


АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
"ЦЕНТР МЕТОДОЛОГИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ"

Утверждаю  
Генеральный директор

 Кушвид М.А.  
28.04.2026

дополнительная профессиональная программа повышения квалификации  
**«Стратегии влияния и убеждения в профессиональной коммуникации»**

г. Москва, 2026 год

## Содержание

<b>Раздел 1. Комплекс основных характеристик программы</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1. Пояснительная записка</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2. Нормативные правовые основания разработки программы</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3. Общая характеристика программы повышения квалификации</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4. Цель и задачи реализации программы</b> .....	<b>5</b>
<b>1.5. Планируемые результаты программы</b> .....	<b>5</b>
Трудовые действия: .....	6
Необходимые умения: .....	7
Необходимые знания: .....	7
<b>1.6. Требования к обучающимся</b> .....	<b>7</b>
<b>1.7. Форма и объем программы, режим занятий</b> .....	<b>8</b>
<b>1.8. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы</b> ..	<b>8</b>
<b>1.9. Содержание программы</b> .....	<b>8</b>
1.9.1. Учебный план .....	8
1.9.2. Календарный учебный график .....	9
1.9.3. Рабочие программы учебных предметов, курсов, дисциплин .....	9
<b>Раздел 2. Комплекс организационно-педагогических условий</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1 Условия реализации программы</b> .....	<b>12</b>
<b>2.2. Материально-техническое обеспечение</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3. Кадровое обеспечение</b> .....	<b>13</b>
<b>2.4. Формы аттестации и оценочные материалы</b> .....	<b>14</b>
<b>Критерии оценивания самостоятельной работы</b> .....	<b>16</b>
Оценка «зачтено» ставится, если: .....	16
Оценка «не зачтено» ставится, если: .....	16
Общие требования к самостоятельной работе .....	16
<b>2.5. Методические материалы</b> .....	<b>19</b>

## **Раздел 1. Комплекс основных характеристик программы**

### **1.1. Пояснительная записка**

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Стратегии влияния и убеждения в профессиональной коммуникации» (далее – программа) разработана с учетом актуальных требований к профессиональной деятельности специалистов, осуществляющих коммуникацию в публичной, деловой, социальной и медийной среде. Программа ориентирована на развитие компетенций, связанных с анализом смысловых конструкций, мифов, ценностных моделей, психологических сценариев и механизмов влияния, определяющих современную профессиональную коммуникацию.

Актуальность программы обусловлена тем, что в условиях высокой информационной плотности, цифровизации и конкуренции за внимание особую значимость приобретают навыки осознанного управления коммуникацией, распознавания механизмов убеждения, понимания культурных кодов, личностных сценариев и ценностных различий, влияющих на восприятие информации, доверие, репутацию и поведение аудитории. Для специалистов по связям с общественностью и менеджеров по связям с общественностью данные знания имеют прикладное значение в сфере формирования публичного образа, разработки коммуникационных стратегий, построения репутации, создания устойчивых нарративов и работы с различными целевыми аудиториями.

Программа носит междисциплинарный характер и объединяет подходы из области коммуникации, психологии, культурологии, символического анализа и социальной динамики. В рамках программы рассматриваются вопросы, связанные с ролью мифов и нарративов в формировании общественного сознания, личностными мифами и психологическими комплексами, культурными различиями в ценностных ориентациях, а также инструментами влияния в профессиональной коммуникации.

Содержание программы направлено на формирование у обучающихся способности:

- понимать, как мифы, символы и нарративы влияют на общественное восприятие;
- анализировать механизмы убеждения и эмоционального воздействия;
- учитывать культурные различия и ценностные модели в коммуникации;
- выявлять скрытые сценарии поведения и восприятия;
- применять полученные знания в сфере профессионального общения, связей с общественностью, публичных коммуникаций и управления репутацией.

Программа ориентирована на категорию обучающихся: специалисты по связям с общественностью, менеджеры по связям с общественностью, специалисты в сфере

коммуникаций, продвижения, медиа и публичного взаимодействия, а также иные специалисты, деятельность которых связана с построением эффективной профессиональной коммуникации.

## **1.2. Нормативные правовые основания разработки программы**

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее - Федеральный закон № 273-ФЗ);
- приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. №148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
- приказ Минобрнауки России от 24 марта 2025 г. № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Постановление Правительства Российской Федерации от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- Методические рекомендации по разработке профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов (утв. Министерством образования и науки РФ № ДЛ-1/05вн от 22.01.2015 г.);
- Приказ Минтруда РФ от 08.11.2023 № 790Н "Об утверждении профессионального стандарта "Маркетолог";
- «Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37).

## **1.3. Общая характеристика программы повышения квалификации**

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Стратегии влияния и убеждения в профессиональной коммуникации» направлена на совершенствование профессиональных компетенций специалистов по связям с общественностью и менеджеров по связям с общественностью в области анализа, проектирования и реализации коммуникационных стратегий. Программа носит междисциплинарный характер, сочетает психологический, культурологический и коммуникационный подходы и ориентирована на освоение современных механизмов влияния, убеждения, работы с мифами, ценностями, культурными кодами и особенностями восприятия аудитории. Освоение программы позволяет обучающимся применять полученные знания в сфере публичных коммуникаций, формирования репутации, управления образом, разработки коммуникационных сообщений и выстраивания эффективного профессионального взаимодействия.

#### **1.4. Цель и задачи реализации программы**

Цель программы - совершенствование профессиональных компетенций обучающихся в области стратегий влияния, убеждения и анализа коммуникационных процессов с использованием знаний о мифах, ценностях, культурных кодах и психологических механизмах восприятия.

Задачи программы:

1. Совершенствование компетенций в области анализа мифов, нарративов, символических конструкций и ценностных моделей как факторов, влияющих на общественное восприятие, формирование репутации и коммуникационное поведение целевых аудиторий.
2. Развитие умений выявлять и интерпретировать механизмы убеждения, эмоционального воздействия и смыслового позиционирования в профессиональной коммуникации с учетом целей коммуникационной деятельности, выявленных проблем и особенностей исследуемой аудитории.
3. Совершенствование компетенций в области анализа личностных мифов, психологических комплексов, поведенческих сценариев и особенностей самопрезентации, значимых для выстраивания эффективной профессиональной, публичной и репутационной коммуникации.
4. Формирование и развитие умений учитывать ценностные, культурные и кросс-культурные различия в коммуникации, применять модель культурной карты мира Рональда Инглхарта для анализа аудитории, адаптации сообщений и выбора стратегии взаимодействия с клиентами, партнерами и коллегами.

#### **1.5. Планируемые результаты программы**

В результате освоения программы обучающийся приобретает знания, умения и навыки, необходимые для качественного совершенствования профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, включая требования, установленные Профессиональным стандартом «Маркетолог» (Приказ Минтруда России от 08.11.2023 № 790н), а также квалификационными характеристиками

должности «Менеджер по связям с общественностью» (Постановление Минтруда России от 21.08.1998 № 37).

Программа направлена на качественное изменение (развитие и углубление) следующих профессиональных компетенций обучающегося.

В результате освоения программы обеспечивается переход:

- от базового уровня понимания коммуникационных процессов к способности системно анализировать коммуникационные процессы и выявлять механизмы влияния в профессиональной среде;
- от общего учета особенностей аудитории к способности учитывать культурные, ценностные и психологические особенности аудитории при построении и адаптации коммуникации;
- от фрагментарной постановки задач коммуникации к способности формулировать цели и задачи коммуникационного исследования на основе выявленных проблем и особенностей целевой аудитории;
- от использования отдельных инструментов коммуникации к способности осознанно применять инструменты профессиональной коммуникации, влияния и убеждения с соблюдением норм деловой этики;
- от интуитивного построения коммуникационных материалов к способности разрабатывать обоснованные коммуникационные материалы и стратегии с учетом культурных кодов, ценностей и механизмов восприятия аудитории.

Возможные наименования должностей, профессий:  
**менеджер по связям с общественностью, специалист по коммуникациям, маркетолог.**

В соответствии с Профессиональным стандартом «Маркетолог» (Приказ Минтруда России от 08.11.2023 № 790н) программа направлена на совершенствование профессиональных компетенций обучающихся в части выполнения трудовых функций, связанных с анализом рынка, поведения потребителей и разработкой коммуникационных решений, а также квалификационными характеристиками должности «Менеджер по связям с общественностью», предусматривающими необходимость знания методов организации связей с общественностью, умения выстраивать эффективное взаимодействие с различными целевыми аудиториями (Постановление Минтруда России от 21.08.1998 № 37).

**Трудовые действия:**

- выявление проблем и формулирование целей маркетинговых и коммуникационных исследований;
- анализ факторов, влияющих на поведение и восприятие целевой аудитории;
- участие в разработке коммуникационных решений и стратегий взаимодействия с целевой аудиторией;
- оценка эффективности коммуникационного воздействия и используемых инструментов.

### **Необходимые умения:**

- осуществлять постановку задач исследования исходя из целей, выявленных проблем и особенностей целевой аудитории;
- анализировать поведение потребителей и факторы, влияющие на принятие решений;
- применять методы анализа коммуникационных процессов и механизмов воздействия на аудиторию;
- учитывать особенности стратегии взаимодействия с клиентами в зависимости от типа рынка;
- использовать инструменты коммуникации и убеждения при решении профессиональных задач.

### **Необходимые знания:**

- основы анализа рынка и поведения потребителей;
- особенности кросс-культурного взаимодействия с клиентами, партнерами и коллегами;
- принципы построения коммуникационных стратегий;
- основы деловой и профессиональной этики;
- механизмы восприятия информации и принятия решений целевой аудиторией.

## **1.6. Требования к обучающимся**

К освоению программы допускаются:

- 1) лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- 2) лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

### 1.7. Форма и объем программы, режим занятий

Форма программы: заочная с использованием исключительно дистанционных технологий.

Объем программы: 20 академических часов.

Режим занятий: срок обучения - 1 неделя, режим обучения: 4 занятия в неделю.

### 1.8. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы

По результатам программы для лиц, успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть образовательной программы и (или) отчисленным из организации, осуществляющей образовательную деятельность, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому организацией, осуществляющей образовательную деятельность.

### 1.9. Содержание программы

#### 1.9.1. Учебный план

Название разделов	Количество ак. часов			Форма аттестации / контроля
	всего	теория	самостоятельная работа	
ТЕМА №1. 10 ПРЕСУППОЗИЦИЙ АРХИТЕКТУРЫ ПРАВДЫ	4,8	3,8	1,0	промежуточная аттестация
Тема №2. УПРАВЛЕНИЕ ЧЕРЕЗ МИФЫ	3,9	2,9	1,0	промежуточная аттестация
Тема №3. ЛИЧНОСТНЫЕ МИФЫ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПЛЕКСЫ	5,5	4,5	1,0	промежуточная аттестация

Тема №4. КУЛЬТУРНАЯ КАРТА МИРА ПО МЕТОДИКЕ РОНАЛЬДА ИНГЛХАРТА	4,8	3,8	1,0	промежуточная аттестация
Итоговая аттестация	1,0	-	-	тестирование
<b>Всего</b>	<b>20,0</b>	<b>15,0</b>	<b>4,0</b>	-

### 1.9.2. Календарный учебный график

№пп.	Наименование модуля	Общее кол-во часов	Период обучения
1.	ТЕМА №1. 10 ПРЕСУППОЗИЦИЙ АРХИТЕКТУРЫ ПРАВДЫ	4,8	1 день обучения
2.	Тема №2. УПРАВЛЕНИЕ ЧЕРЕЗ МИФЫ	3,9	3 день обучения
3.	Тема №3. ЛИЧНОСТНЫЕ МИФЫ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПЛЕКСЫ	5,5	5 день обучения
4.	Тема №4. КУЛЬТУРНАЯ КАРТА МИРА ПО МЕТОДИКЕ РОНАЛЬДА ИНГЛХАРТА	4,8	7 день обучения
5.	Итоговая аттестация	1,0	7 день обучения
<b>ИТОГО</b>		<b>20</b>	

### 1.9.3. Рабочие программы учебных предметов, курсов, дисциплин

Тема №1. 10 пресуппозиций Архитектуры правды

Формат: видео с записью вебинара.

Объем: 4,8 ак. часа, из них: теория - 3,8 ак. часа, самостоятельная работа - 1,0 ак. час.

Форма контроля: промежуточная аттестация.

Учебно-методические материалы: презентация в формате pdf.

Содержание темы:

Тема посвящена анализу базовых принципов, лежащих в основе мифов, нарративов и символических конструкций, влияющих на мышление людей, общественные нормы и восприятие реальности. Рассматривается, как истории, ценности, символы и эмоциональные образы формируют устойчивые модели доверия, коллективной идентичности и общественного поведения. Особое внимание уделяется примерам из рекламы, политики, корпоративной культуры и массовой культуры, а также навыкам распознавания скрытых смыслов и механизмов символического воздействия.

Самостоятельная работа:

Анализ одного примера мифологической или символической конструкции в медиа, бренде, политической или общественной коммуникации с определением ее ключевого смысла, ценностного послания и способов воздействия на аудиторию.

Тема №2. Управление через мифы

Объем: 3,9 ак. часа, из них: теория - 2,9 ак. часа, самостоятельная работа - 1,0 ак. час.

Формат: видео с записью вебинара.

Форма контроля: промежуточная аттестация.

Учебно-методические материалы: презентация в формате pdf.

Содержание темы:

Тема раскрывает миф как инструмент формирования восприятия, ценностей, идентичности и моделей поведения. Рассматриваются сущность мифа, его функции, основные виды и способы воздействия на общество, группы и отдельного человека. Изучается, как мифы используются в культуре, политике, образовании, брендинге и профессиональной коммуникации, а также как они влияют на коллективное сознание и общественные процессы.

Самостоятельная работа:

Письменный анализ современного примера мифа в политике, рекламе, медиа, культуре или публичной коммуникации с определением его вида, функций, ценностей и способов распространения.

Тема №3. Личностные мифы и психологические комплексы

Объем: 5,5 ак. часа, из них: теория - 4,5 ак. часа, самостоятельная работа - 1,0 ак. час.

Форма контроля: промежуточная аттестация.

Формат: видео с записью вебинара.

Учебно-методические материалы: презентация в формате pdf.

Содержание темы:

Тема посвящена изучению связи между внутренними психологическими конфликтами, психокомплексами, личностными мифами и устойчивыми сценариями поведения. Рассматривается, как бессознательные установки, страхи, стыд, желания и внутренние противоречия влияют на самоидентификацию, поведение, отношения, публичный образ и личный бренд. Анализируются различные психологические полюса, типы комплексов и особенности их проявления в самопрезентации и коммуникации.

Самостоятельная работа:

Анализ одного психологического комплекса и связанного с ним личностного мифа на примере собственной жизненной ситуации, известной личности, литературного или кинематографического персонажа.

Тема №4. Культурная карта мира по методике Рональда Инглхарта

Объем: 4,8 ак. часа, из них: теория - 3,8 ак. часа, самостоятельная работа - 1,0 ак. час.

Форма контроля: промежуточная аттестация.

Формат: видео с записью вебинара.

Учебно-методические материалы: презентация в формате pdf.

Содержание темы:

Тема раскрывает культурную карту мира по методике Рональда Инглхарта как модель анализа ценностей различных обществ. Рассматриваются ключевые оси модели: традиционные и светско-рациональные ценности, а также ценности выживания и самовыражения. Изучается, как ценностные различия влияют на культуру, политику, модели поведения, формы правления, коммуникационные стратегии и особенности взаимодействия с различными аудиториями.

Самостоятельная работа:

Анализ одной страны с определением ее ценностного сектора на культурной карте Инглхарта и описанием того, как соответствующие ценности проявляются в общественной жизни, культуре, политике и коммуникации.

Итоговая аттестация

Объем: 1,0 ак. час.

Форма контроля: тестирование.

Содержание итоговой аттестации:

Итоговая аттестация проводится в форме тестирования по темам программы и направлена на проверку усвоения знаний о мифах, символических конструкциях, механизмах влияния, личностных мифах, психологических комплексах и культурных моделях восприятия мира.

Общий объем программы

Всего: 20,0 ак. часов,

в том числе:

теория - 15,0 ак. часов;

самостоятельная работа - 4,0 ак. часа;

итоговая аттестация - 1,0 ак. час.

.

## **Раздел 2. Комплекс организационно-педагогических условий**

### **2.1 Условия реализации программы**

Занятия проводятся с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Программа реализуется в дистанционной форме. Для реализации программы используется платформа «Getcourse» (<https://getcourse.ru>).

### **2.2. Материально-техническое обеспечение**

Реализация программы обеспечивается материально-техническими условиями образовательной организации и использованием электронной информационно-образовательной среды.

Обучение проводится с применением дистанционных образовательных технологий на образовательной платформе GetCourse. Доступ обучающихся к учебным материалам, заданиям, тестированию и иным элементам программы осуществляется через личный кабинет на платформе.

Образовательная организация располагает необходимыми материально-техническими ресурсами для реализации программы, включая:  
компьютерную технику;  
доступ к сети Интернет;  
средства для подготовки, размещения и сопровождения учебных материалов на платформе GetCourse.

Требования к техническому обеспечению обучающегося

Для освоения программы необходимо иметь:

персональный компьютер или ноутбук;

стабильный доступ к сети Интернет;

современный веб-браузер;

устройство для просмотра текстовых, графических, аудио- и видеоматериалов.

Минимальные технические требования к компьютеру обучающегося

Минимальные требования:

процессор: не ниже 2-ядерного;

оперативная память: не менее 4 ГБ;

наличие доступа в Интернет со скоростью, достаточной для просмотра учебных материалов и прохождения тестирования;

установленный современный браузер: Google Chrome, Mozilla Firefox, Yandex Browser, Safari или Microsoft Edge актуальной версии;  
наличие программного обеспечения для просмотра PDF-файлов и офисных документов.

Рекомендуемые требования:

оперативная память от 8 ГБ;

стабильное интернет-соединение для комфортной работы с видеоматериалами и онлайн-элементами курса;

наушники или акустические устройства для прослушивания аудио- и видеоматериалов.

Порядок доступа к программе

Доступ к программе предоставляется обучающемуся после зачисления на обучение.

Для входа в электронную образовательную среду обучающемуся направляются:  
ссылка на платформу GetCourse;

- логин и пароль либо инструкция по самостоятельному созданию пароля;
- при необходимости — дополнительные организационные инструкции по началу обучения.

Вход осуществляется через личный кабинет обучающегося на платформе GetCourse.

После авторизации обучающемуся становятся доступны учебные материалы, задания для самостоятельной работы, промежуточная аттестация и итоговое тестирование в соответствии с учебным планом программы, пользование электронной библиотекой.

При возникновении технических затруднений обучающийся может обратиться к представителю образовательной организации по контактными данным, указанным в организационной информации программы.

### **2.3. Кадровое обеспечение**

Требования к преподавательскому составу устанавливаются Единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования", утвержденным приказом Минздравсоцразвития РФ от 11.01.2011 № 1Н в части должности преподавателя: высшее

профессиональное образование и стаж работы в образовательном учреждении не менее 1 года, при наличии послевузовского профессионального образования (аспирантура, ординатура, адъюнктура) или ученой степени кандидата наук - без предъявления требований к стажу работы.

## **2.4. Формы аттестации и оценочные материалы**

Освоение программы сопровождается промежуточной аттестацией по каждой теме и итоговой аттестацией по завершении обучения. Содержание оценочных материалов соответствует тематике программы: анализу мифов и нарративов, функциям и видам мифа, личностным мифам и психологическим комплексам, а также культурной карте мира по методике Рональда Инглхарта. Основанием для включения этих элементов в контроль являются материалы тем программы, в которых рассматриваются миф как инструмент управления восприятием, личный миф как внутренняя история, а также культурная карта мира как модель анализа ценностных различий обществ.

### **1. Формы промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация проводится по каждой теме программы в форме проверки результатов самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации определяется содержанием конкретной темы и направлена на проверку усвоения теоретического материала, а также на оценку умения применять его при анализе профессиональной коммуникации, общественных сообщений, личных и коллективных сценариев поведения.

#### **Тема №1. 10 пресуппозиций Архитектуры правды**

Форма промежуточной аттестации: письменный аналитический ответ / разбор кейса.

Пример оценочного материала:

Проанализируйте один пример из рекламы, политики, брендинга или массовой культуры и ответьте:

какой миф, символ или нарратив лежит в основе выбранного примера;

какие ценности и эмоции он транслирует;

каким образом он влияет на восприятие аудитории;

относится ли данный пример к мифу сохранения или мифу трансформации.

#### **Тема №2. Управление через мифы**

Форма промежуточной аттестации: самостоятельная работа / письменный анализ.

Пример оценочного материала:

Выберите один современный пример мифа, который влияет на восприятие людей. Это может быть образ из политики, рекламы, кино, медиа, бренда или публичной личности. В письменной форме раскройте:

какой именно миф вы выбрали;

к какому виду мифов он относится;

какие ценности, эмоции и образы он транслирует;

через какие инструменты он распространяется;

как этот миф влияет на поведение, восприятие или идентичность аудитории.

В качестве содержательной основы для оценивания используются положения темы о функциях мифа, его видах и уровнях воздействия — от универсального до личного.

Тема №3. Личностные мифы и психологические комплексы

Форма промежуточной аттестации: письменный анализ / самостоятельная работа.

Пример оценочного материала:

Выберите один психологический комплекс, который, по вашему мнению, наиболее ярко проявляется в поведении человека, публичном образе или личной истории. В письменной форме раскройте:

какой именно комплекс вы выбрали;

в чем заключается его суть;

какой личный миф формируется вокруг этого комплекса;

как этот комплекс влияет на поведение, отношения, самооценку или образ человека;

каким образом он может проявляться в самопрезентации, имидже или личном бренде.

Для оценивания используются положения темы о том, что психокомплексы формируют поведение и самоидентификацию, а личный миф выступает сюжетной оболочкой внутренних конфликтов.

Тема №4. Культурная карта мира по методике Рональда Инглхарта

Форма промежуточной аттестации: самостоятельная работа / письменный анализ.

Пример оценочного материала:

Выберите одну страну и определите, к какому ценностному сектору культурной карты Инглхарта она ближе: традиционалисты, рационалисты, гедонисты или идеалисты. Опишите:

какие ценности преобладают в данной стране;

как они проявляются в политике, культуре, общественной жизни или коммуникации;

как эти ценности могут влиять на стиль взаимодействия с аудиторией;  
какие особенности коммуникации следует учитывать при работе с данной страной или обществом.

Основанием для оценивания являются положения темы о двух ценностных осях культурной карты и о четырех укрупненных культурных типах обществ.

### **Критерии оценивания самостоятельной работы**

Самостоятельная работа оценивается по системе «зачтено / не зачтено».

#### **Оценка «зачтено» ставится, если:**

работа выполнена по теме задания;  
содержание работы соответствует поставленным вопросам и отражает понимание изученного материала;  
обучающийся использует основные понятия и положения темы корректно;  
в работе присутствует логика изложения, выводы или обобщения по рассматриваемому вопросу;  
материал изложен самостоятельно, без явных смысловых противоречий;  
объем и структура работы позволяют сделать вывод о том, что обучающийся освоил тему на базовом уровне и может применять полученные знания при анализе примеров, кейсов или профессиональных ситуаций.

#### **Оценка «не зачтено» ставится, если:**

работа не соответствует теме задания;  
содержание носит фрагментарный характер и не раскрывает поставленные вопросы;  
в работе допущены существенные ошибки в понимании основных понятий и положений темы;  
отсутствует логика изложения, выводы или анализ;  
работа выполнена формально, без признаков самостоятельного осмысления материала;  
объем работы недостаточен для оценки освоения темы;  
обучающийся не демонстрирует понимания теоретического материала и не может применить его к анализу примера, ситуации или объекта исследования.

### **Общие требования к самостоятельной работе**

Самостоятельная работа должна:

- быть выполнена в письменной форме;
- соответствовать формулировке задания;
- содержать связный и последовательный ответ;
- опираться на материалы программы;
- демонстрировать понимание ключевых понятий, рассматриваемых в соответствующей теме.

## 2. Форма итоговой аттестации

Итоговая аттестация проводится в форме тестирования.

Цель итоговой аттестации — установить степень освоения обучающимися содержания программы, проверить понимание ключевых понятий, механизмов влияния и убеждения, а также способность различать культурные, психологические и мифологические конструкции, используемые в профессиональной коммуникации.

Итоговое тестирование включает 10 вопросов с одним правильным ответом по всем темам программы.

## 3. Пример оценочных материалов для итоговой аттестации

1. Что лежит в основе темы «10 пресуппозиций Архитектуры правды»?

- А. Изучение бухгалтерских моделей управления
- Б. Анализ того, как мифы, нарративы и символы влияют на восприятие реальности
- В. Исследование только политической пропаганды
- Г. Изучение невербального этикета

2. Какой из тезисов лучше всего отражает суть мифа в теме «Управление через мифы»?

- А. Миф — это только вымышленная история
- Б. Миф — это форма передачи ценностей, архетипов и моделей поведения
- В. Миф — это исключительно религиозный текст
- Г. Миф не связан с культурой и обществом

3. Какая функция мифа помогает формировать коллективную идентичность?

- А. Биологическая
- Б. Социальная
- В. Техническая
- Г. Статистическая

4. Какой вид мифа отвечает на вопрос «Кто я в этом мире?»

- А. Космогонический
- Б. Политический
- В. Личный
- Г. Эсхатологический

5. Что такое личный миф в теме «Личностные мифы и психологические комплексы»?

- А. Формальная биография человека
- Б. Внутренняя история, которую человек выстраивает вокруг своих комплексов

- В. Официальный психологический диагноз
- Г. Социальная маска, не связанная с внутренним миром
6. Что могут определять психологические комплексы в жизни человека?
- А. Только стиль одежды
- Б. Только профессиональный выбор
- В. Поведение, самоидентификацию, отношения и публичный образ
- Г. Только эмоциональное состояние в детстве
7. Какие две основные оси лежат в основе культурной карты мира Рональда Инглхарта?
- А. Богатство и бедность; центр и периферия
- Б. Традиционные — светско-рациональные ценности; выживание — самовыражение
- В. Восток — Запад; Север — Юг
- Г. Индивидуализм — коллективизм; война — мир
8. Что означает смещение общества от ценностей выживания к ценностям самовыражения?
- А. Увеличение роли страха и контроля
- Б. Усиление ориентации только на религию
- В. Переход к свободе выбора, толерантности и личному росту
- Г. Полный отказ от культуры
9. Какой культурный тип по модели Инглхарта связан с ценностями личной свободы, творчества и индивидуализма?
- А. Традиционалисты
- Б. Рационалисты
- В. Гедонисты
- Г. Идеалисты
10. Что объединяет все темы программы?
- А. Изучение только политических институтов
- Б. Анализ того, как ценности, мифы, внутренние сценарии и культурные коды влияют на мышление, поведение и коммуникацию
- В. Исследование только делового этикета
- Г. Обучение навыкам публичных продаж

Итоговая аттестация считается пройденной при выполнении не менее 70 % заданий теста с правильными ответами.

## 2.5. Методические материалы

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения программы повышения квалификации «Стратегии влияния и убеждения в профессиональной коммуникации»:

### *Основная литература*

Кухарчук Дмитрий Владимирович Доверие как фактор эффективности делового партнерства // Российский внешнеэкономический вестник. 2019. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/doverie-kak-faktor-effektivnosti-delovogo-partnerstva>

Столярова Анастасия Олеговна ДОМИНАНТНЫЕ РЕЧЕВЫЕ АКТЫ В КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dominantnye-rechevye-akty-v-kommunikativnoy-situatsii-delovyh-peregovorov>

Алексеева Олеся Александровна О НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВАХ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ // Вестник НИБ. 2017. №27. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-neverbalnyh-sredstvah-delovogo-obscheniya>

### *Дополнительная литература*

Громова Н. М. Переговоры как жанр устного делового общения в сфере межкультурной коммуникации // Полилингвильность и транскультурные практики. 2006. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/peregovory-kak-zhanr-ustnogo-delovogo-obscheniya-v-sfere-mezhkulturnoy-kommunikatsii>

Малюга Е. Н. К вопросу о языке деловых переговоров как жанре межкультурной деловой коммуникации // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2009. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-yazyke-delovyh-peregovorov-kak-zhanre-mezhkulturnoy-delovoy-kommunikatsii>

### **Составитель программы:**

Кушвид Мария Александровна – генеральный директор АНО ДПО "ЦМСК".