

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



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

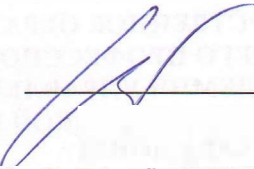
Б1.В.02 "Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров"

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент"


Квалификация	<i>магистр</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоемкость	<i>3 ЗЕТ</i>
Год начала подготовки по учебному плану	<i>2021</i>

Донецк
2021

Составитель(и):
д-р филол. наук, зав.каф.


_____ М.В. Балко

Рецензент(ы):
канд. гос. упр, доцент


_____ А.Н. Осипова

Рабочая программа дисциплины "Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров" разработана в соответствии с:

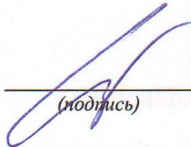
Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (квалификация: «Магистр») (приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 28.06.2021г. № 87-НП); Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании учебного плана:
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент",
утвержденного Ученым советом ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" от 26.08.2021 протокол № 1/4.

Срок действия программы: 2021-2023

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Краеведения
Протокол от 26.08.2021 № 1

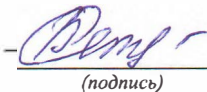
Заведующий кафедрой:
д-р филол.наук, доцент, Балко М.В.


_____ (подпись)

Одобрено Предметно-методической комиссией кафедры Краеведения

Протокол от 26.08.2021 № 1

Председатель ПМК:
Светличная В.Ю.


_____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2022 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Краеведения

Протокол от " ____ " _____ 2022 г. №__

Зав. кафедрой Балко М.В. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2023 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Краеведения

Протокол от " ____ " _____ 2023 г. №__

Зав. кафедрой Балко М.В. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Краеведения

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. №__

Зав. кафедрой Балко М.В. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Краеведения

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Зав. кафедрой Балко М.В. _____ (подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ 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.	
1.2. 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.	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.02
<i>1.3.1. Дисциплина «Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров» опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Маркетинговое планирование в конкурентной среде	
Организация и проведение кампании по рекламе и связям с общественностью	
<i>1.3.2. Дисциплина «Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров» выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Менеджмент организаций	
Управление изменениями	
Стратегическое бизнес-планирование	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ОПК-3: Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;</i>	
Знать:	
Уровень 1	принципы корпоративной коммуникации; виды поведения в нестандартных управленческих ситуациях.
Уровень 2	принципы корпоративной коммуникации, способы создания и поддержания позитивного вербального корпоративного имиджа коллектива; виды поведения в нестандартных управленческих ситуациях.
Уровень 3	принципы корпоративной коммуникации, способы создания и поддержания позитивного вербального корпоративного имиджа коллектива; виды поведения в нестандартных управленческих ситуациях; способы воздействия на собеседника.
Уметь:	
Уровень 1	проводить переговоры с разными собеседниками, в том числе в условиях сложной и динамичной кросс-культурной среды.
Уровень 2	проводить переговоры с разными собеседниками, в том числе в условиях сложной и динамичной кросс-культурной среды; создавать адресные бизнес-тексты.
Уровень 3	проводить переговоры с разными собеседниками, в том числе в условиях сложной и динамичной кросс-культурной среды; создавать адресные бизнес-тексты; нести ответственность за решения, принимаемые в переговорном процессе.
Владеть:	
Уровень 1	основными техниками ведения переговоров, в том числе в условиях сложной и динамичной кросс-культурной среды.
Уровень 2	основными техниками ведения переговоров, аргументирования своей точки зрения, в том числе в условиях сложной и динамичной кросс-культурной среды.
Уровень 3	основными техниками ведения переговоров, аргументирования своей точки зрения и воздействия на собеседника, в том числе в условиях сложной и динамичной кросс-культурной среды.
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ОПК-4: Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;</i>	
Знать:	

Уровень 1	сущность, этапы проектной и процессной деятельности в организации в аспекте создания и продвижения бизнес-текстов и проведения деловых переговоров.
Уровень 2	приёмы создания бизнес-текстов для продвижения организации с учётом новых рыночных возможностей.
Уровень 3	современные практики управления деловыми переговорами, стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели.
Уметь:	
Уровень 1	выявлять и оценивать новые рыночные возможности и создавать с их учётом бизнес-тексты.
Уровень 2	разрабатывать бизнес-модели развития новых коммуникативных направлений деятельности и организаций.
Уровень 3	руководить проектной и процессной деятельностью в организации.
Владеть:	
Уровень 1	способностью руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных коммуникативных практик управления.
Уровень 2	лидерскими и коммуникативными навыками; способностью выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать с их учётом бизнес-тексты.
Уровень 3	способностью проводить деловые переговоры, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных коммуникативных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций.

В результате освоения дисциплины Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров"

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.

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим "Порядок организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". По дисциплине "Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров" видом промежуточной аттестации является Зачет

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров" составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
---	----------------	-------	-------------	------------	------------	------------

Раздел 1. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление						
Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Лек/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Сем зан/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Ср/	1	8	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Лек/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Сем зан/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Ср/	1	8	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Лек/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Сем зан/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Ср/	1	8	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Лек/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Сем зан/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1	0	

				Л3.2 Л3.3 Э1 Э2		
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Ср/	1	8	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Раздел 2. Основы теории переговоров						
Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Лек/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Сем зан/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Ср/	1	8	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции /Лек/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции /Сем зан/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции /Ср/	1	8	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

				Э1 Э2		
Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Лек/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Сем зан/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Ср/	1	8	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Лек/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Сем зан/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Ср/	1	8	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Лек/	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса.	1	2	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3	0	

Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Сем зан/				Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2		
Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Ср/	1	8	ОПК-3 ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>3.1 В процессе освоения дисциплины "Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа обучающихся(СР) по выполнению различных видов заданий.</p> <p>3.2 В процессе освоения дисциплины "Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь с обучающимися, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеofilмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.</p> <p>При изложении теоретического материала используются такие методы, как монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.</p> <p>3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы обучающихся, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме доклада, эссе.</p>
--

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	М. В. Балко.	Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров : конспект лекций для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Менеджмент организаций») очной формы обучения (88 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020
Л1.2	В. Н. Садченко, Т. Б. Легегина	Ведение переговоров: учебное пособие (практикум) (176 с.)	Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018
Л1.3	Хамаганова, К. В.	Теория переговоров: учебное пособие (73 с.)	Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
			2019
Л1.4	Дагаева, Е. А.	Деловые переговоры: учебное пособие (116 с.)	Таганрог : Таганрогский институт управления и экономики, 2019
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Колесников , Д. В. Д. В Колесников, С. М. Качан	Деловые коммуникации в государственном и муниципальном управлении : учебно-методическое пособие (176 с.)	Донецк : ДонАУиГС, 2019
Л2.2	Т. В. Валентей, В. В. Данилина, Ю. А. Корнеева; под редакцией Л. В. Минаева	Речевая коммуникация в бизнесе: монография (152 с.)	Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011
Л2.3	Гэвин, Кеннеди	Переговоры: полный курс (392 с.)	Москва : Альпина Паблишер, 2019
Л2.4	Мазилкина, Е. И.	Как подготовить и провести переговоры (104 с.)	Ростов-на-Дону : Феникс, 2013
Л2.5	Ричард, Шелл	Большая книга переговоров: стратегии, сценарии, кейсы (392 с.)	Москва : Альпина Паблишер, 2020
Л2.6	Генералова, С. В.	Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров: практикум (59 с.)	Саратов : Вузовское образование, 2020
Л2.7	Ю. А. Петрова, Е. Б. Спиридонова	Золотые правила успешных переговоров: практическое пособие (115 с.)	Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019
Л2.8	С. И. Лашко, И. О. Пастухова	Международный бизнес. Переговоры, контакты, контракты: учебное пособие (163 с.)	Краснодар : Южный институт менеджмента, 2011
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Д. В. Колесников, С. М. Качан	Деловые коммуникации в государственном и муниципальном управлении : учебно-методическое пособие (176 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2019
Л3.2	М. В. Балко	Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров: методические рекомендации по организации дополнительной внеаудиторной (самостоятельной) работы обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») очной формы обучения (21 с.)	Донецк : ДОНАУИГС, 2021
Л3.3	М. В. Балко	Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров : методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») очной формы обучения (48 с.)	Донецк : ДОНАУИГС, 2021
4.2. Перечень ресурсов			
информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Матвеева, А. И. Основы деловых коммуникаций [Текст] : учеб. пособие / А. И. Матвеева, А. В. Сарапульцева ; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос.		http://kafist.usue.ru/images/uch_posob/%20%20%202017.pdf

	экон. ун-та], 2017. – 113 с.	
Э2	Загоруля, Т. Б. Коммуникативные технологии [Текст] : учеб. пособие / Т. Б. Загоруля ; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2016. – 94 с.	http://men.usue.ru/images/Zagorulya%20ТВ%20Kommunications.pdf
4.3. Перечень программного обеспечения		
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: Информационные технологии: – компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации; – электронные презентации; – электронный курс лекций; – электронная почта – для взаимодействия с обучающимися; – дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle; – электронные библиотечные ресурсы ДОНАУИГС. Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle.		
4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы		
Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]: – Режим доступа: http://www.elibrary.ru Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: – Режим доступа: http://www.IQLib.ru Мировая цифровая библиотека [Электронный ресурс]: – Режим доступа: http://www.wdl.org/ru		
4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины		
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория № 410 учебный корпус № 3. – комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (80), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0). Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: №410 учебный корпус №3. - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (80), стационарная доска, демонстрационные плакаты. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.		

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к зачёту:

1. История становления и основные принципы бизнес-лингвистики как интегральной дисциплины.
2. Основная проблематика бизнес-лингвистики.
3. Практическая значимость бизнес-лингвистики.
4. Бизнес-дискурс и бизнес-текст как ключевые категории бизнес-лингвистики.
5. Специфика построения бизнес-текстов.
6. Миссия, видение как специфические бизнес-тексты.
7. История и легенда как специфические бизнес-тексты.
8. Речевое воздействие названия и фирменного слогана.
9. Создание вербального корпоративного имиджа.
10. Структура, жанровое разнообразие современных бизнес-медиа.
11. Основные техники построения делового медиатекста.
12. Спиндокторинг как технология защиты интересов организации в медиaprостранстве.
13. Лингвопрагматика в бизнесе.
14. Презентация как специфический тип публичного выступления.
15. Основные этапы подготовки презентационной речи.
16. Переговоры как бизнес-процесс.
17. Классификация и основные функции переговоров.

18. Подготовка к переговорам как важнейший их этап.
19. Основные стадии подготовки к переговорам.
20. Формулировка целей переговоров.
21. Установление пределов возможностей участников переговоров.
22. Процессуальные аспекты ведения переговоров.
23. Уточнение интересов и позиций сторон в процессе переговоров.
24. Методы аргументации.
25. Типы переговорщиков.
26. Основные техники ведения переговоров.
27. Приёмы позиционного торга.
28. Приёмы конструктивных переговоров.
29. Приёмы двойственного характера.
30. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса.
31. Классификация манипуляций.
32. Способы противодействия манипуляциям.

5.2. Темы письменных работ

Тематика сообщений

1. Смысловые и эмоциональные аспекты формирования вербального имиджа компании в СМИ.
2. Символы и знаки в процессе формирования вербального имиджа компании в СМИ.
3. Корпоративный веб-сайт как бизнес-текст.
4. Социальные сети и их роль в бизнесе.
5. Влияние СМИ на формирование экономического общественного сознания.
6. Имидж и репутация компаний под влиянием СМИ.
7. Бизнес-коммуникация и власть.
8. Критерии и условия успешной презентации через СМИ.
9. Психологические аспекты презентационной речи.
10. Сторителлинг в самопрезентации.
11. Основные правила деловых переговоров в системе международного бизнеса.
12. Основные логические законы и правила аргументации.
13. «Запрещённые» темы в бизнес-переговорах.
14. Специфика ведения жёстких переговоров.
15. Основные правила критики оппонента.
16. Национальные стили ведения переговоров.
17. Посредник на переговорах.
18. Гендерный аспект переговорного процесса.
19. Пропаганда как специфический вид манипуляции.
20. Специалист по переговорам как новая коммуникационная профессия.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров" разработан в соответствии с локальным нормативным актом "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе дисциплины.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль знаний обучающихся представлен в виде:

- устного опроса, беседы по изучаемой теме;
- тестовых заданий;
- деловой игры;
- выполнения разноуровневых заданий;
- коллоквиума;
- подготовки сообщений;
- научной составляющей.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Предлагаемые рекомендации оказывают методическую помощь при самостоятельном изучении дисциплины.

Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- развития познавательных способностей и активности обучающихся, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.

Самостоятельная работа выполняется обучающимися по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Обязательным видом внеаудиторной работы обучающихся по дисциплине «Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров» является подготовка сообщений и выступление с ними на семинарских занятиях.

Тематика сообщений, их структура и критерии оценивания представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров» (утверждено на заседании кафедры краеведения, протокол № 1 от 26.08.2021 г.)

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Методические рекомендации к семинарским занятиям

При подготовке к семинарским занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы учебной дисциплины. В ходе подготовки к семинарским занятиям необходимо освоить основные понятия и ответить на контрольные вопросы. В течение семинарского занятия обучающемуся необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

Рекомендации по работе с литературой. Теоретический материал дисциплины становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучаются и книги и научные статьи. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться состояния понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью рекомендуется мысленно задать себе следующие вопросы (и попробовать ответить на них): о чём этот параграф книги, какие новые понятия введены, каков их смысл, что даст это на практике?

РЕЦЕНЗИЯ
на РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.02 «Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров»

шифр дисциплины в учебном плане, наименование

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

код, наименование

Магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»

Разработчики: Балко М.В., зав. каф., д-р.филол. наук, доцент

(ФИО. НПР, участвовавших в разработке РПУД с указанием должности)

Кафедра: краеведения

Представленная на рецензию рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров» разработаны в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (квалификация: «Магистр») (приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 28.06.2021 г. № 87-НП); Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952).

Рабочая программа дисциплины содержит требования к уровню подготовки магистров по приобретению теоретических знаний и практических навыков, которые предъявляются к обучающимся данного направления подготовки в ходе изучения учебной дисциплины.

В рабочей программе сформулированы цели и задачи освоения дисциплины.

В разделе «Место дисциплины в структуре образовательной программы» указаны требования к предварительной подготовке обучающихся, а также последующие дисциплины, для которых изучение данной будет необходимым.

В рабочей программе прописаны компетенции обучающегося (ОПК-3, ОПК-4), формируемые в результате освоения дисциплины.

Раздел «Структура и содержание дисциплины» содержит тематическое и почасовое распределение изучаемого материала по видам занятий, а также часы на самостоятельную работу.

В разделе «Фонд оценочных средств» указаны оценочные средства для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося (фонд оценочных средств представлен отдельным элементом УМКД).

Компетенции по курсу, указанные в рабочей программе, полностью соответствуют учебному плану и матрице компетенций.

В рабочей программе дисциплины представлен также перечень материально-технического обеспечения для осуществления всех видов занятий, предусмотренных учебным планом.

Рабочая программа дисциплины имеет логически завершенную структуру, включает в себя все необходимые и приобретаемые в процессе изучения навыки и умения.


Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено в программе перечнем основной и дополнительной литературы, методических материалов, библиотечно-информационных ресурсов, что является достаточным для успешного владения дисциплиной.

Таким образом, рабочая программа дисциплины «Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров» соответствует всем требованиям к реализации программы и может быть рекомендована к использованию.

Рецензент:
доцент, канд. гос. упр., доцент
(должность, регалии)



Дата 26.08.2021



подпись

А.Н. Осипова
ФИО