

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 22.04.2024 10:26:04
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
Иванова Е.А.
«01» июня 2023г.

**Рабочая программа дисциплины
Креатив в коммуникационных технологиях**

Направление 42.04.02 Журналистика
магистерская программа 42.04.02.02 "Медиалингвистика и новые средства
коммуникации"

Для набора 2023 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА Русский язык и культура речи**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс Вид занятий	2		Итого	
	уп	рп		
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	123	123	123	123
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.03.2023 протокол № 9.

Программу составил(и): д.ф.н., профессор, Куликова Э.Г.

Зав. кафедрой: д.ф.н., профессор Э.Г. Куликова

Методическим советом направления: д.ф.н., профессор, Куликова Э.Г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	изучить креатив в системе коммуникационного маркетинга как продукт, обладающий признаками новизны, необычности, оригинальности, как процесс создания маркетингово-коммуникационного продукта, как функцию рекламного (маркетингово-коммуникационного) агентства, как вид маркетингово-коммуникационной деятельности, овладеть приемами создания креативных маркетинговых коммуникаций и методами стимулирования креативной деятельности
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1:Способен создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов

ПК-3:Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
сущность текста и медиатекста, его типа в сфере функционирования «массовая коммуникация», основные единицы, категории медиатекста и механизмы его образования (построения) в сравнении с текстом других сфер (соотнесено с индикатором ПК-1.1); связи информации и функционально-смысловых типов речи; типы и разновидности медиатекста(соотнесено с индикатором ПК-3.1)
Уметь:
различать способы представления новостной информации в различных речевых жанрах(соотнесено с индикатором ПК-1.2);анализировать тенденции развития медийных коммуникаций в условиях общественной трансформации, организовывать работу пресс-службы в различных сферах общественной жизни, осуществлять разработку концепции медиапроекта в сфере связей с общественностью(соотнесено с индикатором ПК-3.2)
Владеть:
основными единицами, категориями медиатекста и механизмами его образования (построения) в сравнении с текстом других сфер; типами и разновидностями, жанра медиатекста(соотнесено с индикатором ПК-1.3); типами и разновидностями, жанрами медиатекста(соотнесено с индикатором ПК-3.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Теоретические аспекты анализа маркетингово-коммуникационного креатива				
1.1	Понятие креатива, аспекты изучения креатива, классификация креатива Креатив как маркетингово-коммуникационный продукт, обладающий признаками новизны, необычности, оригинальности. Креатив как процесс создания маркетингово-коммуникационного продукта. Креатив как функция рекламного (маркетингово- коммуникационного) агентства. Креатив как вид маркетингово-коммуникационной деятельности. Этапы креативной деятельности. Технологическая схема проектирования креативной деятельности (с.226). Роль понятий «рекламная политика», «рекламная стратегия», «рекламная идея», «креативная стратегия», «инсайт», «концепция продукта», «образ продукта», «ценности» и «мотивы» в процессе разработки креатива. Креативные концепции: диахронический аспект. Разработка креатив-бюро. /Лек/	2	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6

1.2	Понятие креатива, аспекты изучения креатива, классификация креатива Креатив как маркетингово- коммуникационный продукт, обладающий признаками новизны, необычности, оригинальности. Креатив как процесс создания маркетингово- коммуникационного продукта. Креатив как функция рекламного (маркетингово- коммуникационного) агентства. Креатив как вид маркетингово- коммуникационной деятельности. Этапы креативной деятельности. Технологическая схема проектирования креативной деятельности (с.226). Роль понятий «рекламная политика», «рекламная стратегия», «рекламная идея», «креативная стратегия», «инсайт», «концепция продукта», «образ продукта», «ценности» и «мотивы» в процессе разработки креатива. Креативные концепции: диахронический аспект. Разработка креатив-бюро. /Пр/	2	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
1.3	Креативные приемы и элементы в рекламе Понятие инновационной рекламы. Исследование креативных приемов и элементов. Разработка рекламы с использованием креативных приемов и элементов /Лек/	2	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
1.4	Креативные приемы и элементы в рекламе Понятие инновационной рекламы. Исследование креативных приемов и элементов. Разработка рекламы с использованием креативных приемов и элементов /Пр/	2	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
Раздел 2. Управление маркетингово-коммуникационным креативом					
2.1	Методы стимулирования креативной деятельности. Оценка эффективности креатива /Лек/	2	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
2.2	Методы стимулирования креативной деятельности. Тренинг «Прием на работу креатора». Оценка эффективности креатива /Пр/	2	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
2.3	Темы и вопросы, определяемые преподавателем 1.Характеристика рынка креативных услуг. 2. Креатив-консалтинг как метод управления креативной деятельностью на региональном рынке. 3.Оценка эффективности креатива /Ср/	2	34	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
2.4	Подготовка доклада на предложенные в Пр.1 темы с использованием ПО Libre Office /Ср/	2	89	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
2.5	/Экзамен/	2	9	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Невоструев П. Ю.	Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2011	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93160 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Пономарева А. М.	Креатив и копирайтинг: учебник	Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Ульяновский, А. В.	Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021	http://www.iprbookshop.ru/101352.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Федорова Е.	Виды маркетинговых коммуникаций: монография	Москва: Лаборатория книги, 2010	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97429 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Синяева И. М.	Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3		Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика	Москва: Московский Государственный Университет, 2014	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=365125 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Крашенинников П. В.	Товарный знак: постатейный комментарий статей 1477–1515 Гражданского кодекса Российской Федерации: комментарий	Москва: Статут, 2010	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=448084 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Боровинская, Д. Н., Захарова, Л. Н., Суровцева, В. А.	Феномен креативности. Философско-методологический анализ: монография	Сургут: Сургутский государственный педагогический университет, 2017	http://www.iprbookshop.ru/87019.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Лукашевич, В. К.	Креативное взаимодействие предметного, нормативного и рефлексивного знания в научном поиске	Минск: Белорусская наука, 2019	http://www.iprbookshop.ru/95457.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Гарант - <https://www.garant.ru/>

2. Консультант+

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>

4. Электронно-библиотечная система «IPR Books» <http://www.iprbookshop.ru/>

5. Национальная электронная библиотека (НЭБ) https://rusneb.ru/
6. База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – https://yandex.ru/news/smi
7. Ведомости – https://www.vedomosti.ru/
8. Взгляд – https://vz.ru/
9. ВЦИОМ – https://www.wciom.ru/
10. Газета – https://gzt.ru/
11. Город N – https://gorodn.ru/
12. Государственная система правовой информации – http://www.pravo.fso.gov.ru/
13. Единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ – http://sophist.hse.ru/
14. Журналист – https://jrnlst.ru/
15. Интерфакс – https://www.interfax.ru/
16. Исследовательская компания Mediascope – https://mediascope.net/
17. Комитет защиты журналистов – https://cpj.org/ru/
18. Коммерсант – https://www.kommersant.ru/

5.4. Перечень программного обеспечения

Libre Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной

мебелью и техническими средствами обучения:

- столы;

- стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор;

- экран / интерактивная доска

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания*
ПК-1: Способен создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов			
<p><i>знать</i></p> <p>сущность текста и медиатекста, его типа в сфере функционирования «массовая коммуникация», основные единицы, категории медиатекста и механизмы его образования (построения) в сравнении с текстом других сфер</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума; выполняет тестовые задания, а также разноуровневые задания, готовит доклады (сообщения) по темам, приведенным в п. 2</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные, содержательные и развернутые ответы на вопросы коллоквиума,</p> <p>обучающийся знает лекционный материал и умело привлекает ссылки на основную и дополнительную литературу в ходе представления доклада,</p> <p>обучающийся правильно и полностью выполняет письменные задания,</p> <p>обучающийся дает верные ответы на тестовые задания в объеме не менее 50% от общего числа</p>	<p>Э (1–48)</p> <p>К (раздел 1, раздел 2)</p> <p>РЗ (№ 1, № 2)</p> <p>Т (раздел 1, раздел 2)</p>
<p><i>уметь</i></p> <p>различать способы представления новостной информации в различных речевых жанрах</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума, сообщения, доклады, выполняет иные виды письменных заданий преподавателя; уместно использует</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные и содержательные ответы на вопросы коллоквиума;</p> <p>обучающийся в ходе устных ответов и при выполнении письменных работ демонстрирует четкое понимание механизма</p>	<p>Э (1–48)</p> <p>К (раздел 1, раздел 2)</p> <p>РЗ (№ 1, № 2)</p>

	языковые, невербальные, технические средства, отвечающие коммуникативным задачам	действия и условий использования языковых и невербальных средств; обучающийся при подготовке доклада (сообщения) опирается на качественные научные источники, проявляет способности к аналитическому изложению изученного материала	
<i>владеет</i> основными единицами, категориями медиатекста и механизмами его образования (построения) в сравнении с текстом других сфер; типами и разновидностями, жанра медиатекста.	обучающийся выполняет задания, соответствующие темам занятий, в том числе в виде письменного контрольного тестирования и письменной самостоятельной работы, включающей разноуровневые задания из п. 2; готовит доклады (сообщения) с последующей презентацией с применением технических средств или без них; участвует в процессе моделирования различных коммуникативных ситуаций	количество правильных ответов обучающегося при итоговом тестировании – не менее 50% от общего числа вопросов; отсутствие/наличие недочетов при ответах и в процессе выполнения обучающимся заданий с применением информационных технологий и без них; обучающийся демонстрирует способность вести диалог с потенциальными деловыми партнерами, другими обучающимися и преподавателями в официальной и неофициальной обстановке, доказывать собственную точку зрения в ходе полемики	Э (1–48) К (раздел 1, раздел 2) РЗ (№ 1, № 2) Т (раздел 1, раздел 2)
ПК-3: Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов			

<p><i>знать</i></p> <p>связи информации и функционально-смысловых типов речи; типы и разновидности медиатекста.</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума; выполняет тестовые задания, а также разноуровневые задания, готовит доклады (сообщения) по темам, приведенным в п. 2</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные, содержательные и развернутые ответы на вопросы коллоквиума,</p> <p>обучающийся знает лекционный материал и умело привлекает ссылки на основную и дополнительную литературу в ходе представления доклада,</p> <p>обучающийся правильно и полностью выполняет письменные задания,</p> <p>обучающийся дает верные ответы на тестовые задания в объеме не менее 50% от общего числа</p>	<p>Э (1–48)</p> <p>К (раздел 1, раздел 2)</p> <p>РЗ (№ 1, № 2)</p> <p>Т (раздел 1, раздел 2)</p>
<p><i>уметь</i></p> <p>анализировать тенденции развития медийных коммуникаций в условиях общественной трансформации, организовывать работу пресс-службы в различных сферах общественной жизни, осуществлять разработку концепции медиапроекта в сфере связей с общественностью.</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума; выполняет тестовые задания, а также разноуровневые задания, готовит доклады (сообщения) по темам, приведенным в п. 2</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные, содержательные и развернутые ответы на вопросы коллоквиума,</p> <p>обучающийся знает лекционный материал и умело привлекает ссылки на основную и дополнительную литературу в ходе представления доклада,</p> <p>обучающийся правильно и полностью выполняет письменные задания,</p> <p>обучающийся дает верные ответы на тестовые задания в объеме не менее 50% от общего числа</p>	<p>Э (1–48)</p> <p>К (раздел 1, раздел 2)</p> <p>РЗ (№ 1, № 2)</p> <p>Т (раздел 1, раздел 2)</p>

<p><i>владеть</i></p> <p>Владеть типами и разновидностями, жанрами медиатекста</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума; выполняет тестовые задания, а также разноуровневые задания, готовит доклады (сообщения) по темам, приведенным в п. 2</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные, содержательные и развернутые ответы на вопросы коллоквиума, обучающийся знает лекционный материал и умело привлекает ссылки на основную и дополнительную литературу в ходе представления доклада,</p> <p>обучающийся правильно и полностью выполняет письменные задания,</p> <p>обучающийся дает верные ответы на тестовые задания в объеме не менее 50% от общего числа</p>	<p>Э (1–48)</p> <p>К (раздел 1, раздел 2)</p> <p>РЗ (№ 1, № 2)</p> <p>Т (раздел 1, раздел 2)</p>
--	--	---	--

* 3 – вопросы к экзамену; К – коллоквиум; Т – Тесты; РЗ – разноуровневые задания

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляются в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы по 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. Теория коммуникации в системе научного знания.
2. Понятие коммуникации в ряду смежных понятий.
3. Эволюция средств и каналов социальной коммуникации.
4. Коммуникационные революции.
5. Теоретические традиции в изучении коммуникации.
6. Функции коммуникации в современном обществе.
7. Типология средств и каналов социальной коммуникации.
8. Структура коммуникативного акта, его участники.
9. Уровни коммуникации (общая характеристика).
10. Интраперсональная коммуникация и ее особенности.
11. Межличностная (интерперсональная) коммуникация и ее особенности.

12. Групповая коммуникация и ее особенности.
13. Массовая коммуникация и ее особенности. Роль и функции СМИ в современном обществе.
14. Глобальная коммуникация и ее особенности.
15. Формы коммуникации (общая характеристика).
16. Вербальная коммуникация и ее особенности.
17. Невербальная коммуникация и ее особенности.
18. Коды передачи информации в невербальной коммуникации, возможности и примеры их применения в академической и профессиональной среде.
19. Виды коммуникации (общая характеристика).
20. Виды коммуникации по способу установления и поддержания контакта.
21. Виды коммуникации по степени участия механизмов обратной связи.
22. Виды коммуникации по степени организованности процесса.
23. Виды коммуникации по степени ее открытости.
24. Виды коммуникации в соответствии с ее целью и темой.
25. Специфика организационных коммуникаций.
26. Виды коммуникации в соответствии с пространственно-временной соотношенностью.
27. Понятие интегрированных коммуникаций.
28. Этнокультурная коммуникация и ее особенности.
29. Межкультурная коммуникация и ее особенности.
30. Особенности невербального общения представителей различных культур (на примере одной из стран).
31. Особенности невербального общения представителей различных сфер деятельности (на примере одной из профессий).
32. Особенности образовательной системы в различных странах (на примере одной из стран). Международные образовательные программы.
33. Коммуникативные стратегии и тактики.
34. Коммуникативная среда и сферы коммуникации.
35. Современные технологии реализации коммуникативных стратегий.
36. Понятие и технологии эффективной коммуникации. Коммуникативные барьеры.
37. Способы и средства реализации коммуникативных стратегий в сфере профессионального взаимодействия.
38. Способы и средства реализации коммуникативных стратегий в сфере академического взаимодействия.
39. Специфика реализации коммуникативных стратегий в интернет-коммуникации.
40. Коммуникативная компетентность специалиста.
41. Формы деловой коммуникации, их специфика.
42. Формы академической коммуникации, их специфика.
43. Сферы коммуникации: обиходно-бытовая, профессионально-деловая, научная, массово-информативная и художественно-творческая.
44. Лингвистические основы изучения коммуникации: функции языка и его статус в обществе (язык как репрезентация действительности и как способ бытия человека).
45. Особенности каждой из составляющих коммуникативного процесса при межкультурном взаимодействии в бытовой, академической и профессиональной среде.
46. Влияние процессов глобализации и информатизации на образование; дистанционное образование.
47. Дискурс, сообщение (текст) и речь как единицы коммуникации. Типы дискурса.
48. Интернет-коммуникация как особый вид коммуникации.

Зачетный билет состоит из 2 теоретических вопросов и 1 практического задания (из комплекта разноуровневых заданий)

Критерии оценивания

- 84-100 баллов (оценка «отлично») - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению

полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- 67-83 баллов (оценка «хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно») - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно») - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

Тесты письменные

Раздел 1. ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ НАУК О ЧЕЛОВЕКЕ: КЛЮЧЕВЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ

1. Слово *коммуникация* появилось в русском языке в:

- а) XIX в.
- б) XVIII в.
- в) XV в.
- г) XX в.

2. Средства и процесс связи, обмена информацией между различными объектами материального и духовного мира – это...

- а) коммуникация
- б) ассимиляция
- в) культура
- г) философия

3. Социальная коммуникация – это процесс и результаты обмена информацией между...

- а) людьми
- б) людьми и животными
- в) строениями и сооружениями
- г) объектами живой и неживой природы

4. В каком значении в латинском языке использовалось слово «коммуникация»?

- а) «размышление»
- б) «передаю, отправляю»
- в) «связываю, делаю общим»
- г) «путь сообщения»

5. Какое второе название теория коммуникации получила в отечественной научной традиции?

- а) социология
- б) коммуникология
- в) антропология
- г) семиотика

6. Что является объектом изучения теории коммуникации?

- а) головной мозг
- б) каналы коммуникации
- в) любые разновидности коммуникации
- г) социальная коммуникация

7. Способностью к речевой деятельности обладает только человек.

- а) верно
- б) неверно

8. Когнитивная функция коммуникации заключается в организации и активизации структур сознания и мышления, а сама коммуникация запускает процесс познания.

- а) верно
- б) неверно

9. Социокультурная функция коммуникации предполагает возможность получения эстетических оценок и переживаний субъектом в процессе коммуникации. Как правило, она проявляется в тех случаях, когда коммуникативные акты задействуют художественные системы знаков: литературу, живопись, музыку и др.

- а) верно
- б) неверно

10. Определите «лишний» термин:

- а) реципиент
- б) продуцент
- в) получатель информации
- г) адресат

11. Какая из указанных моделей коммуникации является нелинейной?

- а) модель Аристотеля
- б) модель Шеннона – Уивера
- в) модель Квинтилиана
- г) кибернетическая модель Н. Винера

12. Что из перечисленного не является структурным компонентом коммуникативного акта?

- а) код
- б) органы речи
- в) сообщение
- г) адресант

13. Адресат – он же коммуникатор, автор сообщения.

- а) верно
- б) неверно

14. Какой из компонентов структуры коммуникативного акта представляет собой **средства коммуникации**?

- а) код (язык)
- б) интенция
- в) обратная связь
- г) сообщение

15. Какая из перечисленных моделей коммуникации называется «игровой»?

- а) модель Й. Хейзинги
- б) социально-психологическая модель
- в) модель Квинтилиана
- г) модель Х. Лассуэлла

16. В какой из перечисленных моделей коммуникации центральным понятием является понятие «симметрия»?

- а) модель Аристотеля
- б) модель Н. Винера
- в) модель Й. Хейзинги
- г) модель Т Ньюкомба

17. Укажите, какая из моделей коммуникации является моделью построения публичной речи.

- а) модель Квинтилиана
- б) модель Р.О. Якобсона
- в) модель Шеннона-Уивера
- г) модель Т. Ньюкомба

18. Что из перечисленного НЕ является обязательным, необходимым элементом коммуникативного акта?

- а) шум
- б) коммуникатор
- в) реципиент
- г) код

19. Естественный язык является:

- а) кодом
- б) сообщением
- в) обратной связью
- г) информацией

20. Внутрличностная, межличностная, групповая, массовая и глобальная коммуникация являются...

- а) уровнями коммуникации
- б) видами коммуникации
- в) формами коммуникации
- г) типами коммуникации

21. Вербальная и невербальная коммуникации являются...

- а) уровнями коммуникации
- б) видами коммуникации
- в) формами коммуникации
- г) типами коммуникации

22. Укажите лишний термин.

- а) межличностная коммуникация
- б) массовая коммуникация
- в) вербальная коммуникация
- г) групповая коммуникация

23. К какому уровню коммуникации относится взаимодействие с помощью знаковых средств между разными странами и цивилизациями?

- а) межличностная коммуникация
- б) групповая коммуникация
- в) массовая коммуникация
- г) глобальная коммуникация

24. Что из перечисленного НЕ относится к видам коммуникации?

- а) межкультурная коммуникация
- б) аксиальная коммуникация
- в) вербальная коммуникация
- г) закрытая коммуникация

Раздел 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Какая функция коммуникации в первую очередь проявляется в рекламных текстах:

- а) эстетическая
- б) информационная
- в) суггестивная (воздействующая)
- г) познавательная

2. Какие из перечисленных видов речевой деятельности являются рецептивными?

- а) чтение
- б) говорение
- в) письмо
- г) аудирование

3. Чтение текста с целью нахождения конкретной, нужной в данный момент информации называется...

- а) аналитическое
- б) ознакомительное
- в) поисковое
- г) изучающее

4. Укажите среди приведенных ниже терминов формы говорения.

- а) монолог
- б) диалог
- в) аудирование

г) полилог

5. Определите требования сетикета:

- а) краткость
- б) широкое использование канцеляризмов
- в) быстрота ответа
- г) неконкретность

6. Укажите наиболее сложную и развитую знаковую систему.

- а) система дорожных знаков
- б) знаковые системы карточных игр
- в) знаковая система балета
- г) естественный язык

7. К какому из терминов относится дефиниция «вид речевой деятельности, заключающийся в кодировании информации с помощью акустических означающих»?

- а) аудирование
- б) чтение
- в) говорение
- г) письмо

8. К какому из терминов относится дефиниция «рецептивный вид речевой деятельности, заключающийся в декодировании информации, переданной с помощью графических означающих»?

- а) аудирование
- б) чтение
- в) говорение
- г) письмо

9. К какому из терминов относится дефиниция «вид речевой деятельности, заключающийся в кодировании информации с помощью графических означающих»?

- а) говорение
- б) аудирование
- в) чтение
- г) письмо

10. Укажите жанры письменной речи, которые относятся к научной сфере.

- а) монография
- б) повесть
- в) диссертация
- г) инструкция

11. Укажите жанры письменной речи, которые относятся к официально-деловой сфере.

- а) протокол собрания
- б) реферат
- в) очерк
- г) инструкция

12. Как называется вид аудирования, который предполагает сопереживание во время слушания?

- а) эмпатическое
- б) рефлексивное
- в) критическое
- г) нереплексивное

13. Высшей единицей языка и коммуникации является...

- а) предложение
- б) дискурс
- в) общение
- г) слово

14. К какому типу дискурса относится общение друзей?

- а) бытийный
- б) религиозный

- в) политический
- г) бытовой

15. Дефиниция «связный текст в совокупности с экстралингвистическими факторами, его порождающими» определяет понятие...

- а) язык
- б) диалог
- в) коммуникативный акт
- г) дискурс

16. К какому из типов дискурса относятся тексты художественной литературы?

- а) ритуальный
- б) бытийный
- в) бытовой
- г) научный

17. Какие из названных дискурсов являются институциональными?

- а) бытовой
- б) научный
- в) политический
- г) педагогический

18. Какой из названных типов дискурса НЕ является институциональным?

- а) ритуальный
- б) политический
- в) спортивно-игровой
- г) педагогический

19. Невербальный код, основанный на характеристиках голоса, называется...

- а) такесика
- б) вокалика
- в) одорика
- г) физиогномика

20. Укажите невербальный код, использующий значимые жесты, мимические и пантомимические движения.

- а) кинесика
- б) проксемика
- в) густика
- г) такесика

21. С изучением какого рода знаков связана орнотулистика?

- а) татуировки
- б) аксессуаров в одежде
- в) жесты
- г) характеристики голоса

22. Невербальный код, ориентированный на пространственное расположение коммуникантов, называется...

- а) густика
- б) вокалика
- в) одорика
- г) проксемика

23. Какой из невербальных кодов создан на базе оценок тактильных ощущений?

- а) азбука Брайля
- б) дорожные знаки
- в) латинский алфавит
- г) азбука Морзе

24. К каким видам коммуникации относится демонстрация рекламного ролика на телевидении?

- а) ретиальная
- б) закрытая
- в) аксиальная

г) публичная

25. К каким видам коммуникации относится общение начальника и подчиненного по вопросу служебного задания?

- а) бытовая
- б) формальная
- в) организационная
- г) неформальная

26. К какому виду коммуникации относится общение посредством программы «Скайп»?

- а) опосредованная
- б) ретральная
- в) непосредственная
- г) диахронная

2. Инструкция по выполнению

В процессе решения тестов обучающийся должен выбрать один или несколько верных ответов из предложенных вариантов ответов или установить соответствие между понятиями и их характеристиками. Каждое верно выполненное задание теста оценивается в 1 балл.

3. Критерии оценки:

0–14 баллов: дано менее 30% верных ответов

15–24 баллов: дано не менее 50% верных ответов

25–33 балла: дано не менее 60% верных ответов

34–41 балл: дано не менее 70% верных ответов

42–50 баллов: дано не менее 80% верных ответов

Вопросы к коллоквиуму

Раздел 1. ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ НАУК О ЧЕЛОВЕКЕ: КЛЮЧЕВЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ

1. Соотношение вербальной и невербальной коммуникации в различных сферах деятельности в зависимости от коммуникативных условий.
2. Особенности каждой из составляющих коммуникативного процесса при межкультурном общении.
3. Роль языка в межкультурном общении.
4. Невербальные элементы межкультурной коммуникации (на примере одной из стран или сопоставления культурных традиций нескольких стран).
5. Улыбка, поклон и рукопожатие как культурные знаки.
6. Национальные языки и культуры в эпоху глобализации.
7. Невербальные средства в профессиональной деятельности (на примере конкретной профессии).
8. Роль невербальных средств в профессиональной деятельности в сфере сервиса.

Раздел 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Интернет-коммуникация как особый вид коммуникации. Основные признаки интернет-коммуникации.
2. Средства и способы реализации коммуникативных стратегий в блогах и на интернет-форумах.
3. Интернет-коммуникация в реализации личностных стратегий.
4. Интернет-коммуникация в академической среде.
5. Информатизация и технезация образовательной деятельности: плюсы и минусы.
6. Интернет-коммуникация для решения профессиональных задач.
7. Особенности профессиональной интернет-коммуникации специалиста в сфере сервиса.
8. Сетикет как один из регуляторов интернет-коммуникации.

Критерии оценки:

Для подготовки к коллоквиуму студенту необходимо самостоятельно подготовить ответ на 1 вопрос раздела 1 и 1 вопрос из раздела 2. По возможности обучающиеся готовят презентации или используют

другие средства наглядности (раздаточный материал, схемы, таблицы, рисунки и т.д.). Каждый подготовленный ответ оценивается максимально в 5 баллов.

10 баллов – даны развернутые ответы на два выбранных вопроса из разных разделов, в ответе приводятся ссылки на научную и учебную литературу, изученную при подготовке к коллоквиуму;

5 баллов – подготовлен развернутый ответ только на 1 вопрос любого из разделов.

0 баллов – ни один из предложенных вопросов не подготовлен / ответы на вопросы подготовлены, однако не соответствуют выбранной теме, не раскрывают суть вопроса, ответ характеризуется критическим количеством речевых ошибок и нарушений логической связности высказывания.

Комплекты разноуровневых заданий

Комплект разноуровневых заданий № 1

Тема 1. Коммуникация и ее составляющие.

Дайте определения следующим понятиям: коммуникация (вообще), социальная коммуникация, коммуниканты, средства коммуникации, коммуникационные каналы, коммуникационные революции (4 балла).

Тема 2. Акт коммуникативной деятельности и его структура.

Дайте определения понятий коммуникативный акт, коммуникатор (адресант), реципиент (адресат), объект коммуникации, код, шум (4 балла).

Комплект разноуровневых заданий № 2

Тема 1. Коммуникация и ее составляющие.

Задание 1.1. Понятие коммуникации и ее роль в современном мире.

Порассуждайте о том, что такое коммуникация и какова ее роль в современном мире. Какие современные форматы коммуникации вы можете назвать? Какие способы общения применяются в образовательном процессе, а какие характерны для деловой сферы? В чем недостатки и преимущества интернет-коммуникации? Какие способы общения удобны вам в процессе осуществления академической и профессиональной деятельности и почему? (4 балла)

Задание 1.2. Коммуникативные качества речи. Условия успешного общения.

Перечислите и охарактеризуйте основные коммуникативные качества речи. Каковы, на ваш взгляд, условия успешного общения? Какие из них зависят от степени официальности обстановки, в которой происходит общение? (4 балла)

Тема 2. Акт коммуникативной деятельности и его структура.

Задание 2.1. Модели коммуникации

Охарактеризуйте коммуникационные модели, созданные в разное время разными авторами, и отметьте характерные особенности каждой из них. Какую модель вы считаете лучшей и почему? (4 балла)

Тема 3. Научные основы теории коммуникации.

Задание 3.1. Научные основы теории коммуникации.

Расскажите о связи теории коммуникации с другими науками. Как теория коммуникации связана с науками, которые являются базовыми для вашего направления подготовки? (4 балла)

Задание 3.2. Уровни социальной коммуникации.

Ознакомившись с лекционным материалом и данными других источников, составьте таблицу или схему, отражающую типологию уровней социальной коммуникации. По возможности охарактеризуйте в составленных вами таблицах или схемах особенности тех явлений, которые вы типологизируете (4 балла).

Задание 3.3. Формы социальной коммуникации.

Ознакомившись с лекционным материалом и данными других источников, составьте таблицу или схему, отражающую типологию форм социальной коммуникации. По возможности охарактеризуйте в составленных вами таблицах или схемах особенности тех явлений, которые вы типологизируете (4 балла).

Задание 3.4. Виды социальной коммуникации.

Ознакомившись с лекционным материалом и данными других источников, составьте таблицу или схему, отражающую типологию видов социальной коммуникации. По возможности

охарактеризуйте в составленных вами таблицах или схемах особенности тех явлений, которые вы типологизируете (4 балла).

Задание 3.5. Сферы коммуникации.

Охарактеризуйте специфику обиходно-бытовой, профессионально-деловой, научной, массово-информативной и художественно-творческой сфер коммуникации (например, по цели коммуникации; специфической роли коммуникантов; особым требованиям, предъявляемым к языку текстов в той или иной сфере; наиболее характерным формам речи (устной или письменной); характерным типам речи по количеству участников общения; жанровому разнообразию и т.д.) (4 балла).

Задание 3.6. Вербальная и невербальная коммуникация.

Расскажите о преимуществах и недостатках каждой из названных форм коммуникации. Приведите пример ситуаций, когда невозможно сочетать обе формы в рамках коммуникативного процесса и нужно использовать только тот или иной вид коммуникации (4 балла).

Тема 4. Образование как перекресток культур в современном мире

Задание 4.1. Плюсы и минусы современных образовательных технологий.

В свете сложившейся эпидемиологической ситуации подготовьте развернутый ответ-рассуждение (от 1 стр.) на один или несколько из вопросов:

1. Влияние процесса глобализации на образование.
2. Влияние процесса информатизации на образование.
3. Дистанционное образование: проблемы и перспективы.

Подумайте о плюсах и минусах анализируемых процессов и явлений. Кому выгодно внедрение современных образовательных технологий, а кто от них страдает? Каковы перспективы новых форматов общения? Каким вы видите будущего педагога? Да и нужен ли он – живой человек? (4 балла)

Задание 4.2. Системы образования в различных странах.

Охарактеризуйте образовательную систему любой страны мира (ее уровни, сроки получения образования, доступность) и выделите ее особенности по сравнению с системой образования в нашей стране. При подготовке ответа используйте актуальные данные, т.к. в результате реформ система образования, которую вы описываете, могла измениться (4 балла).

Задание 4.3. Международные образовательные программы.

Подготовьте развернутый ответ на вопрос «Международные образовательные программы: проблемы и перспективы». Ваш ответ может отражать различные аспекты: вы можете охарактеризовать известные вам международные образовательные программы в целом или какую-то одну; отметить их плюсы и минусы или порассуждать о том, каковы перспективы подобного образования; подумать о том, какую пользу извлекают те, кто спонсирует подобные проекты и т.д. (4 балла)

Задание 4.4. Форматы коммуникации между представителями различных культур в академическом взаимодействии.

Порассуждайте об особенностях межкультурного взаимодействия студентов, преподавателей и администрации учебных заведений. Каковы сложности такого взаимодействия? На какие аспекты руководство вузов должно обратить внимание? Что следует учесть преподавателю, работающему с иностранными студентами? В чем сложность адаптации иностранных студентов и как ее облегчить средствами коммуникации (4 балла)?

Тема 5. Дискурс как контекст вербально-коммуникативных практик.

Задание 5.1. Понятие дискурса.

Опишите, как вы понимаете, что такое дискурс и чем он отличается от других единиц коммуникации (сообщения (текста), речевой ситуации, речевого события (коммуникативного акта), речевого взаимодействия). Охарактеризуйте академический или официально-деловой дискурс по его конститутивным признакам (4 балла).

Задание 5.2. Типология дискурсов по форме реализации.

Охарактеризуйте типы дискурса по форме реализации. В чем сходство и различие устного, письменного и мысленного типов дискурса? Приведите примеры их реализации (4 балла).

Задание 5.3. Структура дискурса.

Представьте в виде схемы или описания:

- а) макроструктуру дискурса (фрейм, скрипт, сценарий);
- б) микроструктуру дискурса;
- в) суперструктуру дискурса.

Охарактеризуйте каждый из структурных элементов дискурса (4 балла).

Тема 6. Интернет-коммуникация как особый вид коммуникации.

Задание 6.1. Интернет-коммуникация как особый вид коммуникации.

Охарактеризуйте интернет-коммуникацию: дайте определение; перечислите ее основные признаки, отличающие подобную коммуникацию от остальных, более традиционных, разновидностей. Что вы можете сказать о плюсах и минусах интернет-коммуникации? Какова сфера ее функционирования? Каковы особенности коммуникантов – коммуникатора и реципиента? Меняются ли правила интернет-коммуникации с изменением коммуникативной ситуации (например, в зависимости от сферы применения)? Почему? Что такое сетикет и каковы его основные правила? (4 балла)

Задание 6.2. Коммуникативные стратегии на интернет-форумах.

Опишите основные коммуникативные стратегии участников интернет-форумов и чатов, охарактеризовав средства и способы их реализации. Разнятся ли стратегии коммуникатора и реципиента? От чего зависит выбор стратегии коммуникантами? Какой стратегии обычно придерживаетесь вы, когда участвуете в комментировании интернет-публикаций или в интернет-форуме? Продуктивны ли, на ваш взгляд, подобные формы коммуникации в академической и профессиональной сфере? (4 балла)

Задание 6.3. Блог как разновидность интернет-коммуникации.

6.3.1. Охарактеризуйте такой современный коммуникативный жанр, как блог: дайте определение, опишите особенности (стилистические, функциональные, тематические и др.). Опишите алгоритм создания и ведения блога (4 балла).

6.3.2. Порассуждайте о личности блогера: какие требования предъявляются к его образованию, профессиональной подготовке, возрасту и т.д.; какими психологическими характеристиками и приобретенными качествами он должен обладать; от чего зависит его успешность? Можно ли, на ваш взгляд, отождествлять понятия «блогерство», «авторская журналистика», «народная журналистика»? (4 балла)

6.3.3. Обратитесь к характеристике аудитории. Что такое целевая аудитория? Какие особенности аудитории и интернет-коммуникации следует учесть, чтобы блог пользовался популярностью? (4 балла)

6.3.4. Какие блоги интересны вам и почему? Какие не нравятся и почему? Ведете ли вы сами какой-нибудь блог? Опишите свой коммуникативный опыт в роли коммуникатора или реципиента (4 балла).

К ответам можно приложить изображения, презентации и т.д.

Задание 6.4. Коммуникативные стратегии в блогах.

Кратко охарактеризуйте известные вам коммуникативные стратегии, характерные для блогерства. На примере одного из блогов подробно опишите реализуемую в нем коммуникативную стратегию его автора. Какие коммуникативные тактики применяет блогер для достижения коммуникативной цели?

Определите тематическую, целевую специфику этого блога, охарактеризуйте каналы коммуникации, которые задействует автор.

Составьте речевой портрет блогера, выделив характерные для его речи (устной или письменной) языковые средства, а также оценив невербальную составляющую коммуникации, если это возможно. Успешен ли блогер? Влияют ли на ваше восприятие его внешний вид, поведенческие особенности, факты из его биографии?

Каковы плюсы и минусы описанного вами блога? Что бы вы посоветовали блогеру, чтобы его блог стал интереснее?

В качестве примеров можно прикреплять изображения, презентации, видеофрагменты, делая на них ссылку в тексте ответа. (4 балла)

Тема 7. Моделирование процесса массовой коммуникации.

Задание 7.1. Массовая коммуникация и ее особенности.

Охарактеризуйте понятие «массовая коммуникация»: дайте определение, выделите основные черты. Какова цель массовой коммуникации? Какие разновидности массовой коммуникации вам известны и на основании чего они выделяются? Охарактеризуйте своеобразие коммуникатора на этом уровне коммуникации: он один, их много или это вообще какой-то иной тип коммуникатора? Опишите реципиента: в чем его специфика? Каким требованиям должен соответствовать работающий текст в массовой коммуникации? Какую функцию он выполняет? (4 балла)

Задание 7.2. Массовая коммуникация в академическом и профессиональном взаимодействии.

Охарактеризуйте функционирование массовой коммуникации в академической и профессиональной сферах. Насколько продуктивна реализация в них коммуникации именно такого уровня? Какие разновидности массовой коммуникации можно применять в этих областях человеческой деятельности и почему? Какова целевая аудитория средств массовой коммуникации в каждом из этих случаев и каким требованиям должны соответствовать тексты, реализуемые средствами массовой коммуникации в академической и профессиональной среде? Обоснуйте свое мнение (4 балла).

Задание 7.3. Моделирование процесса массовой коммуникации.

Представьте, что вы руководитель компании или научной организации, связанной с профилем вашей будущей деятельности. Как вы будете использовать средства массовой коммуникации и для чего? Напишите небольшой рекламный или PR-текст, связанный с функционированием вашей организации. Где бы вы разместили его? Какова ваша целевая аудитория? Каких результатов вы хотели бы достичь после опубликования данного текста?

Текст можно сопровождать изображениями, видео и презентациями (4 балла).

Задание 7.4. Массовая коммуникация в межкультурном взаимодействии.

Порассуждайте о том, как средства массовой коммуникации влияют на развитие международных контактов? Может ли это влияние быть негативным? Приведите примеры положительного и отрицательного влияния средств массовой коммуникации на международные, межкультурные контакты. В каких ситуациях, с какой целью это сознательно моделируется и кому может быть выгодно?

Можете иллюстрировать свой ответ видеофайлами, изображениями или презентациями (4 балла).

Тема 8. Организационные коммуникации и их особенности.

Задание 8.1. Организационные коммуникации и их особенности.

Охарактеризуйте систему организационных коммуникаций организации, в которой вы работаете или учитесь. Для этого кратко опишите ее структуру (например, в виде схемы, которая отражает горизонтальные и вертикальные уровни взаимодействия). Охарактеризуйте систему средств массовой коммуникации, включенных в систему организационной коммуникации (корпоративные издания, приложения для телефонов, крупные издания, определяющие деятельность вашей организации) (4 балла).

Задание 8.2. Вертикальные организационные коммуникации.

Опишите коммуникативные стратегии и тактики при осуществлении взаимодействия между вертикально расположенными коммуникантами в организации:

а) в случае восходящей коммуникации;

б) в случае нисходящей коммуникации.

Приведите примеры ситуаций, в которых подобное взаимодействие обычно происходит. Могут ли тактики меняться непосредственно в процессе коммуникации (от этапа подготовки к коммуникации до ее завершения)? От чего это зависит? Приведите примеры.

Всегда ли смена тактики влияет на коммуникативную стратегию? Как все эти процессы отражаются на коммуникативной цели? (4 балла)

Задание 8.3. Горизонтальные организационные коммуникации.

Опишите коммуникативные стратегии и тактики при осуществлении взаимодействия между горизонтально расположенными коммуникантами в организации.

Приведите примеры ситуаций, в которых подобное взаимодействие обычно происходит. Могут ли тактики меняться непосредственно в процессе коммуникации (от этапа подготовки к коммуникации до ее завершения)? От чего это зависит? Приведите примеры.

Всегда ли смена тактики влияет на коммуникативную стратегию? Как все эти процессы отражаются на коммуникативной цели? (4 балла)

Задание 8.4. Коммуникационный климат в организации.

Важен ли для реализации профессиональных коммуникативных задач коммуникационный климат в организации? Как сделать его позитивным? Какие методы создания позитивного коммуникационного климата характерны для вашего поведения, поведения ваших коллег и руководства организации, в которой вы работаете или учитесь? (4 балла)

Задание 8.5. Коммуникативные стратегии и тактики межкультурного взаимодействия в организации.

Опишите особенности делового этикета в одной из зарубежных стран.

Какие коммуникативные стратегии следует выбирать в случае взаимодействия с деловыми партнерами из этой страны:

- а) если вы едете для взаимодействия за рубеж;
- б) если иностранные партнеры приезжают в нашу страну;
- в) если иностранцы работают непосредственно в вашей организации? (4 балла)

Критерии оценки:

В течение семестра обучающемуся предлагается письменно выполнить и сдать на проверку все задания из комплекта № 1 (каждое верно выполненное задание оценивается в 4 балла) и 1 задание из каждой темы комплекта № 2 (верно выполненное задание оценивается в 4 балла).

В случае пропуска аудиторных занятий обучающиеся выполняют одно из заданий на соответствующую тему.

40–37 баллов: обучающийся выполнил 2 задания из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 8 тем из комплекта № 2;

36–33 балла: обучающийся выполнил 2 задания из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 7 тем из комплекта № 2 или 1 задание из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 8 тем из комплекта № 2;

32–29 баллов: обучающийся выполнил 2 задания из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 6 тем из комплекта № 2, или 1 задание из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 7 тем из комплекта № 2, или по 1 заданию на каждую из 8 тем из комплекта № 2;

28–25 баллов: обучающийся выполнил 2 задания из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 5 тем из комплекта № 2, или 1 задание из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 6 тем из комплекта № 2, или по 1 заданию на каждую из 7 тем из комплекта № 2;

24–21 балл: обучающийся выполнил 2 задания из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 4 тем из комплекта № 2, или 1 задание из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 5 тем из комплекта № 2, или по 1 заданию на каждую из 6 тем из комплекта № 2;

20–17 баллов: обучающийся выполнил 2 задания из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 3 тем из комплекта № 2, или 1 задание из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 4 тем из комплекта № 2, или по 1 заданию на каждую из 5 тем из комплекта № 2;

16–13 баллов: обучающийся выполнил 2 задания из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 2 тем из комплекта № 2, или 1 задание из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 3 тем из комплекта № 2, или по 1 заданию на каждую из 4 тем из комплекта № 2;

12–9 баллов: обучающийся выполнил 2 задания из комплекта № 1 и 1 задание на любую из тем из комплекта № 2, или 1 задание из комплекта № 1 и по 1 заданию на каждую из 2 тем из комплекта № 2, или по 1 заданию на каждую из 3 тем из комплекта № 2;

8–5 баллов: обучающийся выполнил 2 задания из комплекта № 1, или 1 задание из комплекта № 1 и 1 задание на любую из тем из комплекта № 2, или по 1 заданию на каждую из 2 тем из комплекта № 2;

4–1 баллов: обучающийся выполнил 1 задание из комплекта № 1 или 1 задание из комплекта № 2.

0 баллов ставится, если обучающийся не справился ни с одним из заданий.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в устной форме экзаменационный билет состоит из двух теоретических вопросов и одного практического задания, выбираемого из комплекта разноуровневых заданий. Объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются ключевые вопросы продвижения и развития медиапроектов, особенности продюсирования нишевых медиапроектов; обсуждаются теоретические и практические вопросы, связанные с ролью разнообразных креативных стратегий в продвижении медиапродуктов; даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания обучающихся по ряду рассмотренных на лекциях вопросов; развиваются навыки использования эффективных инструментов продюсирования digital-проектов в сфере массмедиа.

При подготовке к практическим занятиям каждый обучающийся должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- выполнить тесты, подготовить доклад и кейс-задания, в том числе, используя ПО Libre Office;
- выполнить разноуровневые задания;
- изучить основную и дополнительную литературу для подготовки к деловой игре.

В процессе подготовки к практическим занятиям обучающиеся могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены обучающимися в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы обучающихся над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый обучающийся обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников, выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации обучающиеся могут воспользоваться электронно-библиотечными системами, а также взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.