

**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.15

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

Научно-исследовательская практика

Современный стратегический анализ

Управленческое консультирование

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/ |
| Раздел 2. Основы теории переговоров |
| 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