

**Санкт-Петербургский филиал федерального государственного  
автономного образовательного учреждения высшего образования  
"Национальный исследовательский университет  
"Высшая школа экономики"**

Факультет Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента

Департамент менеджмента

**Рабочая программа дисциплины**

Методология коммуникаций: технологии воздействия

для направления 38.04.02 «Менеджмент» подготовки магистра, образовательная  
программа «Маркетинговые технологии»

Разработчик(и) программы  
Мельченко Е.Д., к.б.н.

Согласована начальником ОСУП

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201 г.

\_\_\_\_\_ [подпись]

Утверждена Академическим советом образовательной программы

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г., № протокола \_\_\_\_\_

Академический руководитель образовательной программы

\_\_\_\_\_ [подпись]

Санкт-Петербург, 201 \_\_\_\_

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями  
университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*

## 1. Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», обучающихся по магистерской программе «Маркетинговые технологии».

Программа разработана в соответствии с:

- 1) федеральными стандартами и стандартами НИУ ВШЭ, общей образовательной программой направления 38.04.02 – «Менеджмент» подготовки магистров <https://spb.hse.ru/data/2015/10/01/1102505241/38.04.02%20%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82.pdf>, обучающихся по магистерской программе «Маркетинговые технологии»,
- 2) образовательной программой «Маркетинговые технологии» по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент».
- 3) объединенным рабочим учебным планом НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», обучающимся по магистерской программе «Маркетинговые технологии».

## 2. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Методология коммуникаций: технологии воздействия» являются:

- ознакомление студентов с современными технологиями воздействия на человека как индивида и потребителей;
- формирование у студентов комплексного представления о методологиях коммуникаций и существующих технологиях воздействия.

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

### ***Знать:***

- виды технологий и мишени коммуникативного воздействия;
- методы воздействия в рекламе;
- методы выявления скрытого воздействия и методы защиты от нежелательного воздействия;
- терминологический аппарат.

### ***Уметь:***

- использовать полученные знания на практике;
- выбирать методы и мишени для коммуникативного воздействия на потребителей с учетом этических аспектов;
- грамотно выстраивать коммуникацию с потребителями;
- различать методы и цели воздействия в массовой рекламе и СМИ;

- выявлять и определять манипулятивное воздействие на человека как на индивида.

***Иметь навыки (приобрести опыт):***

- навыки подготовки эффективного коммуникативного сообщения и навыки адекватной реакции и защиты в случае разрушающего манипулятивного воздействия со стороны окружения.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	Код по ФГОС НИУ ВШЭ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
Способен к самостоятельному освоению новых методов исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей деятельности	СК-3	СД	Самостоятельно осуществляет поиск информации; формирует решение поставленной на обсуждение проблемы; самостоятельно изучает зарубежный и российский опыт управления маркетинговой деятельностью компании	Самостоятельн. разбор предложенной темы и подготовка доклада	Домашнее задание, аудиторная работа
Способен повышать свой интеллектуальный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры	СК-4	СД	Дает определение основным понятиям технологии воздействия; обосновывает свою точку зрения; оценивает другие мнения по обсуждаемой теме; использует представленные инструменты	Кейсы для самостоятельной работы и их обсуждение в группе	Домашнее задание, аудиторная работа

Компетенция	Код по ФГОС НИУ ВШЭ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
Способен представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада	ПК-14	РБ	Владеет профессиональным программным обеспечением для верстки научных текстов и подготовки презентационных материалов	Подготовка рекламных материалов по предлагаемому преподав. проекту	Домашнее задание, аудиторная работа
Способен обладать навыками публичных деловых и научных коммуникаций	ОК-6	МЦ	Выступает перед группой со своим решением поставленной проблемы; докладывает группе выполненную контрольную работу	Презентация работы по проекту	Домашнее задание, аудиторная работа

#### 4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Курс «Методология коммуникаций: Технологии воздействия» является курсом по выбору и предназначен для изучения в магистратуре НИУ ВШЭ по направлению «Менеджмент» на втором году обучения в рамках магистерской программы «Маркетинговые технологии». Он рассчитан на 152 часа (4 кредита).

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Введение в маркетинговые коммуникации,
- Маркетинговые коммуникации: теории, управление и практика.

#### 5. Тематический план учебной дисциплины

Курс рассчитан на 152 (4 кредита), 44 из них – аудиторные, включая 12 часов лекционного материала и 32 часа семинарской работы.

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы		Самостоятел. работа
			Лекции	Семинары	
1	Воздействие: Теоретические и практические проблемы.	24	2	4	18

2	Технологии коммуникативного воздействия. Виды мишеней. Безопасные технологии коммуникативного воздействия: информирование, убеждение, диалог	26	2	6	18
3	Относительно безопасные технологии коммуникативного воздействия: управление коммуникативной ситуацией, провокация, имитационные технологии ( мимикрия), технологии социальной ответственности.	26	2	6	18
4	Опасные технологии коммуникативного воздействия: технологии дезинформирования, псевдологические технологии (черная риторика), психологическое манипулирование, технологии психологического насилия.	26	2	6	18
5	Высокоопасные технологии коммуникативного воздействия: технологии социальной индукции, суггестивные технологии, нейролингвистическое программирование.	26	2	6	18
6	Методы защиты от манипулятивного воздействия. Результаты исследований в нейромаркетинге.	24	2	4	18
ИТОГО		152	12	32	108

## **6. Содержание дисциплины «Методология коммуникаций: Технологии воздействия»**

### ***Тема 1. Воздействие: Теоретические и практические проблемы.***

Место человека в физическом и биологическом мире. Структура сознания. Теория, методы, признаки, эффект, цель воздействия. Функции языка и речи: оценивание, нормирование, побуждение к действию. Речевое воздействие, цели. Сценарная модель речевого воздействия, контрсценарий, специальные речевые механизмы: синтез текста.

#### ***Пример практического занятия:***

Отработка использования речевых модулей в группе:

- проверка степени понимания;
- правило Сократа;
- программирование действий с подтверждением «хорошо»;
- отработка возражений присоединением и аргументирование;
- выбор без выбора.

### ***Тема 2. Технологии коммуникативного воздействия***

Модели преднамеренного и непреднамеренного воздействия. Понятие, виды и примеры мишеней воздействия (индивидуально-личностные, групповые, общественные). Классификация технологий коммуникативного воздействия. Безопасные технологии коммуникативного воздействия: информирование, убеждение, диалог. Технологии информирования: разъяснения (инструктивное, повествующее, рассуждающее). Технология убеждающей коммуникации, тезис, аргумент. Методы аргументирования.

### ***Пример практического занятия:***

Разбор структуры комплемента, говорим комплементы друг другу.

Подготовка убеждающей речи

<https://www.youtube.com/watch?v=5XFzn6LVg2c> - смотрим образец убеждающей речи. 15 минут на подготовку убеждающей речи, презентация речи для группы, оценка группой степени убеждения.

### ***Тема 3. Диалогические технологии***

Определение, характеристики, формы диалога ( разговор, собеседование, спор, полемика, диспут, дискуссия, симпозиум, комиссия, лекция)

### ***Пример практического занятия:***

Игра «Золотые орехи», цель достигнуть решения путем переговоров

### ***Тема 4. Относительно безопасные технологии коммуникативного воздействия.***

Управление коммуникативной ситуацией, провокация, имитационные технологии (мимикрия), технологии социальной ответственности. Коммуникативная мимикрия, мимикрия участников коммуникации, мимикрия функций коммуникаций. Организационная мимикрия. Товарная мимикрия (версия, копия, имитация). Маркетинговая мимикрия (подделка, клонирование, оживление). Технологии социальной ответственности: манипуляции на чувстве совести и стыда, на обязательствах, на чувстве вины, шантаж, взаимный обмен, апелляция к мнениям других людей, манипуляция с опорой на авторитеты. Способы защиты.

### ***Пример практического занятия:***

Рассматриваем принцип создания манипуляции на основе пирамиды логических уровней.

Задание студентам на желтом листке написать фразу с высокого логического уровня (Ты такой добрый человек, ты такая красавица...). На зеленом написать конкретные действия, к которым призывает манипулятор (закончить работу, сделать проект, вынести мусор). Собираем и обмениваемся листками, сшиваем манипуляцию, и передаем друг другу по цепочке, в ответ 4 варианта защиты.

Да, я согласен что это так, но по этому поводу у меня есть другое мнение ( другой вывод).

Да действительно это ко мне относится, но как это связано с тем, о чем вы спрашивали. (объясните я не понимаю, ставим под сомнение)

Используем контрманипуляцию ( Вы такой же....)

Используем отрицание ( Кто сказал что я ....?)

### ***Тема 5. Опасные технологии коммуникативного воздействия***

Псевдологические технологии (черная риторика), риторика, софизмы, возрождение риторики в современном обществе. Определение, принципы действия, формулировка тезиса в черной риторике, уловки черной риторики. способы защиты. Технологии психологического насилия (принуждение, ограничение, игнорирование, нападение), методы защиты.

### ***Пример практического занятия:***

Квест «Поиск кода».

Завод по производству квадратов разработал и организовал производство новых квадратов, провёл реорганизацию и переехал в новое здание, в связи с чем, в заводууправлении получилась неразбериха. Вы, сотрудники отдела рекламы, разработали рекламную компанию, которую представили вчера директору по маркетингу. РК ему очень понравилась и все материалы он положил в сейф под замок.

Вы планировали сегодня запустить рекламную компанию, однако, все материалы у директора в сейфе! На сейфе кодовый замок, директор вечером праздновал день рождения друга и сегодня не может ничего вспомнить, в том числе и код от сейфа. Сейф раньше стоял в другом отделе, возможно, кто-то из сотрудников владеет информацией о коде.

Задача найти код для сейфа.

Необходимо пройти от отдела к отделу, провести переговоры со специалистами, узнать слухи и найти человека, у которого есть код. Каждый специалист владеет слухами и имеет вещи/предметы, которые он может обменять на нужные ему.

## ***Тема 6. Высокотехнологичные коммуникативного воздействия. Методы защиты.***

### ***Понятия нейромаркетинга.***

Технологии социальной индукции, условия, агенты, приемы. Суггестивные технологии, методы внушения, внушение в рекламе, особенности восприятия информации человеком. Нейролингвистическое программирование, репрезентативные системы, принцип воздействия, свойства человеческой психики. Виды и формы защиты, принцип работы психологической защиты, специфическая, неспецифическая защита. Результаты исследований нейромаркетинга (влияние цвета, периферийного восприятия, эмоционального оформления ценников, воздействие эмоциональных фотографий, влияние запахов).

### ***Пример практического занятия. Тактические приемы защиты.***

Студентам предлагаются кейсы с различными техниками защиты, дается 15 минут на подготовку, они должны придумать ситуацию, разыграть и продемонстрировать предложенную им технику защиты.

#### ***Пример:***

##### **1. Техника испорченной пластинки**

В ответ на нападение адресат формулирует емкую фразу, содержащую важное сообщение нападающему или манипулятору. Эта фраза должна быть такой, чтобы ее можно было повторить несколько раз, не нарушая осмысленности разговора. В сущности, она должна даже несколько опережать разговор. Она должна содержать в себе то, к чему собеседники придут на третьем витке разговора. Они могли бы прийти к этому и на первом витке, если бы нападающий не был так взвинчен.

Применение техники «испорченной пластинки»:

Менеджер А. Ты совершенно напрасно распорядился взять человека из моего отдела для подготовки этой презентации!

Менеджер В. Это больше не повторится.

Менеджер А. Она мне самому нужна была сегодня, ты понимаешь? Ты поставил меня в трудное положение!

Менеджер В. Это больше не повторится.

Менеджер А. И вообще, почему ты считаешь, что можешь через мою голову распоряжаться моими сотрудниками?

Менеджер В. Это больше не повторится.

## 2. Нейтрализация уловки

а. Открыто обсудить вопрос о недопустимости использования манипуляций.

б. Применение уловки в разговоре

с. Разоблачение уловки, то есть раскрытие ее сути. Способ нейтрализации уловки будет эффективен, если удастся не только назвать используемую уловку «по имени», но и подробно объяснить окружающим ее предназначение и особенности применения в той или иной ситуации. В этом случае раскрытие уловки явно покажет ее автору, что противоположная сторона также вооружена знанием этих уловок и способна публично раскрывать их суть и в дальнейшем.

3. Прямое опровержение. Метод состоит в прямом опровержении различных доводов соперника. Без дополнительных мероприятий этот метод редко бывает эффективен. Прежде всего это связано с психологическими особенностями восприятия человека: разрушить созданный стереотип значительно сложнее, чем создать новый.

4. Перевод манипуляции в информационный диалог - прояснение позиции партнера и собственной позиции путем обмена вопросами и ответами, сообщениями и предложениями в бесстрастном и беспристрастном режиме поиска информации. Информационный диалог есть это разговор о существе дела. Эмоциональные подтексты игнорируются. В каждом обращении партнера отыскивается та суть, которая имеет отношение к обсуждаемому делу, все остальное опускается. Если партнер идет на обсуждение вопроса по существу, постепенно отказываясь от манипуляции, противостояние можно считать успешно завершенным: манипуляция оказалась преобразованной в информационное обсуждение.

## 5. Техники информационного диалога

Вопросы, направленные на прояснение сути дела:

«Что вы имеете в виду, когда говорите о...»

«Какие факты (условия, ограничения, преимущества и т.п.) вы имеете в виду?»

Вопросы, направленные на прояснение целей манипулятора:

«Почему вы спрашиваете у меня об этом именно сейчас?»

«Зачем ты говоришь мне об этом?»

Ответы и сообщения:

«Да, эта работа не была закончена в срок».

«Это было мое решение».



Предложения по существу дела:

«Предлагаю согласовать наши подходы до начала переговоров».

«Предлагаю обсудить факты».

Предложения ограничить область обсуждения:

«Предлагаю вернуться к существу дела».

«Предлагаю избегать личных комментариев в нашем обсуждении».

В наиболее трудных случаях могут использоваться также аварийные техники.

Отказ или отсрочка ответа:

«А почему это вас совершенно не заботят эти расходы?»

«Я вам отвечу на этот вопрос, но, если позволите, позже».

## 6. Техники конструктивной критики

а) Выражение сомнения в целесообразности:

«Боюсь, что в настоящее время это не является актуальной задачей для нашей фирмы».

«Вероятно, мы сможем вернуться к этому вопросу через год. Сейчас неподходящее время для диверсификации (распространения в новые регионы, построения колбасного модуля и т.п.)».

«Сотрудники этого профиля у нас уже набраны».

«Полагаю, что использование вашей идеи потребует неоправданных затрат».

б) Цитирование прошлого случая (ссылка на аналогичные события, ситуации и решения с описанием тех неблагоприятных последствий, к которым они привели):

«У нас был аналогичный случай месяц назад. К сожалению, оказалось, что такого рода заказы требуют привлечения дополнительных работников».

«Благодарю, мы уже сталкивались с иностранными специалистами. Они не всегда реалистичны. Требуется время, чтобы они адаптировались к российской реальности. Мы приняли решение пока обходиться отечественными кадрами».

с) Ссылка на три причины.

Сообщение о том, что предложение не может быть принято... по трем причинам.

Три причины - это веско. К тому же, они всегда есть.

## 7. Оценочные средства

### 7.1. Формы контроля знаний студентов

Вид контроля	Форма контроля	Модуль	Параметры
Текущий	Подготовка и презентация докладов по предложенной преподавателем теме	2 модуль	Презентация материала 15 минут, ответы на вопросы по теме от группы

	Контрольная работа по всему пройденному материалу	2 модуль, 8 неделя	Письменная работа два варианта по 20 вопросов, время выполнения 1 час 30 минут.
	Аудиторная работа	*	Участие в дискуссиях, разборе кейсов на практических занятиях
Итоговый	Экзамен	*	Устный экзамен 7 билетов по 2 вопроса

## 7.2. Критерии и шкалы оценки, примеры заданий

В процессе освоения курса предусмотрены следующие формы контроля:

- текущий – оценка выполнения контрольной работы, оценка за подготовку и презентацию доклада аудиторная работа;
- итоговый – экзамен (2 курс, 2 модуль).

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

*Текущий контроль* осуществляется в виде письменной контрольной работы, доклада, оценки за работу на аудиторных занятиях.

Необходимо выполнить контрольную работу по всему пройденному материалу. При выполнении контрольной работы студент должен продемонстрировать аналитические способности в поиске и анализе необходимой информации по конкретной теме, логично и структурировано выстроить свои мысли, уметь применить полученные знания в рамках лекционных и практических занятий. В контрольной работе проверяются теоретические знания по рассмотренным в рамках курса темам (Тема 1-6, см. Тематический план учебной дисциплины). Оценки по всем формам контроля выставляются по 10-ти балльной шкале, в тесте 2 варианта по 20 вопросов, все вопросы открытые. За каждый правильный ответ студент получает 0,5 балла. Безошибочное выполнение контрольной работы оценивается в 10 баллов, каждая допущенная ошибка снижает оценку на один балл. Если студент дал ответ на менее чем 10 вопросов работы, считается, что студент работу не сдал.

Для подготовки доклада студентам предлагается список тем. Студенты самостоятельно изучают отечественную и зарубежную литературу по теме и готовят устный доклад на 15 минут с презентацией, после чего отвечают на вопросы группы. Оценка за доклад определяется как средняя арифметическая оценка блоков 1-4 по 10-балльной шкале оценки по критериям, представленным в таблице ниже.

Критерии оценки доклада:

	Блок	Критерии	Оценка
1.	Оформление презентации	Шрифты, цветовая гамма, доступность для восприятия наличие инфографики	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
2.	Информационные источники	Число источников, соответствие теме, полнота охвата темы, год издания, наличие иностранных источников	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
3.	Полнота раскрытия заявленной темы	Полнота раскрытия, аргументация	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4.	Индивидуальный вклад студента, практическая значимость, оригинальность	Индивидуальный вклад студента, практическая значимость, оригинальность работы	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Итоговая оценка			Средняя арифметическая оценка блоков 1-4

Примечание – Оценка от 0 до 3 баллов означает, что работа полностью не соответствует (в основном не соответствует) критерию (ям); оценка от 4 до 5 баллов – работа частично соответствует критерию (ям); оценка от 6 до 7 баллов – работа в основном соответствует критерию(ям); оценка от 8 до 10 баллов – работа полностью соответствует критерию (ям).

Критерии оценки аудиторной работы. Оценивается посещаемость занятий, активность студента при выполнении заданий и разборе кейсов на практических занятиях.

*Итоговый контроль* осуществляется в форме экзамена. Экзамен проводится в виде устной беседы по темам, обозначенным в билете. Оценивается степень понимания вопросов. Оценки выставляются по 10-ти бальной шкале, в билете 2 вопроса. За каждый правильный ответ студент получает 5 баллов. Если студент не ответил ни на один вопрос, считается, что студент тест не сдал.

#### ***Тематика заданий текущего контроля:***

Вопросы для контрольной работы:

- 1) В чем заключаются методы воздействия на человека?
- 2) Чем отличается преднамеренное воздействие от непреднамеренного, ответ поясните?
- 3) В чем заключается сценарная модель речевого воздействия, что означает обработка текста с помощью контр сценария, приведите примеры? Приведите примеры речевого воздействия на человека.
- 4) Какие технологии коммуникативного воздействия можно отнести к опасным технологиям и почему?
- 5) Какие существуют методы в технологии информирования, перечислите и приведите примеры? В чем разница информирования, как способа управления и как способа обеспечения информацией?
- 6) Какие существуют формы диалога в чем они заключаются?
- 7) В чем заключается управление коммуникативной ситуацией, приведите примеры используемых приемов?
- 8) Для каких целей используются управленческие игры, приведите примеры?
- 9) В чем заключается провокативный маркетинг, приведите примеры?
- 10) Что такое маркетинговая мимикрия? Приведите примеры разных видов маркетинговой мимикрии.
- 11) Какую роль иллюзии и деформации смысла играют в социуме? Какие факторы порождают деформацию смысла?
- 12) Каковы постулаты «Черной риторики»? Насколько эффективны на ваш взгляд высказывания, построенные на основе ее принципов?
- 13) Чем является манипуляция? Приведите примеры позитивной и негативной манипуляции.
- 14) В чем состоит деструктивность технологий психологического насилия?
- 15) При каких условиях возникает явление социальной индукции, приведите примеры?

- 16) Какие приемы внушения используются в рекламе?
- 17) Почему НЛП популярно в современном обществе?
- 18) Почему невербальным средствам общения уделяется мало внимания в процессе коммуникации?
- 19) В чем заключается специфическая защита, перечислите основные формы?

**Примеры заданий итогового контроля (экзамена):**

На экзамене проверяются теоретические знания по рассмотренным в рамках курса темам

Экзаменационный билет №1

1. Перечислите существующие методы воздействия на человека, в чем они заключаются? Какие цели у коммуникативного воздействия? Что такое мишень коммуникативного воздействия, перечислите виды мишеней?
2. Приведите пример социальной индукции.

Экзаменационный билет №2

1. Чем отличается преднамеренное воздействие от непреднамеренного? Каковы признаки манипулятивного воздействия?
2. Приведите примеры позитивного и негативного манипулятивного воздействия.

Экзаменационный билет №3

1. Какие технологии коммуникативного воздействия относятся к безопасным и относительно безопасным, в чем они заключаются? В чем разница информирования, как способа управления и как способа обеспечения информацией?
2. Приведите примеры разных видов маркетинговой мимикрии.

Экзаменационный билет №4

- 1) Какие технологии коммуникативного воздействия относятся к опасным и высокоопасным, в чем они заключаются?
- 2) Приведите примеры различных типов коммуникативной мимикрии.

Экзаменационный билет №5

1. В чем суть технологий социальной ответственности, перечислите мишени для манипуляций, приведите примеры?
2. Перечислите виды диалога, приведите примеры.

Экзаменационный билет №6

1. В чем состоит явление социальной индукции, какие условия возникновения, кто является участником?
2. В чем заключается неспецифическая защита, в каких случаях возникает, приведите пример.

Экзаменационный билет №7

- 1) Каковы постулаты «Черной риторики»? Насколько эффективны, на ваш взгляд, высказывания, построенные на основе ее принципов?
- 2) В чем заключается специфическая защита, перечислите основные формы?

**Темы для подготовки докладов:**

- 1) Виды убеждающих воздействий.
- 2) Виды и уровни понимания.

- 3) Общественные и личностные координаты понимания.
- 4) Активное и пассивное потребление информации.
- 5) Невербальная коммуникация телесные знаковые системы.
- 6) Невербальная коммуникация иконические знаковые системы.
- 7) Среда как знаковая система.
- 8) Этические аспекты коммуникативного воздействия.
- 9) Управление скрытым смыслом.
- 10) Технология информирования.
- 11) Управление коммуникативной ситуацией.
- 12) Провокация, провокационный маркетинг.
- 13) Имитационные технологии.
- 14) Технологии социальной ответственности.
- 15) Дезинформирование .
- 16) Подчинение как атрибут общества.
- 17) Общественное мнение как мишень воздействия.
- 18) Самопродвижение.
- 19) Ложь как скрытое управление.
- 20) Конфликтогены и средства предотвращения агрессии.
- 21) Игнорирование как активное воздействие и самозащита.
- 22) Слухи в нашей жизни, методы создания и противодействие им.
- 23) Манипулирование и защита от манипуляций.

**Список проектов:**

- 1) Линейка средств по уходу за животными
- 2) Комплекс автоматической генерации бесконечного числа тестовых заданий по химии для старших классов – EdGenius.
- 3) Основы бизнеса для школьников
- 4) Прибор для определения глютена в муке
- 5) Система для обучения решению задач управления логистическим потоком внутри инфраструктуры умного города
- 6) Телематика для страховых компаний
- 7) Разработка миниатюрной автоматической станции для экспресс-диагностики методом ПЦР
- 8) Организация производства систем очистки сточных вод с датчиками контроля качества очистки с целью повторного использования очищенной воды
- 9) ЕГЭ Марафон
- 10) Персональная гидропонная ферма

**7.3. Порядок формирования оценок по дисциплине**

Итоговая оценка является суммой текущих оценок (посещаемость, работа на лекциях, текущий контроль), оценки за домашнее задание (доклад, работа над проектом) и оценка, полученная на экзамене. Итоговый экзамен проводится в форме устного ответа на теоретический и практический вопросы.

**Накопленная оценка** за текущий контроль по дисциплине рассчитывается следующим образом:

$$\begin{aligned} & \text{Онакопленная за текущий контроль} = \\ & = 0,3 \cdot \text{О Доклад} + 0,4 \cdot \text{О Контрольная работа} + 0,3 \cdot \text{О Работа над проектом} \end{aligned}$$

**Результирующая оценка по дисциплине** (которая идет в диплом) рассчитывается следующим образом:

$$\begin{aligned} \text{Результ} &= 0,5 \cdot \text{Онакопленная за текущий контроль} + 0,5 \cdot \text{О Итоговый экз, где:} \\ & \text{О Итоговый экз} - \text{оценка за итоговый экзамен} \end{aligned}$$

Способ округления накопленных, экзаменационных и результирующей оценок: арифметический, в пользу студента. (Это означает, что, если студент набирает, например, оценку 7,46 баллов, то по правилам округления он набирает 8 баллов).

Соответствие результирующей оценки по дисциплине по 10-балльной шкале оценке по 5-балльной шкале приведено в таблице ниже.

Оценка по 10-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
10	5 (отл.)
9	5 (оч.хор.)
8	
7	4 (хор.)
6	
5	3 (уд.)
4	
3	2 (неуд.)
2	
1	
0	

## 8. Образовательные технологии

Образовательные технологии, используемые при реализации учебной работы: лекции и практические занятия, разбор кейсов, командная работа, индивидуальные и групповые презентации, дискуссии и доклады.

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 9.1. Основная литература

Дзялошинский, И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии.

Монография / И.М. Дзялошинский. – М.: НИУ ВШЭ, 2016

Гавра Д.П. Основы теории коммуникации : Учебное пособие для вузов. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011.

Шейнов В.П. Искусство управлять людьми. – АСТ, 2006.

## 10. Рекомендации для студентов

Овладение знаниями по курсу «Методология коммуникаций: технологии воздействия» предполагает посещение лекций, практических занятий, проводимых под руководством преподавателя, а также активную самостоятельную работу, которая заключается в подготовке доклада по выбранной теме и работа с проектом. На первом занятии студенты выбирают тему доклада и дату его подготовки. Кромеэтого каждый студент выбирает проект с которым он работает в течение всего курса, встречается с автором проекта, выявляет потребности проекта в рекламных материалах. Получает информацию о потребителях, самостоятельно выбирает канал коммуникации (1-3), выбирает форму рекламного предложения, рекламный буклет (2-3 варианта), /видеоролик/структура и текст сайта. Разрабатывает материалы, проводит тестирование материалов (у специалистов, в студенческой среде, на группах потребителей). Для тестирования рекламных материалов в группе студентов выделено 2 практических занятия. Еще 2 практических занятия посвящается презентации и защите разработанных и утвержденных автором проекта рекламных материалов.

Кроме того, по окончании теоретической части курса предусмотрена контрольная работа по всем темам. Цель дисциплины - не только овладеть теоретическими знаниями в области коммуникаций, но и приобрести навыки построения коммуникаций с авторами проекта с целевой аудиторией потребителей..

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации на практические занятия и указания на самостоятельную работу. Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины, позволяют закрепить изученный материал, развить умения и навыки презентации, убеждения, технологий коммуникативного воздействия и защиты от нежелательного коммуникативного воздействия. Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает в конце практического занятия, выставляя в рабочий журнал текущие оценки. Студент имеет право ознакомиться с ними.

### **10.1. Рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы**

Самостоятельная работа может рассматриваться как организационная форма обучения – система педагогических условий, обеспечивающих управление учебной деятельностью по освоению знаний и умений в области учебной деятельности без посторонней помощи. Студенту нужно четко понимать, что самостоятельная работа – не просто обязательное, а необходимое условие для получения знаний по дисциплине и развитию компетенций, необходимых в будущей профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных на лекциях теоретических знаний;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развития познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- формирования практических (общеучебных и профессиональных) умений и навыков;

- развития исследовательских умений;
- получения навыков эффективной самостоятельной профессиональной (практической и научно-теоретической) деятельности.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа - планируемая учебная работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа, не предусмотренная программой учебной дисциплины, раскрывающей и конкретизирующей ее содержание, осуществляется студентом инициативно, с целью реализации собственных учебных и научных интересов.

Для более эффективного выполнения самостоятельной работы по дисциплине преподаватель рекомендует источники для работы, характеризует наиболее рациональную методику самостоятельной работы, демонстрирует ранее выполненные студентами работы и т. п.

Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать индивидуальные особенности студента.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов online и на занятиях в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы осуществляется в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине на семинарских занятиях.

## **11. Материально-техническое обеспечение дисциплины и информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения информационных справочных систем (при необходимости)**

Аппаратура для лекций и семинаров: проектор, экран, ноутбук с обязательным выходом в интернет, колонки, компьютерный класс для практикумов с выходом в интернет. Для отдельных занятий может потребоваться маркерная доска и цветные маркеры, листы бумаги формата А4, цветные фломастеры.

Аппаратура для просмотра видео-роликов: проектор, экран, ноутбук, колонки.

Программное обеспечение: Microsoft Office (Word, Power Point, Excel).

Текущее взаимодействие и контроль осуществляется преподавателем через интернет и по электронной почте



## **12. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

1) *для лиц с нарушениями зрения:* в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

2) *для лиц с нарушениями слуха:* в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

3) *для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:* в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.