

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ"**

**Факультет**

**Производственного менеджмента и  
маркетинга**

**Кафедра**

**Краеведения**

**АННОТАЦИЯ  
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
"Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров"**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью изучения дисциплины «Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров» является формирование у обучающихся компетенций применения языковых ресурсов в бизнесе и менеджменте, а также ведения переговоров в профессиональной деятельности.

**2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

- 1) приобретение теоретических знаний по бизнес-лингвистике и теории переговоров;
- 2) формирование навыков восприятия, анализа чужих и порождения собственных бизнес-текстов;
- 3) формирование у обучающихся навыков переговорщика.

**3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В.14

*3.1. Дисциплина "Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:*

Иностранный язык профессиональной направленности

Научно-исследовательская практика

*3.2. Дисциплина "Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров" выступает опорой для следующих элементов:*

Международный менеджмент и маркетинг

Креативный менеджмент

**4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:**

*УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия*

***В результате освоения дисциплины "Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров" обучающийся должен:***

**3.1 Знать:**

методы и приёмы создания текстов, направленных на продвижение товаров, услуг, проектов и проч.; виды поведения в нестандартных переговорных ситуациях; способы воздействия на собеседника.

**3.2 Уметь:**

анализировать бренд-тексты различных товаров, услуг и т.п., а также создавать собственные тексты, ориентированные на разработку бренда; проводить переговоры с разными собеседниками, в том числе в нестандартных ситуациях, нести ответственность за решения, принимаемые в переговорном процессе.

**3.3 Владеть:**

навыками свободной работы с различными текстами, направленными на разработку и продвижение бренда; основными техниками ведения переговоров, аргументирования своей точки зрения и воздействия на собеседника.

**5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость: **108**

**6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Раздел 1. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление**

Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Лек/

Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Сем зан/

Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Ср/
Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Лек/
Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Сем зан/
Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Ср/
Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Лек/
Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Сем зан/
Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Ср/
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Лек/
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Сем зан/
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Ср/
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Конс/
<b>Раздел 2. Основы теории переговоров</b>
Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Лек/
Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Сем зан/
Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Ср/
Тема 2.2. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции /Лек/
Тема 2.2. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции /Сем зан/
Тема 2.2. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции /Ср/
Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Лек/
Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Сем зан/
Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Ср/
Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Лек/
Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Сем зан/
Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Ср/
Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Лек/
Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Сем зан/
Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Ср/

**Составитель:**

**М.В. Балко, д-р филол. наук, зав.каф.**

**Согласовано:  
Проректор**



**Л.Н. Костина**