие»; «Технологии психологического воздействия в сетевой цифровой информационном пространстве»; «Коммуникационный менеджмент»; «Аудит инфополя и технологии конкурентной разведки в Интернет», «Языковые технологии искусственного интеллекта в профессиональной сфере».

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

– лекции: 10 ч.;

– практические занятия: 16 ч.;

в том числе практическая подготовка: 2 ч.;

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1. Введение в межкультурную сетевую коммуникацию

1. Понятие и значимость межкультурной коммуникации в цифровую эпоху
 - Определение межкультурной коммуникации.
 - Влияние глобализации и интернета на межкультурные взаимодействия.
 - Роль межкультурной коммуникации в цифровом бренд-менеджменте.
2. Основные концепции и теории межкультурной коммуникации
 - Теория культурных измерений Хофстеде.
 - Модель культурных различий Эдварда Холла.
 - Теория межкультурной адаптации Кима.
3. Инструменты и платформы для межкультурной коммуникации
 - Социальные сети и мессенджеры.
 - Профессиональные платформы (VK, TenChat).
 - Видеоконференции и вебинары (KTalk, Teams).

Тема 2. Культурные различия и их влияние на сетевую коммуникацию

1. Культурные различия и их влияние на восприятие информации
 - Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры.
 - Вербальная и невербальная коммуникация.
 - Влияние культуры на стиль общения и восприятие сообщений.
2. Этика и нормы поведения в различных культурах
 - Вежливость и формальность в коммуникации.
 - Различия в подходах к решению конфликтов.
 - Этикет в онлайн-общении.
3. Примеры культурных различий в практике бренд-менеджмента
 - Кейсы успешных и неуспешных межкультурных коммуникаций.
 - Анализ культурных ошибок крупных брендов.
 - Стратегии адаптации маркетинговых кампаний к различным культурам.

Тема 3. Эффективные стратегии межкультурной сетевой коммуникации

1. Разработка межкультурной коммуникационной стратегии
 - Анализ целевой аудитории и её культурных особенностей.
 - Построение бренда с учетом культурных различий.
 - Инструменты и методы для создания кросс-культурного контента.
2. Тактики эффективной межкультурной коммуникации
 - Локализация контента и адаптация сообщений.
 - Использование культурных символов и знаков.
 - Визуальные элементы в межкультурной коммуникации.
3. Оценка эффективности межкультурной коммуникации
 - Метрики и показатели успеха.
 - Обратная связь и её значение.
 - Корректировка стратегий на основе полученных данных.

Тема 4. Технологические аспекты межкультурной сетевой коммуникации

1. Современные технологии в межкультурной коммуникации
 - Искусственный интеллект и машинное обучение.
 - Автоматизированные системы перевода (Google Translate).
 - Анализ больших данных и их роль в понимании культурных трендов.
2. Платформы для межкультурного взаимодействия
 - Социальные сети (VK, Telegram).
 - Профессиональные сети (TenChat).
 - Онлайн-платформы для обучения и обмена знаниями.
3. Безопасность и конфиденциальность в межкультурной коммуникации
 - Вопросы приватности и защита данных.
 - Этические аспекты использования технологий.
 - Международные стандарты и регламенты.

Тема 5. Практика межкультурной сетевой коммуникации

1. Анализ реальных кейсов межкультурной коммуникации
 - Разбор успешных и неуспешных примеров.
 - Уроки, извлеченные из практики.
 - Стратегии и подходы к решению возникших проблем.
2. Практические упражнения по межкультурной коммуникации
 - Ролевые игры и симуляции.
 - Групповые обсуждения и разбор сценариев.
 - Создание и презентация собственных кросс-культурных проектов.
3. Разработка личной стратегии межкультурной коммуникации
 - Самооценка культурной компетентности.
 - Индивидуальные планы развития и улучшения навыков.
 - Применение полученных знаний в профессиональной деятельности.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, организации и проведения студентами круглого стола, оценки докладов с презентацией, разбора кейсов.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

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.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle».

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а). Основная литература:

1. Гузикова М. О. Основы теории межкультурной коммуникации : учебное пособие для вузов / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова.. - Москва : Юрайт, 2024. - 123 с - (Высшее образование) Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/540164>

2. Таратухина Ю. В. Деловые и межкультурные коммуникации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева.. - Москва : Юрайт, 2024. - 324 с - (Высшее образование) Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/536151>

3. Юдина А. И. Культурная политика: межкультурная коммуникация и международные культурные обмены : практическое пособие для вузов / А. И. Юдина, Л. С. Жукова.. - Москва : Юрайт, 2024. - 47 с - (Высшее образование) Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/542726>

б). Дополнительная литература:

1. Большунова С. Межкультурная коммуникация в глобальном мире: моделирование, эффективность, доверие : Монография : Монография / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 266 с. - (Научная мысль - Финансовый университет) Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=422410>
2. Глаголев В.С., Бирюков Н.И., Зарубина Н.Н., Зонова Т.В., Самарин А.Н., Силантьева М.В. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации: учебное пособие / ред.-сост. В.С. Глаголев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Проспект, 2016. - 200 с.
3. Дорофеев Д. Ю. Межличностная и межкультурная коммуникация на славянском пространстве: суверенность, инаковость, общность / Д. Ю. Дорофеев // Вестник Томского государственного университета. История. 2023. № 85. С. 176-182 Режим доступа: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/koha:001009705>
4. Зорабян С. Межкультурное общение в профессиональной сфере на платформах арабской и китайской культур. Часть 1 : Межкультурное общение в восточном мире на платформе арабской культуры : Учебное пособие / Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета (ЮФУ), 2022. - 113 с. URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=439258>
3. Песегова Д. Краткое руководство по созданию видео-контента на канале Youtube. Учебно-методическое пособие (электронный университет MOODLE (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/> - курс «Основы межкультурной деловой коммуникации online и offline /Intercultural business communication».
4. Россия и Китай в глобальном мире. Актуальные вопросы межкультурного сотрудничества : Монография / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 298 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=421741>
5. Савченко И. Онтология межкультурной коммуникации : Монография / Нижегородский государственный лингвистический университет им. Добролюбова. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 390 с. - (ЭБС) Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=427942>
6. Щетинина А.Т. Английский язык. Перевод, межкультурная коммуникация и интерпретация языка СМИ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Щетинина А.Т.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Издательство СПбКО, 2008.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11267.html>.— ЭБС «IPRbooks»
7. Giansante G. Online Political Communication electronic resource How to Use the Web to Build Consensus and Boost Participation. Springer International Publishing : Imprint: Springer, 2015. – 188 p. Режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-17617-8>
8. Amant K. Linguistic and Cultural Online Communication Issues in the Global Age / Information Science Reference. USA, 2007. – 333 p.
9. O'Hair Dan, Wiemann Mary. Real Communication: An Introduction / Bedford, St. Martin's, 2011. – 579 p. – 2nd edition.

– ...

в) ресурсы сети Интернет:

1. Электронная библиотека Гумер – книги, учебники для студентов и преподавателей: история, психология, социология и пр.: www.gumer.info
2. Федеральный портал Российское образование – Электронные библиотеки: www.edu.ru
3. Социально-гуманитарное и политическое образование: www.humanities.edu.ru
4. Электронная гуманитарная библиотека: www.gumfak.ru/filosof.shtml
5. Электронная полнотекстовая «Библиотека Ихтика»: www.ihtik.lib.ru
6. Электронно-библиотечная система Знаниум: www.znanium.com

13. Перечень информационных технологий

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
 - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).
- б) информационные справочные системы:
- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
 - Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
 - ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
 - ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
 - Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
 - ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
 - ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

15. 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.