

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебной и методической работе

(подпись) Е.А. Каменева
«25» декабря 2024 г.

Сахарова Н.В.

Медиация и искусство убеждения

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлениям подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

*Рекомендовано Ученым советом
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол №47 от 19 ноября 2024 г.)*

*Одобрено Советом кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 3 от 28 октября 2024 г.)*

Москва 2024

«Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

Сахарова Н.В.

Медиация и искусство убеждения

для студентов, обучающихся по направлениям подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Москва 2024

УДК 316.77 (073)
ББК 60.84 я73
С15

Рецензенты: Кафтан В.В., д.филос.н., профессор, кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса, Молодцов И.Н., к.полит.н., доцент кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса.

Сахарова Н.В.

Медиация и искусство убеждения

Рабочая программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, ОП «Реклама и связи с общественностью», профили «Интегрированные коммуникации», «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» – М.: Финансовый университет, кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса. 2024. – 28 с.

Дисциплина «Медиация и искусство убеждения» входит в общепрофессиональный цикл части Блока 1.

Рабочая программа дисциплины содержит перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, содержание дисциплины, тематику практических и семинарских занятий, формы их проведения, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

Учебное издание

Сахарова Наталья Валерьевна

МЕДИАЦИЯ И ИСКУССТВО УБЕЖДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины

Компьютерный набор, верстка Сахарова Н.В.

Формат 60x90/17. Гарнитура *Times New Roman*

Отпечатано в Финансовом университете

© Сахарова Н.В. 2024
© Финансовый университет, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Наименование дисциплины	4
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	4
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4.	Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	5
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	6
5.1	Содержание дисциплины	6
5.2	Учебно-тематический план	8
5.3	Содержание семинаров, практических занятий	9
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	21
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	23
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	24
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	25
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	25

1 . Наименование дисциплины

«Медиация и искусство убеждения»

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОП «Реклама и связи с общественностью» профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» (очная форма обучения) 2024 г.п.			
ПКП-2	Способность сформировать понимание ценности продукции СМИ и развивать реальный и потенциальный спрос у конечного потребителя	1. Разрабатывает решения по целевому образу СМИ и развитию отношений с ключевыми стейкхолдерами	знать: основы управления коммуникациями для создания и развития целевого образа СМИ, стратегии влияния в коммуникации с ключевыми стейкхолдерами уметь: проектировать алгоритм эффективной коммуникации, применять на практике стратегии влияния в коммуникации с ключевыми стейкхолдерами
		2. Реализует коммуникационные активности по стимулированию рационального и эмоционального отношения к продукции СМИ	знать: современные коммуникационные технологии, систему управления сознанием и поведением аудитории уметь: применять на практике коммуникационные технологии с учетом компонентов эмоционального интеллекта
ПКП-3	Способность разрабатывать контент-стратегию, писать тексты и подбирать иллюстрации, проверять контент на соответствие требованиям канала, анализировать эффективность контента на основе веб-	1. Разрабатывает контент-стратегию издания для определения конкурентных преимуществ продукции СМИ	знать: содержание и этапы разработки контент-стратегии издания уметь: определять конкурентные преимущества продукции СМИ
		2. Обосновывает выбор визуальных элементов материала для привлечения внимания к продукции СМИ	знать: условия, правила и техники аргументации при обосновании выбора визуальных элементов материала для продукции СМИ уметь: применять техники аргументации и контраргументации при

	аналитики		обосновании и обсуждении выбора визуальных элементов материала для продукции СМИ
		3. Анализирует эффективность контента и определяет рекомендации по их корректировке	знать: способы и инструменты анализа и оценки эффективности контента в соответствии с целями и задачами уметь: анализировать контент и оценивать его эффективность, проводить корректировку исходного контента на основе оценки его соответствия поставленным целям и задачам
ОП «Реклама и связи с общественностью» профиль «Интегрированные коммуникации» (очная форма обучения) 2024 г.п.			
ПКП-1	Способность диагностировать проблемы в процессе управления коммуникациями организации-объекта и обосновывать рекомендации по изменению ситуации (ПКП-1)	1.Определяет задачи и методы диагностики коммуникаций организации-объекта	знать: методы диагностики внешних и внутренних коммуникаций организации-объекта уметь: на практике осуществлять выбор необходимого метода диагностики коммуникаций организации-объекта и проводить ее
		2.Анализирует выявленные проблемы в коммуникациях организации-объекта	знать: методы анализа коммуникационных проблем организации-объекта уметь: проводить анализ выявленных проблем в коммуникациях организации-объекта
		3.Предлагает критерии и способы достижения целевого состояния коммуникаций организации-объекта	знать: критерии и технологии управления изменениями в контексте коммуникаций организации-объекта уметь: осуществлять на практике управление изменениями с целью достижения целевого состояния коммуникаций организации-объекта
ПКП-2	Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла	1.Совершенствует процессы управления коммуникациями организации-объекта	знать: медиативные технологии уметь: применять на практике медиативные технологии в процессах управления коммуникациями организации-объекта

	и уровня зрелости в управлении организацией-объектом (ПКП-2)	2.Определяет ключевые послания, аудитории, коммуникационные активности и результаты	знать: способы сегментирования аудитории, выбора параметров коммуникационного воздействия, прогнозирования результатов уметь: формировать и отбирать ключевые послания, аудиторию воздействия и прогнозировать его результаты
		3.Координирует коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности организации-объекта	знать: методы и инструменты анализа соответствия коммуникационной стратегии и стратегии основной деятельности организации уметь: координировать коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности организации-объекта

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиация и искусство убеждения» входит в цикл профиля элективный цикл направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, ОП «Реклама и связи с общественностью», профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» и является дисциплиной профиля «Интегрированные коммуникации».

Дисциплина «Медиация и искусство убеждения» дает студентам возможность расширить кругозор, выработать аналитические навыки, необходимые для решения в будущем профессиональных задач.

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

ОП «Реклама и связи с общественностью», профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика»

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине/ направление подготовки	Реклама и связи с общественностью профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика», очная форма обучения, 2024	
	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	26	26
Лекции	12	12
Семинары, практические занятия	14	14
Самостоятельная работа	82	82
Вид текущего контроля	<i>Контрольная работа</i>	<i>Контрольная работа</i>
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

ОП «Реклама и связи с общественностью», профиль «Интегрированные коммуникации»

Таблица 2

Вид учебной работы по дисциплине/ направление подготовки	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	7/252	108	144
Контактная работа - Аудиторные занятия	120	52	68
Лекции	48	14	34
Семинары, практические занятия	72	38	34
Самостоятельная работа	132	56	76
Вид текущего контроля	<i>Контрольная работа</i>	<i>Контрольная работа</i>	-
Вид промежуточной аттестации	Зачет/экзамен	Зачет	Экзамен

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. Медиация. Понятие, цели, принципы, правовые основы

Понятие медиации. Медиация как междисциплинарная область. Цели и задачи медиации. Принципы и инструменты медиации. Правовые основы

регулирования медиативной деятельности в России. Бизнес-медиация. Политическая медиация. Терминологический аппарат в сфере медиативных технологий. Европейский кодекс поведения для медиаторов. Роль коммуникации в процессе медиации. Правовые основы медиации. Федеральный закон от 27.07.2010 г. № 193-ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)».

Тема 2. Медиативный подход и процедура медиации. Коммуникативные навыки медиатора

Медиативный подход как деятельностный подход, основанный на навыках позитивного осознанного общения. Процедура медиации. Особенность коммуникативной позиции медиатора. Коммуникативные навыки медиатора - в том числе, технологии поиска, анализ информации, ее интерпретация, работа с конфиденциальной информацией. Коммуникативная компетенция лидера команды в медиативном процессе.

Тема 3. Управление коммуникациями

Понятие «управление коммуникациями». Коммуникационные технологии в современной информационной среде. Формы деловой коммуникации, применяемые в процессе медиации. Основные этапы межличностной коммуникации. Проектирование алгоритма эффективной коммуникации с учетом компонентов эмоционального интеллекта и построение коммуникации с использованием вербальных и невербальных средств. Управление коммуникацией в команде: организация коммуникативного процесса, управление уровнем конфликтности группы. Управление коммуникацией распределенной команды. Роль лидера как эффективного коммуникатора. Техники речи, активного слушания. Понятие коммуникативной эффективности. Построение эффективной обратной связи. Условия эффективной межкультурной коммуникации.

Тема 4. Эффективная медиа-коммуникация

Способы формирования общественного поведения, ценностей и установок

с использованием современных средств массовой информации. Текст в системе политических и бизнес-коммуникаций. Принципы и технология создания медиатекстов и визуальных образов для обеспечения эффективной коммуникации в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем, норм морали и нравственности социума. Медиатекст и визуальные образы в системе управления сознанием и поведением аудитории. Разработка контент-стратегии издания. Стратегии влияния: информирование, убеждение, манипулирование. Анализ и корректировка медиапродуктов в соответствии с целями коммуникации и целевой аудиторией. Инструменты анализа и оценка эффективности медиа-коммуникации. Этические аспекты деятельности СМИ.

Тема 5. Переговоры как вид деловой коммуникации

Деловые переговоры: типы переговоров, этапы подготовки и проведения, стратегии переговоров во внутренней и внешней среде организации. Структура медиативных переговоров. Процедуры переговоров. Построение эффективной коммуникации в переговорном процессе. Особенности ведения онлайн-переговоров. Мастерство постановки вопроса, аргументации. Техника работы с возражениями. Средства убеждения. Техника подведения итога. Влияние национально-культурного контекста на коммуникации, переговорный процесс.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 2

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах, «Интегрированные коммуникации»/«Общественно-политическая и бизнес-журналистика»					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа* - Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Медиация. Понятие, цели, принципы, правовые основы	16	4	2	2	12	Доклад, групповая дискуссия

2.	Тема 2. Медиативный подход и процедура медиации. Коммуникативные навыки медиатора.	18	4	2	2	14	Анализ кейсов, групповая дискуссия, деловая игра
3.	Тема 3. Управление коммуникациями.	22	4	2	2	18	Групповая дискуссия, интерактивные задания
4.	Тема 4. Эффективная медиа-коммуникация	26	8	4	4	18	Решение кейсов, ситуационных заданий, разработка мини-проектов
5.	Тема 5. Переговоры как вид деловой коммуникации	42	6	2	4	20	Анализ кейсов, деловая игра
	В целом по дисциплине	108	26	12	14	82	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого %	100	24%	46%	54%	76%	

Профиль «Интегрированные коммуникации»

Таблица 2

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа* - Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1	Тема 1. Медиация. Понятие, цели, принципы, правовые основы	34	14	6	8	20	Доклад, групповая дискуссия
2	Тема 2. Медиативный подход и процедура медиации. Коммуникативные навыки медиатора.	42	20	8	12	22	Анализ кейсов, групповая дискуссия, деловая игра
3	Тема 3. Управление коммуникациями.	60	30	12	18	30	Групповая дискуссия, интерактивные задания
4	Тема 4. Эффективная медиа-коммуникация	64	34	12	22	30	Решение кейсов, ситуационных заданий, разработка мини-

							проектов
5	Тема 5. Переговоры как вид деловой коммуникации	52	22	10	12	30	Анализ кейсов, деловая игра
	В целом по дисциплине	252	120	48	72	132	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого %	100	48%	40%	60%	52%	

*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Медиация. Понятие, цели, принципы, правовые основы	Понятие медиации. Медиация как междисциплинарная область. Цели и задачи медиации. Принципы и инструменты медиации. Политическая медиация. Терминологический аппарат в сфере медиативных технологий. Европейский кодекс поведения для медиаторов. Российская практика разрешения споров с применением медиации. Роль коммуникации в процессе медиации. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,4,5,7,8 Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники	Доклад, групповая дискуссия
Тема 2. Медиативный подход и процедура медиации. Коммуникативные навыки медиатора.	Медиативный подход как деятельностный подход, основанный на навыках позитивного осознанного общения. Процедура медиации. Особенность коммуникативной позиции медиатора. Коммуникативные навыки медиатора: поиск, анализ информации, ее интерпретация, работа с конфиденциальной информацией. Коммуникативная компетенция лидера команды в медиативном процессе. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,4,5,7,8 Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники	Анализ кейсов, групповая дискуссия, деловая игра
Тема 3. Управление коммуникациями.	Современные коммуникационные технологии. Условия эффективной межкультурной коммуникации. Проектирование алгоритма эффективной коммуникации с учетом компонентов эмоционального интеллекта и построение коммуникации с использованием вербальных и невербальных средств. Техники речи, активного слушания. Понятие коммуникативной эффективности. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,3,4,5,6,7,8 Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники	Групповая дискуссия, интерактивные задания
Тема 4.	Технология создания медиатекстов и визуальных образов для	Решение кейсов,

Эффективная медиа-коммуникация	обеспечения эффективной коммуникации. Разработка контент-стратегии издания. Стратегии влияния: информирование, убеждение, манипулирование. Анализ медиапродуктов и их корректировка. Построение эффективной обратной связи. Оценка эффективности контента. Этические аспекты деятельности медиатора. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,2,5,7 Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники	ситуационных заданий, разработка мини-проектов
Тема 5. Переговоры как вид деловой коммуникации	Построение эффективной коммуникации в переговорном процессе. Установление контакта. Способы и приемы постановки вопроса, аргументации. Техника работы с возражениями. Средства убеждения. Техника подведения итога. Влияние национально-культурного контекста на коммуникации, переговорный процесс. Подготовка и проведение переговоров по организационному спору между внутренними субъектами с привлечением к процессу медиатора. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,2,7,8 Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники	Анализ кейсов, деловая игра

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

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

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Медиация. Понятие, цели, принципы, правовые основы	Медиация как междисциплинарная область. Медиация как альтернативный метод разрешения споров. Терминологический аппарат политической медиации. Российская и мировая практики. Европейский кодекс для поведения медиатора. Кодекс медиаторов России. Кодекс профессиональной этики Ассоциации Коммуникационных Агентств России, Российский Кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью, Лиссабонский кодекс (CEPR — Европейский кодекс профессионального поведения в области PR), ФЗ от 27.07.2010 г. № 193-ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)».	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 2. Медиативный подход и процедура медиации.	Современные информационно-коммуникационные технологии. Русскоязычные информационные ресурсы	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по

Коммуникативные навыки медиатора.	по вопросам медиации, включая законодательные базы. Способы анализа и интерпретации информации. Функции и задачи, основные компетенции лидера команды.	теме; - подготовка к контрольной работе; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 3. Управление коммуникациями.	Официально-деловой стиль и правила речевого этикета. Компоненты эмоционального интеллекта. Типологии личности. Особенности межкультурной коммуникации. Понятие конфликтности. Способы урегулирования конфликтов. Способы и современные подходы к оценке коммуникативной эффективности.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 4. Эффективная медиа-коммуникация	Понятие коммуникационной эффективности, эффективной медиа-коммуникации. Способы и современные подходы к оценке коммуникативной эффективности. Этические аспекты деятельности СМИ.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 5. Переговоры как вид деловой коммуникации	Этапы переговорного процесса. Определение интересов и потребностей сторон. Алгоритмы конструктивного взаимодействия в переговорном процессе.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - подготовка к деловой игре; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме

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

Примерные темы контрольной работы

1. Анализ особенностей политических медиатекстов в период избирательных кампаний
2. Проектирование алгоритма эффективной коммуникации руководителя проекта с членами команды
3. Проектирование алгоритма эффективной коммуникации руководства СМИ со стейкхолдерами
4. Анализ медиапродуктов корпоративного издания
5. Проектирование и проведение онлайн-переговоров по заключению медиативного соглашения
6. Анализ особенностей новостных медиатекстов в условиях обострения внешнеполитической ситуации.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры.

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

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».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемых дисциплиной

Таблица 5

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
Профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» (очная форма обучения), 2024			
ПКП-2: Способность сформировать понимание ценности продукции СМИ и развивать реальный и потенциальный спрос у конечного потребителя	1. Разрабатывает решения по целевому образу СМИ и развитию отношений с ключевыми стейкхолдерами	знать: основы управления коммуникациями для создания и развития целевого образа СМИ, стратегии влияния в коммуникации с ключевыми стейкхолдерами уметь: проектировать алгоритм эффективной коммуникации, применять на практике стратегии влияния в коммуникации с ключевыми стейкхолдерами	Задание В соответствии с представленной ситуацией постройте систему эффективной коммуникации руководства корпоративного СМИ и стейкхолдеров с целью координации процесса формирования образа СМИ в соответствии со стратегическими целями развития компании. Представьте и обоснуйте свое предложение.

	2. Реализует коммуникационные активности по стимулированию рационального и эмоционального отношения к продукции СМИ	знать: современные коммуникационные технологии, систему управления сознанием и поведением аудитории уметь: применять на практике коммуникационные технологии с учетом компонентов эмоционального интеллекта	Задание Проведите анализ образцов продукции СМИ в контексте их психологической эффективности на предмет их соответствия целям и задачам коммуникации.
ПКП-3: Способность разрабатывать контент-стратегию, писать тексты и подбирать иллюстрации, проверять контент на соответствие требованиям канала, анализировать эффективность контента на основе веб-аналитики	1. Разрабатывает контент-стратегию издания для определения конкурентных преимуществ продукции СМИ	знать: содержание и этапы разработки контент-стратегии издания уметь: определять конкурентные преимущества продукции СМИ	Задание Разработать контент-стратегию нового нестандартного корпоративного СМИ крупного медиахолдинга с целью формирования имиджа издания, соответствующего архетипам «Творец» и «Маг». Цель создания нового корпоративного СМИ – организация площадки сбора идей сотрудников медиахолдинга, развития их креативности, формирования креативных проектных команд. Обоснуйте свое решение.
	2. Обосновывает выбор визуальных элементов материала для привлечения внимания к продукции СМИ	знать: условия, правила и техники аргументации при обосновании выбора визуальных элементов материала для продукции СМИ уметь: применять техники аргументации и контраргументации при обосновании и обсуждении выбора визуальных элементов материала для продукции СМИ	Задание На основании описанной ситуации проведите презентацию и защиту нового фирменного стиля издания стейкхолдерам. Обоснуйте представленное решение. Приведите аргументы для убеждения оппонентов в правильности предложенного вами дизайнерского решения.
	3. Анализирует	знать: способы и	Задание

	эффективность контента и определяет рекомендации по их корректировке	инструменты анализа и оценки эффективности контента в соответствии с целями и задачами уметь: анализировать контент и оценивать его эффективность, проводить корректировку исходного контента на основе оценки его соответствия поставленным целям и задачам	По представленным и перечню задач (например, формированию и укреплению традиционных ценностей в обществе) и образцу медиапродукта, с помощью которого планируется их реализовать, проведите анализ контента и осуществите его корректировку для реализации поставленных целей и задач. Обоснуйте свое предложение.
Профиль «Интегрированные коммуникации» Способность диагностировать проблемы в процессе управления коммуникациями организации-объекта и обосновывать рекомендации по изменению ситуации (ПКП-1)	1. Определяет задачи и методы диагностики коммуникаций организации-объекта	знать: методы диагностики внешних и внутренних коммуникаций организации-объекта уметь: на практике осуществлять выбор необходимого метода диагностики коммуникаций организации-объекта и проводить ее	Задание В соответствии с заданным кейсом на основании имеющихся знаний выберите метод и проведите диагностику внутриорганизационных коммуникаций на предмет выявления характера и места возникновения коммуникационных барьеров
	2. Анализирует выявленные проблемы в коммуникациях организации-объекта	знать: методы анализа коммуникационных проблем организации-объекта уметь: проводить анализ выявленных проблем в коммуникациях организации-объекта	Задание Проведите анализ образцов внутренней документации, связанной с реализацией бизнес-процессов организации - Интернет-издательства -, а также проанализируйте коммуникацию руководителя и сотрудников редакции. Выявите очевидные и определите возможные коммуникационные проблемы, влияющие на результативность работы редакции.

	3.Предлагает критерии и способы достижения целевого состояния коммуникаций организации-объекта	знать: критерии и технологии управления изменениями в контексте коммуникаций организации-объекта уметь: осуществлять на практике управление изменениями с целью достижения целевого состояния коммуникаций организации-объекта	Задание На основании результатов анализа выявленных коммуникационных проблем и заданных параметров системы организационных коммуникаций разработайте пошаговый план коммуникационной трансформации, целью которого является достижение целевого состояния коммуникаций организации.
Профиль «Интегрированные коммуникации» Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией-объектом (ПКП-2)	1.Совершенствует процессы управления коммуникациями организации-объекта	знать: медиативные технологии уметь: применять на практике медиативные технологии в процессах управления коммуникациями организации-объекта	Задание В ситуационной игре «2 непримиримых проектных команды» подготовьте и проведите медиативную сессию, целью которой - разрешить конфликтную ситуацию, связанную с ограниченными финансовыми ресурсами, между проектными командами, занятыми подготовкой, проведением и коммуникационной поддержкой специального мероприятия для Клиента
	2.Определяет ключевые послания, аудитории, коммуникационные активности и результаты	знать: способы сегментирования аудитории, выбора параметров коммуникационного воздействия, прогнозирования результатов уметь: формировать и отбирать ключевые послания, аудиторию воздействия и прогнозировать его результаты	Задание Для крупного металлургического холдинга определите в соответствии с описанием кейса целевые аудитории трудового коллектива холдинга и разработайте несколько обращений Руководителя к членам коллектива с целью их мотивации к более ответственному и

			интенсивному труду.
	3.Координирует коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности организации-объекта	знать: методы и инструменты анализа соответствия коммуникационной стратегии и стратегии основной деятельности организации уметь: координировать коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности организации-объекта	Задание Проанализируйте представленные документы: Стратегию развития организации и Коммуникационную стратегию, разработанную Коммуникационным агентством. При выявленном несоответствии предложите меры по корректировке предложенной коммуникационной стратегии в целях обеспечения эффективной реализации стратегии организации

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие медиации
2. Медиация как междисциплинарная область.
3. Цели и задачи медиации.
4. Терминологический аппарат в сфере медиативных технологий
5. Принципы и инструменты медиации.
6. Правовые основы регулирования медиативной деятельности в Российской Федерации.
7. Бизнес-медиация
8. Политическая медиация.
9. Роль коммуникации в процессе медиации
10. Медиативный поход как деятельностный подход, основанный на навыках позитивного осознанного общения.
11. Процедура медиации.

12. Особенность коммуникативной позиции медиатора.
13. Коммуникативный навык медиатора – работа с информацией
14. Понятие «управление коммуникациями».
15. Способы урегулирования конфликтов в политической и бизнес-медиации
16. Коммуникационные технологии в современной информационной среде.
17. Формы деловой коммуникации, применяемые в процессе медиации.
18. Деловая переписка – официально-деловой стиль и правила речевого этикета.
19. Основные этапы межличностной коммуникации.
20. Проектирование алгоритма эффективной коммуникации с учетом компонентов эмоционального интеллекта
21. Построение коммуникации с использованием вербальных и невербальных средств.
22. Техники речи, активного слушания.
23. Классические риторические традиции в современной коммуникативной практике.
24. Коммуникативно-речевые стратегии и тактики в процедуре медиации.
25. Понятие коммуникативной эффективности. Построение эффективной обратной связи.
26. Условия эффективной межкультурной коммуникации.
27. Этические аспекты деятельности медиатора
28. Кодексы медиатора: Европейский кодекс для поведения медиатора. Кодекс медиаторов России.
29. Кодексы профессиональной этики: Кодекс профессиональной этики Ассоциации Коммуникационных Агентств России, Российский Кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью, Лиссабонский кодекс (CEPR — Европейский кодекс профессионального поведения в области PR)
30. Деловые переговоры: типы переговоров, этапы подготовки и проведения, стратегии переговоров во внутренней и внешней среде организации.
31. Онлайн переговоры: преимущества и недостатки, перспективы использования формы.

32. Структура медиативных переговоров.
33. Процедуры переговоров.
34. Построение эффективной коммуникации в переговорном процессе.
35. Стратегии влияния: информирование, убеждение, манипулирование.
36. Мастерство постановки вопроса, аргументации. Техника работы с возражениями. Средства убеждения. Техника подведения итога.
37. Влияние национально-культурного контекста на коммуникации, переговорный процесс
38. Определение интересов и потребностей сторон переговорного процесса.
39. Алгоритмы конструктивного взаимодействия в переговорном процессе.
40. Воздействие медиатекста на различные типы аудитории
41. Современный текст в системе политических коммуникаций
42. Лингвистические особенности политических медиатекстов
43. Современный текст в системе бизнес-коммуникаций
44. Система современных публичных коммуникаций
45. Этические аспекты применения стратегии манипулирования
46. Российская практика разрешения споров с применением медиации
47. Каналы распространения информации, используемые современными средствами массовой информации
48. Руководитель - медиатор внутриорганизационных споров
49. Взаимосвязь стратегии развития организации и ее коммуникационной стратегии
50. Роль и место медиативной коммуникации в системе организационных коммуникаций.

Пример экзаменационного билета

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего
образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ» (Финансовый университет)

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса

Дисциплина «Медиация и искусство убеждения»

Факультет Социальных наук и массовых коммуникаций

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1 вопрос (20 баллов) Содержание понятия «Бизнес-медиация», область применения

2 вопрос (20 баллов) Способы построения эффективной коммуникации в переговорном процессе.

3 вопрос (20 баллов) Составьте тексты-обращения медиатора к представителям сторон медиативного процесса по решению спора между руководством СМИ и стейкхолдерами по вопросу стратегического развития этого СМИ. Объясните выбранную стилистику и лексико-грамматические ресурсы для эффективной коммуникации с различными сторонами медиативного процесса.

Подготовил:

_____ Сахарова Наталья Валерьевна

Утверждаю:

Заведующий кафедрой

массовых коммуникаций и медиабизнеса

_____ Молодцов Игорь Николаевич

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Понятие медиации
2. Медиация как междисциплинарная область.
3. Цели и задачи медиации.
4. Принципы и инструменты медиации.
5. Правовые основы регулирования медиативной деятельности в Российской Федерации.
6. Функции и задачи, основные компетенции лидера команды.
7. Роль коммуникации в процессе медиации
8. Медиативный подход как деятельностный подход, основанный на навыках позитивного осознанного общения.
9. Процедура медиации.
10. Особенность коммуникативной позиции медиатора.
11. Коммуникативный навык медиатора – работа с информацией
12. Понятие «управление коммуникациями».
13. Способы урегулирования конфликтов в политической медиации
14. Коммуникационные технологии в современной информационной среде.
15. Формы деловой коммуникации, применяемые в процессе медиации.
16. Основные этапы межличностной коммуникации.

17. Проектирование алгоритма эффективной коммуникации с учетом компонентов эмоционального интеллекта
18. Построение коммуникации с использованием вербальных и невербальных средств.
19. Техники речи, активного слушания.
20. Понятие коммуникативной эффективности. Построение эффективной обратной связи.
21. Условия эффективной межкультурной коммуникации.
22. Этические аспекты деятельности медиатора
23. Этические аспекты деятельности СМИ
24. Этапы разработки контент-стратегии издания
25. Визуальные образы в системе управления сознанием и поведением аудитории
26. Инструменты анализа и оценки эффективности контента
27. Деловые переговоры: типы переговоров, этапы подготовки и проведения, стратегии переговоров во внутренней и внешней среде организации.
28. Структура медиативных переговоров.
29. Процедуры переговоров.
30. Построение эффективной коммуникации в переговорном процессе.
31. Мастерство постановки вопроса, аргументации. Техника работы с возражениями. Средства убеждения. Техника подведения итога.
32. Развитие классических риторических традиций в современной коммуникативной практике.
33. Воздействие медиатекста на различные типы аудитории
34. Современный текст в системе политических и бизнес-коммуникаций
35. Влияние национально-культурного контекста на коммуникации, переговорный процесс
36. Определение интересов и потребностей сторон переговорного процесса.
37. Подготовка и проведение переговоров по организационному спору между внутренними субъектами с привлечением к процессу медиатора.
38. Алгоритмы конструктивного взаимодействия в переговорном процессе.
39. Функции и задачи, основные компетенции лидера команды.

40. Коммуникативная компетенция лидера команды в медиативном процессе.
41. Понятие конфликтогенности.
42. Способы урегулирования конфликтов.
43. Способы и современные подходы к оценке коммуникативной эффективности.
44. Информационная роль медиации.

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

Основная литература

1. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Инфра-М, 2023. — 286 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/19927. - ISBN 978-5-16-012074-4. — ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1914129> (дата обращения: 18.12.2024). — Текст : электронный.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542211> (дата обращения: 18.12.2024). — Текст : электронный.
3. Дягилев, В. В. Логика. Теория аргументации : учебное пособие / В.В. Дягилев, П.В. Разов. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 192 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1085524. - ISBN 978-5-16-016183-9. - ЭБС ZNANIUM. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1939091> (дата обращения: 18.12.2024). — Текст : электронный.
4. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19001-4. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555668> (дата обращения: 18.12.2024). — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

5. Бороздина, Г. В. Психология делового общения : учебник / Г.В. Бороздина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 320 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad88849c699f8.84103245. - ISBN 978-5-16-013292-1. – ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1970290> (дата обращения: 18.12.2024). - Текст : электронный.
6. Зайцев, Д. В. Теория и практика аргументации : учебное пособие / Д.В. Зайцев. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0926-3. – ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2137071> (дата обращения: 18.12.2024). - Текст : электронный.
7. Иванова, И. С. Этика делового общения : учебное пособие / И.С. Иванова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 168 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2086. - ISBN 978-5-16-008998-0 - ЭБС ZNANIUM. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/2107433> (дата обращения: 18.12.2024). – Текст : электронный.
8. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 460 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15321-7. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536170> (дата обращения: 18.12.2024). — Текст : электронный.

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

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Федеральная ЭБС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». — URL: <http://window.edu.ru>
2. Электронные ресурсы БИК:
 - Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
 - Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
 - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>

- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Видеоотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления»: <http://eduvideo.online/>
- Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Henry Stewart Talks <https://hstalks.com/business/>
- Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
- Справочная правовая система «Консультант Плюс» <https://www.consultant.ru/>
- Справочная правовая система «ГАРАНТ» <https://www.garant.ru/>
- CNKI. Academic Reference <https://ar.oversea.cnki.net/>
- CNKI. China Academic Journals Full-text Database <https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ>
- JSTOR Arts & Sciences I Collection <http://jstor.org>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
- Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer: <http://link.springer.com/>
- База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины утверждены Приказом Финансового университета от 11.05.2021 №1040/о «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию и организации самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

Методические рекомендации по написанию контрольной работы

Для выполнения КР необходимо изучить рекомендованную литературу и тематические интернет-источники и использовать знания, навыки, полученные в процессе выполнения практических заданий на семинарах. Необходимо выполнить КР в соответствии с указаниями, сдать работу, оформленную по ГОСТу Р 7.05-2008 в электронном виде в указанные сроки. Приложения могут

содержать фото-, аудио-, видеоматериалы, программные продукты, объекты. Контрольная работа выполняется индивидуально.

Контрольная работа

Анализ приемов медиации в российских семейных бизнесах

Задание: на основании открытых источников, включая информационные ресурсы ассоциации медиаторов, государственных учреждений, общественных структур, бизнес-сообществ, средств массовой информации, социальных сетей, провести анализ используемых приемов медиации в семейных бизнесах России. Дать свою оценку. Обосновать свою точку зрения.

Требования к оформлению контрольной работы содержатся в отдельном документе «Методические рекомендации по написанию контрольной работы по дисциплине «Медиация и искусство убеждения».

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

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Astra Linux, LibreOffice, Windows.
2. Антивирус Kaspersky

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используются

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

Материально-технические условия проведения лекционных занятий обеспечиваются аудиториями, оснащенными компьютерами на платформе Intel, проекторами, а также маркерными досками.

Материально-технические условия проведения практических занятий обеспечиваются компьютерные классы, оснащенные персональными компьютерами (компьютер, проектор, экран) на платформе Intel (AMD или аналогичной), выделенными серверами на платформе Intel (AMD), объединенные в локальную сеть университета и имеющие доступ к глобальной сети Интернет оборудованных проектором. Презентационная техника.