

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Ярославский филиал Финуниверситета

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и ме-
диакommunikации»**

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«11» июня 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«18» июня 2025 г.

Автор: Т.В. Юрьева

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ В МЕДИАКОММУНИКАЦИЯХ

Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.05 «Медиакоммуникации»,
профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 26 от 17.06.2025)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и медиа-
коммуникации»
(протокол № 11 от 10.06.2025)*

Ярославль 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Учебно-тематический план	5
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	7
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	7
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы.....	10
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	10
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	14
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	14
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	16
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	16
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	16
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	17

1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.2.2.2.1.2. «Кросс-культурный анализ в медиакommunikациях».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Дисциплина «Кросс-культурный анализ в медиакommunikациях» обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесённые с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Использует знания о закономерностях развития природы, межкультурного разнообразия общества для формирования мировоззренческой оценки происходящих процессов.	<i>Знает:</i> знает межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах <i>Умеет:</i> применять знания о межкультурном разнообразии общества для оценки происходящих процессов.
		2. Использует навыки философского мышления и логики для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной деятельности.	<i>Знает:</i> основные формы мышления и законы логики <i>Умеет:</i> применять формы мышления и законы логики для создания аргументированных высказываний
		3. Работает с различными массивами информации для выявления закономерностей функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах.	<i>Знает:</i> основные приемы и способы работы с информацией для выявления закономерностей функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах. <i>Умеет:</i> применять различные способы работы с информацией для достижения профессиональных целей.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и	1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	<i>Знает:</i> основные этапы развития человеческой цивилизации, значение культурных традиций, ценностей и норм в жизни человека и общества <i>Умеет:</i> определять влияние отечественной и мировой культуры на формирование и развитие медиакommunikационной системы
		2. Учитывает достиже-	<i>Знает:</i> особенности влияния оте-

	(или) коммуникационных продуктов	ния отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания медиатекстов и (или) иных коммуникационных продуктов.	чественной и мировой культуры на формирование и развитие медиакоммуникационной системы <i>Умеет:</i> использовать полученные знания для создания медиа- и коммуникационных продуктов
--	----------------------------------	---	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Кросс-культурный анализ в медиакоммуникациях» является дисциплиной модуля «Кросс-культурные коммуникации» цикла профиля (элективный) части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы по направлению 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии», заочная форма обучения.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)

Таблица 2 – Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 5 в (часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	2 з.е./72 ч.	72
Контактная работа – Аудиторные занятия	8	8
<i>Лекции</i>	2	2
<i>Семинары, практические занятия</i>	6	6
Самостоятельная работа	64	64
Вид текущего контроля	Эссе	Эссе
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Культурные ценности и потребительское поведение

Культура страны, культура нации. Субкультура. Жизненный стиль. Макро- и микровлияние. Международный маркетинг. Понятия кросс-культурной компетенции. Принципы формирования кросс-культурной компетенции.

Тема 2. Особенности национальных культур в медиакоммуникации

Сегментация, принципы сегментирования международных рынков. Нормы. Культурные ценности. Национальные вариации культурных ценностей. Обусловленность вербальной и невербальной коммуникации национально-культурными и этнокультурными особенностями: мироощущения,

религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций.

Тема 3. Проблемы адаптации медиатекста

Проблемы интерпретации журналистского текста Проблемы интерпретации и рекламного текста. Проблемы интерпретации PR-текста

Тема 4. Кросс-культурные аспекты и глобальные маркетинговые стратегии

Глобализация рынков. Глобальный подход к маркетингу и культуре. Глобальное и локальное как основа разработки и реализации рекламных стратегий (поглощение, ассимиляция, сопротивление). Факторы, обуславливающие потребительское поведение в ситуации глобализации.

Стандартизация и адаптация информации в сфере культурных и национальных особенностей рынка как два способа повышения эффективности рекламы. Маркетинг-микс. Методы адаптации журналистского при проведении транснациональных коммуникационных кампаний. Методы адаптации рекламного продукта при проведении транснациональных рекламных кампаний. Методы адаптации PR-продукта при проведении транснациональных рекламных кампаний.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3 – Содержание учебно-тематического плана изучения дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы те- кущего кон- троля успе- ваемости
		Все- го	Аудиторная работа				Само- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лек- ции	Семи- нары и практи- ческие занятия	Занятия в интерак- тивных формах		
1	Тема 1. Культурные ценности и потреби- тельское поведение	18	2	1	1	1	16	Опрос
2	Тема 2. Особенно- сти национальных культур в медиа- коммуникаци	18	2	1	1	1	16	Опрос, вы- полнение заданий
3	Тема 3. Проблемы адаптации медиа- текста	18	2		2	1	16	Опрос, вы- полнение заданий
4	Тема 4. Кросс- культурные аспекты и глобальные мар- кетинговые страте- гии	18	2		2	1	16	Опрос, вы- полнение заданий
	В целом по дисци- плине	72	8	2	6	4	64	эссе
	Итого в %		100			50		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4 – Темы дисциплины, формы проведения и содержание семинаров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Культурные ценности и потребительское поведение	Вопросы к практическому занятию 1. Расскажите, в чем проявляется культура страны, культура нации. 2. Культура и субкультура? 3. Понятие «жизненный стиль», различные теории жизненного стиля? 4. В чем заключаются причины появления международного маркетинга? 5. Проблемы кросс-культурной компетентности? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1, -6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос
Тема 2. Особенности национальных культур в медиакоммуникации	Вопросы к практическому занятию 1. Дайте определение сегментирования. 2. Какие виды сегментирования вам известны. Приведите примеры. 3. Какова роль сегментирования в медиакоммуникациях 4. Что такое норма? Какие виды нормы вам известны? 5. Понятие «ценность». Классификация ценностей. 6. Культурные ценности. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1, -6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 3. Проблемы адаптации медиатекста	Вопросы к практическому занятию 1. В чем заключаются основные проблемы интерпретации и адаптации журналистского текста с точки зрения кросс-культурной коммуникации? 2. Расскажите о проблемах интерпретации и адаптации рекламного текста. 3. Расскажите о проблемах интерпретации и адаптации PR-текста 4. Как влияют на различные виды текста межкультурные особенности? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1, -6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 4. Кросс-культурные аспекты и глобальные маркетинговые стратегии	Вопросы к практическому занятию 1. Основные тенденции современных рынков. 2. Тенденция глобализации в рыночной экономике и культуре, их взаимосвязь. 3. Основные стратегии на рекламном рынке, их достоинства и недостатки. 4. Особенности потребительского поведения на современном этапе? Влияние процесса глобализации на потребление и потребителей. 5. Проблемы адаптации медиаинформации под культурные особенности рынков? 6. Проблемы повышения эффективности коммуникаций при планировании, разработке и организации транснациональных коммуникационных кампаний. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1, -6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;
- подготовка к выполнению и проверке заданий;
- подготовка эссе;
- подготовка к зачету.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

Таблица 5 – Темы дисциплины, изучаемые вопросы и формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Культурные ценности и потребительское поведение	Культура как одна из составляющих макросреды	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 2. Особенности национальных культур в медиакоммуникации	Культурные ценности. Национальные вариации культурных ценностей.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 3. Проблемы адаптации медиатекста	Проблемы интерпретации PR-текста	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 4. Кросс-культурные аспекты и глобальные маркетинговые стратегии	Глобализация рынков. Глобальный подход к маркетингу и культуре. Глобальное и локальное как основа разработки и реализации рекламных стратегий (поглощение, ассимиляция, сопротивление).	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерная тематика эссе

1. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, тра-

диций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций) Европейская модель.

2. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Восточно-азиатская модель.

3. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Ближневосточная модель.

4. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Южноафриканская модель.

5. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Североамериканская модель.

6. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Латиноамериканская модель.

Примерные вопросы для научных дискуссий, докладов и презентаций

1. Стандартизация и адаптация в сфере культурных и национальных особенностей рынка как два способа повышения эффективности PR.

2. Пересечение глобального и локального как основа выработки PR стратегий (поглощение, ассимиляция, сопротивление)

3. Пересечение глобального и локального как основа выработки потребительских стратегий.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (написание эссе, аудиторных самостоятельных работ и домашних заданий, решение задач и участие в обсуждениях на практических занятиях и др.), оценки итоговых знаний (по результатам зачета) и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№п/п	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Зачет	60
	Итого:	100

Таблица 6 - Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

Критерий оценки	Баллы	Методика оценки
Посещение аудиторных занятий	7	Математический расчет $Оц = 7 : Кз \times Пз$ Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество занятий, посещаемых студентом
Активность при проведении аудиторных занятий	13	Доклад, презентация – 10 баллов Информационное сообщение – 5 баллов Участие в обсуждении – 3 балла Краткое выступление – 1 балл Решение расчетных задач – 1 балл
Активность при проведении внеаудиторной работы	10	Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Университета - 10 баллов
Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя	10	Написание эссе – 10 баллов

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной экзаменационной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре — максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации — максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- выполнение контрольных заданий и обсуждение результатов;
- обсуждения законодательных, правовых и нормативных актов.

Вторая составляющая оценивает устный ответ на зачете и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на зачете оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от

сложности. Например, за первый теоретический вопрос максимально оценивается 15 баллов, два следующих теоретических вопроса оцениваются по 10 баллов, задача — максимально 15 баллов и пять тестов — по 2 балла каждый правильно решенный тест.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;
- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно»;
- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо»;
- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным на «отлично».

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам письменной работы — 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к экзамену с оценкой 0 баллов, то при безупречном качестве письменной экзаменационной работы он может получить итоговую оценку по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществлены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необхо-

димые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный перечень вопросов для подготовки к сдаче зачета

1. Понятие кросс-культурной компетенции.
2. Пути грамотной политики формирования кросс-культурной компетенции.
3. Специфика вербальной коммуникации в мультикультурном поле.
4. Специфика невербальной коммуникации в мультикультурном поле.
5. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций) Европейская модель.
6. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Восточно-азиатская модель.
7. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Ближневосточная модель.
8. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Южноафриканская модель.
9. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Североамериканская модель.
10. Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Латиноамериканская модель.
11. Пересечение глобального и локального как основа выработки рекламных стратегий (поглощение, ассимиляция, сопротивление)
12. Пересечение глобального и локального как основа выработки потребительских стратегий.
13. Реклама как носитель западных потребительских ценностей.
14. Реклама транснациональных корпораций и специфика национальной аудитории и рынка.
15. Стандартизация и адаптация в сфере культурных и национальных особенностей рынка как два способа повышения эффективности рекламы. Маркетинг-микс.
16. Модульный подход при создании маркетинг-микса как компромиссный метод адаптации рекламного продукта в мультикультурном поле.

Примеры заданий

Задание 1.

Сделайте подборку национальной рекламы (страна по выбору студента), проанализируйте ее с точки зрения проявления культурных особенностей, подготовьте презентацию на тему «Черты национальной культуры рекламы»

Задание 2.

Международная компания планирует вывести на внутренний и международный рынок свой продукт, при этом она планирует использовать одну и ту же рекламу. Этой стратегии в настоящий момент придерживаются многие транснациональные компании. Апелляция к каким ценностям позволит вам создать универсальный рекламный продукт, независимо от культурных различий.

Какие универсальные ценности вы могли бы порекомендовать использовать для разработки рекламного продукта.

Задание 3.

В 90-е годы 20 века компания «Баскин Роббинс» приняла решение выйти на российский рынок мороженого. Она предложила продукт в высоком ценовом сегменте и попыталась продвигать его через сеть фирменных кафе, однако потерпела неудачу. Почему, на ваш взгляд, маркетинговые усилия компании не увенчались успехом, какие традиции не были учтены разработчиками.

Задание 4.

Одна из крупнейших торговых сетей парфюмерно-косметической продукции длительное время придерживалась определенной кадровой стратегии: в точке продаж обязательно должны были присутствовать продавцы-консультанты 20-25 лет и 40-45 лет. Постарайтесь оценить правильность такой политики и аргументировать свое мнение.

Задание 5.

Вам необходимо разработать медиапродукт для зарубежного рынка. Определите последовательность ваших действий, чтобы избежать кросс-культурных и коммуникативных неудач.

Пример билета на зачет

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования**

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»
Дисциплина «Кросс-культурный анализ в медиакоммуникациях»

Филиал Ярославский
 Форма обучения Заочная
 Семестр 5 Направление 42.03.05 «Медиакоммуникации»
 Профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»

БИЛЕТ № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Понятие кросс-культурной компетенции.	15
2	Национально-культурные вариации вербальных и невербальных коммуникаций. (Различия мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций). Восточноазиатская модель.	15
3	Прокомментируйте утверждение профессора Гарвардской школы Т. Левитта, сделанное еще 1983 г: «Люди во всем мире мотивируются одними и теми же желаниями, поэтому компании должны действовать так, как будто в мире нет различий между нациями». Какие преимущества дает реклама, ориентированная на это утверждение	30

Подготовил

Юрьева Т.В.

Утверждаю:

Заведующий кафедрой

Проскурнова К.Ю.

«Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

Дата _____ 20__ г.

Таблица 7 – Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенции

Компетенция	Типовые задания
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<i>1. Использует знания о закономерностях развития природы, межкультурного разнообразия общества для формирования мировоззренческой оценки происходящих процессов.</i> Задание 1. Известно, что существенным отличием обладает менталитет представителей восточного и западного типов культур. Восток (Индия, Китай, Япония) и Запад (Европа, США, Канада) выработали различные стратегии развития общества и разные модели мировосприятия. Рассмотрите эти различия по следующим параметрам 1. Способ видения реальности 2. Способ постижения мира 3. Модель социокультурного поведения <i>2. Использует навыки философского мышления и логики для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной деятельности.</i> Задание 1. Учитывая культурные ценности Востока (коллективизм, духовность, глубокая религиозность, культ природы, почитание предков, уважение к старшим) и культурные ценности Запада (индивидуализм, действие,

	власть, соревнование, гедонизм), составьте два текста, продвигающие один товар. Задание 2. Чем вы объясните причину коммуникативной неудачи в продвижении сигарет Мальборо в Азиатских странах? Почему потребители не увидели ничего привлекательного в том, что в рекламе человек скачет на лошади. <i>3. Работает с различными массивами информации для выявления закономерностей функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах.</i> Задание 1. В мире огромное число «кофеманов» — любителей кофе. Казалось бы, кофе — один из самых универсальных продуктов. Однако компания «General Foods» безуспешно рекламировала в Германии кофе «Makswell Hause» как лучший американский кофе. Объясните, чем это было вызвано
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<i>1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</i> Задание 1. Расскажите, в чем проявляются национальные вариации культурных ценностей. Приведите примеры Задание 2. Составьте таблицу символика цвета в разных странах, подготовьте свои рекомендации по использованию символика цвета в медиакommunikациях <i>2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания медиатекстов и (или) иных коммуникационных продуктов.</i> Задание 1. Посмотрите серию роликов Т. Бекмабетова «Всемирная история. Банк империял». Насколько оправдано, на ваш взгляд, обращение к событиям отечественной и мировой истории. На какую целевую аудиторию рассчитаны данные ролики

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

Приказ от 01 октября 2024 года №2187/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования в Финансовом университете», размещенный по ссылке: https://www.fa.ru/upload/iblock/845/yqw4vi0gi21glvu9775bfm4rz6p19b0z/Prikaz-2187_o-ot-01.10.2024.pdf

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).

2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (последняя редакция).
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 N 114-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).
5. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 «О защите потребителей от недобросовестной рекламы».
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция).
7. Приказ МАП РФ от 13.11.1995 N 147 «Об утверждении Порядка рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 28.11.1995 N 985).
8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.
9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (последняя редакция).

а) основная литература

1. Почебут, Л.Г. Кросс-культурная и этническая психология : учебное пособие для вузов / Л.Г. Почебут. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 279 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/450017>
2. Культурология : учебник для вузов / Ю.Н. Солонин [и др.] ; под редакцией Ю.Н. Солонина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 503 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/449630>
3. Мясоедов, С.П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для вузов / С.П. Мясоедов, Л.Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/450156>

б) дополнительная литература

3. Гальчук, Л.М. Основы кросскультурной коммуникации и менеджмента: практический курс [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Л.М. Гальчук. - Москва: Вузовский Учебник; Инфра-М, 2015. - 175 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/472421>
4. Строгеецкий, В.М. Основы культурологии : учебник для вузов / В.М. Строгеецкий. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 179 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/451522>
5. Пелипенко, А.А. Искусство в зеркале культурологии [Электронный ресурс] / А.А. Пелипенко. - Санкт-Петербург: Нестор-История, 2009. - 318 с.

[Электронный ресурс]. — Режим доступа:
<https://znanium.com/catalog/product/390679>

6. Культура. Религия. Толерантность. Культурология : учебное пособие / О.Н. Сенюткина, О.К. Шиманская, А.С. Паршаков, М.П. Самойлова ; под общ. ред. О.Н. Сенюткиной. — 2-е изд. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 247 с.

[Электронный ресурс]. — Режим доступа:
<https://znanium.com/catalog/product/1069184>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОН-ЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»
<https://www.biblio-online.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
7. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
8. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на сайт филиала)
Юрьева Т.В. Методические рекомендации по выполнению эссе по дисциплине «Кросс-культурный анализ в медиакоммуникациях» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	2024	https://cloud.mail.ru/public/CnoV/cYBRvyAHR
Приказ Финуниверситета от 14.05.2021 г. № 1040/о «Об утверждении методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры Финансовом университете»		https://www.fa.ru/upload/iblock/dc2/a5qpi6qb0k0l6jz01c4g9y1cv5x35ey3/Prikaz_-1040_ot-11.05.2021.PDF

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, Microsoft Office.
2. Антивирусная программа.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8 – Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Справочная правовая система Консультант Плюс».	Темы 1-4

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, которой располагает Ярославский филиал Финуниверситета: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в мультимедийных аудиториях филиала, а также в оборудованных компьютерами и мультимедийным оборудованием классах.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов

с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.