

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

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

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

УТВЕРЖДАЮ

Проректор  
по учебной и методической работе

\_\_\_\_\_  
(подпись) Е.А. Каменева  
«1» декабря 2023 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 № 37 от 24.11.2023 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного  
Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса  
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций  
(протокол № 2 от 27.10.2023 г.)*

Москва 2023

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

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

**Департамент 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 2023

## 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
<b>ОП «Реклама и связи с общественностью», Профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика», 2021</b>			
<b>ОПК-1</b>	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и/или коммуникационные медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	1. Создает медиатексты в письменной, аудиальной, визуальной форме в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	<b>знать:</b> принципы создания и специфику организации медиатекстов для эффективной коммуникации в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем <b>уметь:</b> применять на практике основные принципы создания медиатекстов для обеспечения эффективной коммуникации в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем, учитывать специфику их организации
		2. Корректирует созданные коммуникационные медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	<b>знать:</b> способы анализа медиапродуктов и правила их корректировки в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем <b>уметь:</b> корректировать коммуникационные медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем
<b>ОПК-7</b>	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам	1. Учитывает индивидуальную и коллективную ответственность перед обществом за результаты профессиональной	<b>знать:</b> нормы профессиональной этики в контексте индивидуальной и коллективной ответственности перед социумом за результаты своей

	социальной ответственности	деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами	профессиональной деятельности <b>уметь:</b> соблюдать индивидуальную и способствовать соблюдению коллективной ответственности перед обществом за результаты профессиональной деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами
		2. Следует кодексу профессиональной этики, регулирующему способы достижения целей социально одобряемыми методами	<b>знать:</b> кодексы профессиональной этики в сфере рекламы и связей с общественностью <b>уметь:</b> применять на практике принципы профессиональной этики при решении профессиональных задач
ОП «Реклама и связи с общественностью», профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» 2022 г.п.			
ПКП-1	Способность организовать доставку продукции СМИ через разные каналы дистрибуции	1. Организует мониторинг эффективности каналов для дистрибуции продукции СМИ.	<b>знать:</b> методы и технологии проведения мониторинг эффективности каналов для дистрибуции продукции СМИ <b>уметь:</b> организовывать мониторинг эффективности каналов для дистрибуции продукции СМИ
		2. Обосновывает выбор каналов дистрибуции в показателях коммуникационной и экономической эффективности.	<b>знать:</b> каналы дистрибуции, показатели коммуникационной и экономической эффективности <b>уметь:</b> обосновывать выбор каналов дистрибуции
		3. Проводит мониторинг процесса доставки продукции СМИ и оценивает реакции аудитории.	<b>знать:</b> процесс доставки продукции СМИ <b>уметь:</b> проводить мониторинг процесса доставки продукции СМИ и оценивать реакции аудитории
ПКП-3	Способность разрабатывать контент-стратегию, писать тексты и подбирать иллюстрации, проверять контент на соответствие	1. Разрабатывает контент-стратегию издания для определения конкурентных преимуществ продукции СМИ.	<b>знать:</b> способы и технологии разработки контент стратегии издания <b>уметь:</b> разрабатывать контент-стратегию издания для определения конкурентных преимуществ продукции СМИ

	требованиям канала, анализировать эффективность контента на основе веб-аналитики	2. Обосновывает выбор визуальных элементов материала для привлечения внимания к продукции СМИ.	<b>знать:</b> методы и способы привлечения внимания к продукции СМИ <b>уметь:</b> обосновывать выбор визуальных элементов материала для привлечения внимания к продукции СМИ
		3. Анализирует эффективность контента и определяет рекомендации по корректировке.	<b>знать:</b> методы анализа эффективности контента <b>уметь:</b> анализировать эффективность контента и определять рекомендации по корректировке
ОП «Реклама и связи с общественностью» профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» (очная форма обучения), ИОО, профиль: «Медиаинновации» (очно-заочная форма обучения), 2023 г.п.			
Профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» (очная форма обучения), 2023			
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	<b>знать:</b> основы управления коммуникациями для создания и развития целевого образа СМИ, стратегии влияния в коммуникации с ключевыми стейкхолдерами <b>уметь:</b> 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	<b>знать:</b> современные коммуникационные технологии, систему управления сознанием и поведением аудитории <b>уметь:</b> 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	1. Разрабатывает контент-стратегию издания для определения конкурентных преимуществ продукции СМИ	<b>знать:</b> содержание и этапы разработки контент-стратегии издания <b>уметь:</b> определять конкурентные преимущества продукции СМИ
		2. Обосновывает выбор визуальных элементов материала для привлечения	<b>знать:</b> условия, правила и техники аргументации при обосновании выбора визуальных элементов

	эффективность контента на основе веб-аналитики	внимания к продукции СМИ	материала для продукции СМИ <b>уметь:</b> применять техники аргументации и контраргументации при обосновании и обсуждении выбора визуальных элементов материала для продукции СМИ
		3. Анализирует эффективность контента и определяет рекомендации по их корректировке	<b>знать:</b> способы и инструменты анализа и оценки эффективности контента в соответствии с целями и задачами <b>уметь:</b> анализировать контент и оценивать его эффективность, проводить корректировку исходного контента на основе оценки его соответствия поставленным целям и задачам
<b>ПКП-2 профиль «Медиаинновации»</b>	Способность адаптировать глобальные медиаинновации в региональных медиакультурах с учетом правовых и этических норм регулирования	1. Организует информационную систему по мониторингу изменений в регулировании норм региональной практики медиакommunikаций	<b>знать:</b> нормы региональной практики медиакommunikаций, способы создания информационной системы по мониторингу <b>уметь:</b> организовывать информационную систему по мониторингу изменений в регулировании норм региональной практики медиакommunikаций
		2. Разрабатывает и реализует решения по внедрению инноваций в практике медиакommunikаций	<b>знать:</b> современные коммуникационные технологии, систему управления сознанием и поведением аудитории <b>уметь:</b> применять на практике коммуникационные технологии с учетом компонентов эмоционального интеллекта
		3. Планирует развитие компетенций команды медиапроекта	<b>знать:</b> современные коммуникационные технологии, систему управления сознанием и поведением аудитории <b>уметь:</b> применять на практике коммуникационные технологии с учетом компонентов эмоционального интеллекта

<b>ПКП-3      профиль «Медиаинновации»</b>	Способность управлять инновационным медиапроектом, работать с инфраструктурой инновационной деятельности, инициировать партнерские проекты и интегрироваться в государственные программы развития	1. Применяет технологии инновационного менеджмента в процессах управления работами и проектом	<b>знать:</b> технологии инновационного менеджмента <b>уметь:</b> применять на практике технологии инновационного менеджмента в процессах управления работами и проектом
		2. Использует процедуры вовлечения внешних ресурсов для масштабирования проектной деятельности в сфере медиакоммуникаций	<b>знать:</b> процедуры вовлечения внешних ресурсов для масштабирования проектной деятельности <b>уметь:</b> использовать процедуры вовлечения внешних ресурсов для масштабирования проектной деятельности в сфере медиакоммуникаций
		3. Измеряет коммуникационную и экономическую эффективность инновационного медиапроекта	<b>знать:</b> методы и инструменты измерения коммуникационной и экономической эффективности <b>уметь:</b> измерять коммуникационную и экономическую эффективность инновационного медиапроекта

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиация и искусство убеждения» входит в общепрофессиональный цикл направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, ОП «Реклама и связи с общественностью», профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» 2021 года приема и в элективную часть профиля «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» 2022, 2023 года приема; профиль «Медиаинновации» (очно-заочной формы обучения) 2023 года приема.

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», 2021		Реклама и связи с общественностью профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика», очная форма обучения, 2022, 2023	
	Всего (в з/е и часах)	Семестр 4 (в часах)	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>4/144</b>	<b>144</b>	<b>3/108</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>26</b>	<b>26</b>
Лекции	16	16	12	12
Семинары, практические занятия	34	34	14	14
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>94</b>	<b>94</b>	<b>82</b>	<b>82</b>
Вид текущего контроля	Эссе	Эссе	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен	Зачет	Зачет

**ИОО, профиль: «Медиаинновации»  
(очно-заочная форма обучения), 2023 г.п.**

Таблица 2

Вид учебной работы по дисциплине/ направление подготовки	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>3/108</b>	<b>3/108</b>
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	<b>32</b>	<b>32</b>
Лекции	8	8
Семинары, практические занятия	24	24
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>76</b>	<b>76</b>
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

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

**5.1. Содержание дисциплины**



## **Тема 1. Медиация. Понятие, цели, принципы**

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.

## **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. 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					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа* - Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции и	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Медиация. Понятие, цели, принципы	22/18	6/4	2/2	4/2	16/14	Доклад, групповая дискуссия
2.	Тема 2. Медиативный подход и процедура медиации. Коммуникативные навыки медиатора.	26/26	6/4	2/2	4/2	20/22	Анализ кейсов, групповая дискуссия, деловая игра

3.	Тема 3. Управление коммуникациями.	30/18	10/4	4/2	6/2	20/14	Групповая дискуссия, интерактивные задания
4.	Тема 4. Эффективная медиа-коммуникация	26/18	16/8	4/4	12/4	10/10	Решение кейсов, ситуационных заданий, разработка мини-проектов
5.	Тема 5. Переговоры как вид деловой коммуникации	40/28	12/6	4/2	8/4	28/22	Анализ кейсов, деловая игра
	<b>В целом по дисциплине</b>	<b>144/108</b>	<b>50/26</b>	<b>16/12</b>	<b>34/14</b>	<b>94/82</b>	<b>Согласно учебному плану: эссе/контрольная работа</b>
	Итого %	<b>100</b>	<b>35/24</b>	<b>32/46</b>	<b>68/54</b>	<b>65/76</b>	

**ИОО, профиль: «Медиаинновации» (очно-заочная форма обучения)**

Таблица 2

№	Наименование тем (разделов) дисциплины						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа*- Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции и	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Медиация. Понятие, цели, принципы	24	6	2	4	18	Доклад, групповая дискуссия
2.	Тема 2. Медиативный подход и процедура медиации. Коммуникативные навыки медиатора.	24	6	2	4	18	Анализ кейсов, групповая дискуссия, деловая игра
3.	Тема 3. Управление коммуникациями.	20	6	2	4	14	Групповая дискуссия, интерактивные задания
4.	Тема 4. Эффективная медиа-коммуникация	20	6	2	4	14	Решение кейсов, ситуационных заданий, разработка мини-проектов
5.	Тема 5. Переговоры как вид деловой коммуникации	20	8	-	8	12	Анализ кейсов, деловая игра
	<b>В целом по дисциплине</b>	<b>108</b>	<b>32</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>76</b>	<b>Согласно учебному плану: контрольная работа</b>

	Итого %		30%	25%	75%	70%	
--	---------	--	-----	-----	-----	-----	--

\*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
<b>Тема 1. Медиация. Понятие, цели, принципы</b>	<p>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.</p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1,4,5,7,8  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	Доклад, групповая дискуссия
<b>Тема 2. Медиативный подход и процедура медиации. Коммуникативные навыки медиатора.</b>	<p>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.</p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1,4,5,7,8  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	Анализ кейсов, групповая дискуссия, деловая игра
<b>Тема 3. Управление коммуникациями.</b>	<p>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.</p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1,3,4,5,6,7,8  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	Групповая дискуссия, интерактивные задания
<b>Тема 4. Эффективная медиа-коммуникация</b>	<p>Технология создания медиатекстов и визуальных образов для 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.</p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> 1,2,5,7  <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> все источники</p>	Решение кейсов, ситуационных заданий, разработка мини-проектов

<b>Тема 5.</b> <b>Переговоры как вид деловой коммуникации</b>	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.  <b>Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,2,7,8</b> <b>Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники</b>	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
<b>Тема 1. Медиация.</b> <b>Понятие, цели, принципы</b>	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)	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
<b>Тема 2. Медиативный подход и процедура медиации.</b> <b>Коммуникативные навыки медиатора.</b>	Современные информационно-коммуникационные технологии. Русскоязычные информационные ресурсы по вопросам медиации, включая законодательные базы. Способы анализа и интерпретации информации. Функции и задачи, основные компетенции лидера команды.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - подготовка к контрольной работе; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
<b>Тема 3. Управление коммуникациями.</b>	Официально-деловой стиль и правила речевого этикета. Компоненты эмоционального интеллекта. Типологии личности. Особенности межкультурной коммуникации. Понятие конфликтности. Способы урегулирования конфликтов. Способы и	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме

	современные подходы к оценке коммуникативной эффективности.	
<b>Тема 4. Эффективная медиа-коммуникация</b>	Понятие коммуникационной эффективности, эффективной медиа-коммуникации. Способы и современные подходы к оценке коммуникативной эффективности. Этические аспекты деятельности СМИ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой;</li> <li>- подготовка к дискуссии по теме;</li> <li>- поиск информации в сети Интернет по заданной теме</li> </ul>
<b>Тема 5. Переговоры как вид деловой коммуникации</b>	Этапы переговорного процесса. Определение интересов и потребностей сторон. Алгоритмы конструктивного взаимодействия в переговорном процессе.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с учебной, научной и справочной литературой;</li> <li>- подготовка к дискуссии по теме;</li> <li>- подготовка к деловой игре;</li> <li>- поиск информации в сети Интернет по заданной теме</li> </ul>

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

### Примерные темы эссе

1. Роль вербальной коммуникации в медиативных переговорах
2. Восприятие и коммуникация в медиации
3. Роль невербальной коммуникации в медиативных переговорах
4. Коммуникативная компетентность медиатора
5. Медиация как альтернативный метод разрешения споров.
6. Исследование интересов и потребностей сторон медиативных переговоров
7. Онлайн переговоры: преимущества и недостатки, перспективы использования формы.
8. Речевая манипуляция на переговорах и способы ее распознавания и нейтрализации.
9. Техники противодействия манипуляциям и примеры их применения медиатором
10. Коммуникации в бизнес-медиации
11. Роль навыка словесной импровизации медиатора
12. Роль обратной связи в процессе медиации
13. Тайминг процесса медиации: роскошь или необходимость?
14. Влияние особенностей межкультурной коммуникации на организацию и реализацию процесса медиации
15. Способы повышения эффективности обработки информации

16. Способы установления контакта с участниками медиативных переговоров
17. Этическая компетентность как неотъемлемое требование к компетенциям медиатора
18. Работа с конфиденциальной информацией
19. Компоненты эмоционального интеллекта, влияющих на эффективность коммуникации
20. Коммуникативные средства убеждения оппонента
21. Воздействие медиатекста на различные типы аудитории
22. Современный текст в системе политических коммуникаций
23. Современный текст в системе бизнес-коммуникаций
24. Система современных публичных коммуникаций
25. Этические аспекты применения стратегии манипулирования
26. Современное СМИ как инструмент управления социумом
27. СМИ как конфликтоген современного информационного общества
28. Корпоративное СМИ как площадка внутрикорпоративной медиации

### **Примерные темы контрольной работы**

1. Анализ особенностей политических медиатекстов в период избирательных кампаний
2. Проектирование алгоритма эффективной коммуникации главы избирательного штаба с членами команды
3. Проектирование алгоритма эффективной коммуникации руководства СМИ со стейкхолдерами
4. Анализ медиапродуктов политической партии
5. Анализ медиапродуктов корпоративного издания
6. Анализ приемов политической медиации в России

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
<b>Профиль "Общественно-политическая и бизнес-журналистика"</b>			
<b>ОПК-1:</b> Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и/или коммуникационные медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	1. Создает медиатексты в письменной, аудиальной, визуальной форме в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	<b>знать:</b> принципы создания и специфику организации медиатекстов для эффективной коммуникации в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем <b>уметь:</b> применять на практике основные принципы создания медиатекстов для обеспечения эффективной коммуникации в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем, учитывать специфику их организации	<b>Задание</b> Создать текст для подкаста выбранной политической партии с целью привлечения молодежи в возрасте до 25 лет к участию в экологическом проекте, реализуемом партией.



	2. Корректирует созданные коммуникационные медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	<b>знать:</b> способы анализа медиапродуктов и правила их корректировки в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем <b>уметь:</b> корректировать коммуникационные медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	<b>Задание</b> Провести анализ выбранного медиапродукта как объекта рекламы на соответствие заявленным коммуникационным целям и задачам. Внести необходимые корректировки в соответствии с нормами русского языка для повышения эффективности коммуникации.
<b>ОПК-7:</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	1. Учитывает индивидуальную и коллективную ответственность перед обществом за результаты профессиональной деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами	<b>знать:</b> нормы профессиональной этики в контексте индивидуальной и коллективной ответственности перед социумом за результаты своей профессиональной деятельности <b>уметь:</b> соблюдать индивидуальную и способствовать соблюдению коллективной ответственности перед обществом за результаты профессиональной деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами	<b>Задание</b> Найдите нормативные акты, регулирующие вашу профессиональную деятельность на территории Российской Федерации. Выделите наиболее значимые, на Ваш взгляд, статьи или пункты нормативного акта. Обоснуйте свою точку зрения.
	2. Следует кодексу профессиональной этики, регулирующему способы достижения целей социально одобряемыми методами	<b>знать:</b> кодексы профессиональной этики в сфере рекламы и связей с общественностью <b>уметь:</b> применять на практике принципы профессиональной этики при решении профессиональных задач	<b>Задание</b> В спорной ситуации при выполнении заказа крупного клиента совместно с другим агентством - участником профессионального рынка, вам было предложено увеличить прибыль обоих агентств за

			счет увеличения расценок клиенту в нарушение предварительных договоренностей с ним. Вас заверили, что клиент никогда не узнает о сговоре. Примите ли Вы предложение агентства? Почему? Обоснуйте свой ответ.
<b>Профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» (очная форма обучения), 2022 г.п.</b>			
Способность организовать доставку продукции СМИ через разные каналы дистрибуции (ПКП-1)	1. Организует мониторинг эффективности каналов для дистрибуции продукции СМИ.	<b>знать:</b> методы и технологии проведения мониторинга эффективности каналов для дистрибуции продукции СМИ <b>уметь:</b> организовывать мониторинг эффективности каналов для дистрибуции продукции СМИ	<b>Задание</b> Опишите особенности рекламного продукта, сделанного под региональный рынок. Какие элементы можно изменять, чтобы продукт был характерен для своего региона.
	2. Обосновывает выбор каналов дистрибуции в показателях коммуникационной и экономической эффективности.	<b>знать:</b> каналы дистрибуции, показатели коммуникационной и экономической эффективности <b>уметь:</b> обосновывать выбор каналов дистрибуции	<b>Задание</b> В малых группах опишите специфику применения информационно-коммуникационных технологий в условиях позиционирования на рынке нового бренда.
	3. Проводит мониторинг процесса доставки продукции СМИ и оценивает реакции аудитории.	<b>знать:</b> процесс доставки продукции СМИ <b>уметь:</b> проводить мониторинг процесса доставки продукции СМИ и оценивать реакции аудитории	<b>Задание</b> Рассмотрите эволюцию расширения функционала современных информационно-коммуникационных технологий в контексте их использования в политическом менеджменте.

Способность разрабатывать контент-стратегию, писать тексты и подбирать иллюстрации, проверять контент на соответствие требованиям канала, анализировать эффективность контента на основе веб-аналитики (ПКП-3)	1. Разрабатывает контент-стратегию издания для определения конкурентных преимуществ продукции СМИ.	<b>знать:</b> способы и технологии разработки контент стратегии издания <b>уметь:</b> разрабатывать контент-стратегию издания для определения конкурентных преимуществ продукции СМИ	<b>Задание</b> Выбрать сообщество в социальной сети. Составить контент-план для выбранного сообщества. Описать тематические блоки, а также тезисно дать информацию, которая будет там представлена.
	2. Обосновывает выбор визуальных элементов материала для привлечения внимания к продукции СМИ.	<b>знать:</b> методы и способы привлечения внимания к продукции СМИ <b>уметь:</b> обосновывать выбор визуальных элементов материала для привлечения внимания к продукции СМИ	<b>Задание</b> В малых группах разработайте проект по освещению политической проблемы в СМИ (на выбор).
	3. Анализирует эффективность контента и определяет рекомендации по корректировке.	<b>знать:</b> методы анализа эффективности контента <b>уметь:</b> анализировать эффективность контента и определять рекомендации по корректировке	<b>Задание</b> В малых группах опишите специфику применения информационно-коммуникационных технологий в условиях позиционирования на рынке нового бренда.

**Профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» (очная форма обучения), 2023**

<b>ПКП-2:</b> 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	<b>знать:</b> основы управления коммуникациями для создания и развития целевого образа СМИ, стратегии влияния в коммуникации с ключевыми стейкхолдерами <b>уметь:</b> проектировать алгоритм эффективной коммуникации, применять на практике стратегии влияния в коммуникации с ключевыми стейкхолдерами	<b>Задание</b> 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	<b>знать:</b> современные коммуникационные технологии, систему управления сознанием и поведением аудитории <b>уметь:</b> применять на практике коммуникационные технологии с учетом компонентов эмоционального интеллекта	<b>Задание</b> Проведите анализ образцов продукции СМИ в контексте их психологической эффективности на предмет их соответствия целям и задачам коммуникации.
<b>ПКП-3:</b> 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	<b>знать:</b> содержание и этапы разработки контент-стратегии издания <b>уметь:</b> определять конкурентные преимущества продукции СМИ	<b>Задание</b> 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	<b>знать:</b> условия, правила и техники аргументации при обосновании выбора визуальных элементов материала для продукции СМИ <b>уметь:</b> применять техники аргументации и контраргументации при обосновании и обсуждении выбора визуальных элементов	<b>Задание</b> На основании описанной ситуации проведите презентацию и защиту нового фирменного стиля издания стейкхолдерам. Обоснуйте представленное решение. Приведите

		материала для продукции СМИ	аргументы для убеждения оппонентов в правильности предложенного вами дизайнерского решения.
	3. Анализирует эффективность контента и определяет рекомендации по их корректировке	<b>знать:</b> способы и инструменты анализа и оценки эффективности контента в соответствии с целями и задачами <b>уметь:</b> анализировать контент и оценивать его эффективность, проводить корректировку исходного контента на основе оценки его соответствия поставленным целям и задачам	<b>Задание</b> 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.
<b>Профиль «Медиаинновации»</b> Способность адаптировать глобальные медиаинновации в региональных медиакультурах с учетом правовых и этических норм регулирования (ПКП-2)	1. Организует информационную систему по мониторингу изменений в регулировании норм региональной практики медиакоммуникаций	<b>знать:</b> нормы региональной практики медиакоммуникаций, способы создания информационной системы по мониторингу <b>уметь:</b> организовывать информационную систему по мониторингу изменений в регулировании норм региональной практики медиакоммуникаций	<b>Задание</b> Проведите анализ образцов продукции регионального СМИ в контексте их психологической эффективности на предмет их соответствия целям и задачам коммуникации.
	2. Разрабатывает и реализует решения по внедрению инноваций в практике медиакоммуникаций	<b>знать:</b> современные коммуникационные технологии, систему управления сознанием и поведением аудитории <b>уметь:</b> применять на практике коммуникационные технологии с учетом компонентов	<b>Задание</b> В малых группах разработайте проект по освещению политической проблемы в СМИ (на выбор).

		эмоционального интеллекта	
	3. Планирует развитие компетенций команды медиапроекта	<b>знать:</b> современные коммуникационные технологии, систему управления сознанием и поведением аудитории <b>уметь:</b> применять на практике коммуникационные технологии с учетом компонентов эмоционального интеллекта	<b>Задание</b> Разработайте проект интернет-кампании для бренда (на выбор).
<b>Профиль «Медиаинновации»</b> Способность управлять инновационным медиапроектом, работать с инфраструктурой инновационной деятельности, инициировать партнерские проекты и интегрироваться в государственные программы развития (ПКП-3)	1. Применяет технологии инновационного менеджмента в процессах управления работами и проектом	<b>знать:</b> технологии инновационного менеджмента <b>уметь:</b> применять на практике технологии инновационного менеджмента в процессах управления работами и проектом	<b>Задание</b> Рассмотрите эволюцию расширения функционала современных информационно-коммуникационных технологии в контексте их использования в политическом менеджменте.
	2. Использует процедуры вовлечения внешних ресурсов для масштабирования проектной деятельности в сфере медиакоммуникаций	<b>знать:</b> процедуры вовлечения внешних ресурсов для масштабирования проектной деятельности <b>уметь:</b> использовать процедуры вовлечения внешних ресурсов для масштабирования проектной деятельности в сфере медиакоммуникаций	<b>Задание</b> В малых группах проанализируйте коммуникативную стратегию лидера политической партии (на выбор).
	3. Измеряет коммуникационную и экономическую эффективность инновационного медиапроекта	<b>знать:</b> методы и инструменты измерения коммуникационной и экономической эффективности <b>уметь:</b> измерять коммуникационную и экономическую эффективность инновационного медиапроекта	<b>Задание</b> В группах сравните маркетинговые способы организации политического дискурса.

## **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 подход 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. Понятие коммуникативной эффективности. Построение эффективной обратной связи.
25. Условия эффективной межкультурной коммуникации.
26. Этические аспекты деятельности медиатора
27. Кодексы медиатора: Европейский кодекс для поведения медиатора. Кодекс медиаторов России.
28. 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)
29. Деловые переговоры: типы переговоров, этапы подготовки и проведения, стратегии переговоров во внутренней и внешней среде организации.
30. Онлайн переговоры: преимущества и недостатки, перспективы использования формы.
31. Структура медиативных переговоров.
32. Процедуры переговоров.
33. Построение эффективной коммуникации в переговорном процессе.
34. Стратегии влияния: информирование, убеждение, манипулирование.
35. Мастерство постановки вопроса, аргументации. Техника работы с возражениями. Средства убеждения. Техника подведения итога.
36. Влияние национально-культурного контекста на коммуникации, переговорный процесс
37. Определение интересов и потребностей сторон переговорного процесса.
38. Алгоритмы конструктивного взаимодействия в переговорном процессе.
39. Воздействие медиатекста на различные типы аудитории
40. Современный текст в системе политических коммуникаций
41. Лингвистические особенности политических медиатекстов
42. Современный текст в системе бизнес-коммуникаций
43. Система современных публичных коммуникаций
44. Этические аспекты применения стратегии манипулирования



45. Российская практика разрешения споров с применением медиации

46. Каналы распространения информации, используемые современными средствами массовой информации

### ***Пример экзаменационного билета***

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

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

Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса

Дисциплина «Медиация и искусство убеждения»

Факультет Социальных наук и массовых коммуникаций

### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

**1 вопрос (20 баллов)** Ключевые принципы и основные инструменты медиации.

**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:

Руководитель Департамента

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 поход 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.

## **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: 28.12.2023). — 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, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871> (дата обращения: 28.12.2023). — 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: 28.12.2023). – Текст : электронный.

4. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14347-8. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519929> (дата обращения: 28.12.2023). — 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: 28.12.2023). - Текст : электронный.
6. Зайцев, Д. В. Теория и практика аргументации : учебное пособие / Д.В. Зайцев. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. — 224 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-8199-0926-3. – ЭБС ZNANIUM. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1983270> (дата обращения: 28.12.2023). – 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: 28.12.2023). – Текст : электронный.
8. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 460 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15321-7. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511179> (дата обращения: 28.12.2023). — 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.com>
- 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/>
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Видеотека 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/>
- 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>

- Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
- 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 эссе**

Эссе – это прозаическое сочинение свободной композиции, объем которого, как правило, не превышает 5-7 страниц; выражающее индивидуальные впечатления, авторскую позицию по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного критического и творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей на заданную тему. Эссе по дисциплине является образовательным, его написание решает учебную задачу. Поэтому особенно важна обоснованность рассуждений, приведение аргументов, доказывающих авторскую позицию.

При написании эссе необходимо излагать авторскую позицию (собственную точку зрения) по проблеме в форме кратких тезисов, подкреплять доказательствами свои мысли и рассуждения, приводя аргументы.

Введение должно включать краткое изложение вашего понимания и подход к ответу на вопрос темы эссе. Рекомендуется дать краткие определения ключевых

терминов. Основная часть предполагает развитие вашей аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. Заключение может включать очень краткое изложение ваших основных аргументов.

Информационные источники должны содержать качественную и достоверную информацию, авторитетное мнение, данные, подкрепляющие авторский тезис или позицию, а производитель информации должен заслуживать доверие.

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

### **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 политической медиации в России***

Задание: на основании открытых источников, включая информационные ресурсы политических партий, государственных учреждений, общественных структур, средств массовой информации, социальных сетей, провести анализ используемых приемов политической медиации в 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.