

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костровец Лариса Борисовна  
Должность: директор  
Дата подписания: 28.05.2026 15:16:45  
Уникальный программный ключ:  
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

*Приложение 3*  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.15 Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров**  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент  
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Логистика  
(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения (форма  
обучения)

Год набора - 2025

Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

*Балко Марина Владимировна, д-р филол.наук, доцент, зав. каф., кафедра краеведения*

**Заведующий кафедрой:**

*Балко Марина Владимировна, д-р филол.наук, доцент, зав. каф., кафедра краеведения*

Рабочая программа дисциплины Б1.В.15 Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров одобрена на заседании кафедры краеведения Донецкого института управления – филиала РАНХиГС.

протокол № 2 от «28» октября 2025 г.

## РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

|   |  |
|---|--|
| <b>1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   |  |
| 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. |  |
| <b>1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>   |  |
| 1) приобретение теоретических знаний по бизнес-лингвистике и теории переговоров;<br>2) формирование навыков восприятия, анализа чужих и порождения собственных бизнес-текстов;<br>3) формирование у обучающихся навыков переговорщика.        |  |
| <b>1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>   |  |
| Цикл (раздел) ОПОП ВО:  | Б1.В   |
| <i>1.3.1. Дисциплина "Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>  |  |
| Иностранный язык профессиональной направленности  |  |
| Психология межличностных отношений  |  |
| Управление антикризисными программами   |  |
| <i>1.3.2. Дисциплина "Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров" выступает опорой для следующих элементов:</i>   |  |
| Современный стратегический анализ   |  |
| Современный менеджмент  |  |
| <b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>   |  |
| <i>УК-6.2: При ведении переговоров реализует и совершенствует приоритеты собственной деятельности</i>   |  |
| Знать:  |  |
| <b>Уровень 1</b>  | приоритеты собственной деятельности для эффективного ведения переговоров;  |
| <b>Уровень 2</b>  | способы совершенствования собственной деятельности для эффективного ведения переговоров;   |
| <b>Уровень 3</b>  | приоритеты собственной деятельности и способы её совершенствования для эффективного ведения переговоров.   |
| Уметь:  |  |
| <b>Уровень 1</b>  | определять приоритеты собственной деятельности для эффективного ведения переговоров;   |
| <b>Уровень 2</b>  | определять способы совершенствования собственной деятельности для эффективного ведения переговоров;  |
| <b>Уровень 3</b>  | определять приоритеты собственной деятельности и способы её совершенствования для эффективного ведения переговоров.  |
| Владеть:  |  |
| <b>Уровень 1</b>  | навыками определения приоритетов собственной деятельности для эффективного ведения переговоров;  |
| <b>Уровень 2</b>  | навыками нахождения оптимальных способов совершенствования собственной деятельности для эффективного ведения переговоров;  |
| <b>Уровень 3</b>  | навыками определения приоритетов собственной деятельности и нахождения оптимальных способов её совершенствования для эффективного ведения переговоров.               |
| <b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>   |  |
| <i>УК-4.1: Применяет современные коммуникативные технологии при участии в публичных выступлениях</i>  |  |
| Знать:  |  |
| <b>Уровень 1</b>  | способы аргументации своей точки зрения при создании бизнес-текстов и в ситуации публичных выступлений;  |
| <b>Уровень 2</b>  | модели создания и редактирования бизнес-текстов, приёмы публичных выступлений;   |
| <b>Уровень 3</b>  | модели создания и редактирования бизнес-текстов, приёмы публичных выступлений, способы аргументации своей точки зрения при этих формах ведения деловой коммуникации. |
| Уметь:  |  |
| <b>Уровень 1</b>  | аргументировать свою точку зрения при создании бизнес-текстов и в ситуации публичных выступлений;  |
| <b>Уровень 2</b>  | создавать и редактировать бизнес-тексты, применять приёмы публичных выступлений;   |

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Уровень 3</b> | применять различные модели создания и редактирования бизнес-текстов, приёмы публичных выступлений, способы аргументации своей точки зрения при этих формах ведения деловой коммуникации.     |
| <b>Владеть:</b>  |  |
| <b>Уровень 1</b> | навыками аргументации своей точки зрения при создании бизнес-текстов и в ситуации публичных выступлений;   |
| <b>Уровень 2</b> | навыками создания и редактирования бизнес-текстов, применения приёмов публичных выступлений;   |
| <b>Уровень 3</b> | применения различных моделей создания и редактирования бизнес-текстов, приёмов публичных выступлений, способов аргументации своей точки зрения при этих формах ведения деловой коммуникации. |

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

|            |   |
|------------|---|
| <b>3.1</b> | <b>Знать:</b>   |
|            | методы и приёмы создания текстов, направленных на продвижение товаров, услуг, проектов и проч.; виды поведения в стандартных и нестандартных переговорных ситуациях; способы воздействия на собеседника.  |
| <b>3.2</b> | <b>Уметь:</b>   |
|            | 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. |
| <b>3.3</b> | <b>Владеть:</b>   |
|            | 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/практических 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 локальным нормативным актом. По дисциплине "Основы бизнес лингвистики и теория переговоров" видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой

## 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 |
|---|----------------|-------|-------------|------------------|------------|------------|
| <b>Раздел 1. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление</b> |                |       |             |                  |            |            |
| Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы,        | 1              | 2     | УК-4.1      | Л1.1<br>Л1.2Л2.1 | 0          |            |

|  |   |   |        |  |   |  |
|--|---|---|--------|--|---|--|
| проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Лек/  |   |   |        | Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3                     |   |  |
| Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Сем зан/ | 1 | 2 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Ср/      | 1 | 7 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Лек/   | 1 | 2 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Сем зан/   | 1 | 2 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Ср/  | 1 | 7 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Лек/               | 1 | 2 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Сем зан/           | 1 | 2 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Ср/                | 1 | 7 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Лек/   | 1 | 2 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Сем зан/   | 1 | 2 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Ср/  | 1 | 7 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |

|   |   |   |        |  |   |  |
|---|---|---|--------|--|---|--|
| Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Конс/   | 1 | 2 | УК-4.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| <b>Раздел 2. Основы теории переговоров</b>  |   |   |        |  |   |  |
| Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Лек/  | 1 | 2 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Сем зан/  | 1 | 2 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Ср/   | 1 | 7 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 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 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 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 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.2. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции /Ср/      | 1 | 7 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Лек/                       | 1 | 2 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Сем зан/                   | 1 | 2 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Ср/                        | 1 | 8 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга;  | 1 | 2 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1                                 | 0 |  |

|  |   |   |        |  |   |  |
|--|---|---|--------|--|---|--|
| приемы конструктивных переговоров;<br>приёмы двойственного характера /Лек/   |   |   |        | Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3                     |   |  |
| Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Сем зан/                   | 1 | 2 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Ср/                        | 1 | 8 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Лек/     | 1 | 2 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Сем зан/ | 1 | 2 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |
| Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Ср/      | 1 | 8 | УК-6.2 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1<br>Л2.2<br>Л2.3Л3.1<br>Э1 Э2 Э3 | 0 |  |

### РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

|  |
|--|
| <p>В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа обучающихся (СРО) по выполнению различных видов заданий.</p> <p>В процессе освоения дисциплины используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь с обучающимися, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. 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, такие как: 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>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 реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.</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 | Донецк : ДОНАУИГС, 2025 |

|      | Авторы,      | Заглавие  | Издательство, год          |
|------|--------------|---|----------------------------|
|      |              | образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (профиль «Логистика») очной формы обучения (105 с.)   |                            |
| Л1.2 | Балко, М. В. | Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров : учебное пособие для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерские программы «Менеджмент организаций», «Стратегическое управление», «Антикризисное управление организациями», «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент», «Логистика») очной формы обучения (212 с.) | Донецк : "ДОНАУИГС", 2022, |

## 2. Дополнительная литература

|      | Авторы,                     | Заглавие  | Издательство, год             |
|------|-----------------------------|---|-------------------------------|
| Л2.1 | А.Г. Рыбкин, О.К. Эмих      | Стратегия сложных переговоров: учебное пособие (260 с.)     | Москва : ИНФРА-М , 2024       |
| Л2.2 | С.И. Лашко, И.О. Мартыненко | Международные переговоры : учебное пособие (132 с.)         | Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024 |
| Л2.3 | Черкашина, Т. Т.            | Язык деловых межкультурных коммуникаций : учебник (368 с. ) | Москва : ИНФРА-М, 2025        |

## 3. Методические разработки

|      | Авторы,     | Заглавие  | Издательство, год       |
|------|-------------|---|-------------------------|
| Л3.1 | М. В. Балко | Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров: методические рекомендации для подготовки к семинарским занятиям (28 с.) | Донецк : ДОНАУИГС, 2025 |

### 4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

|    |   |   |
|----|---|---|
| Э1 | Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» | <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a> |
| Э2 | ЭБС «ЛАНЬ»                                    | <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>       |
| Э3 | ЭБС «ЗНАНИУМ»                                 | <a href="https://znanium.ru">https://znanium.ru</a>             |

### 4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.)
- 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License)
- AIMP (лицензия LGPL v.2.1)
- STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
- GIMP (лицензия GNU General Public License)
- Inkscape (лицензия GNU General Public License).

### 4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>

Навыки переговоров — сайт о технике, приёмах и манипуляциях в сложных переговорах <https://negotiationskills.ru/>

Искусство переговоров <https://art-of-talks.ru/>

### 4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий:

рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.

## РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к зачёту с оценкой:

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 Донецкого филиала РАНХиГС.

Комплекс оценочных материалов дисциплины "Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров" в полном объеме представлен в виде приложения к ОП ОП.

#### **5.4. Перечень видов оценочных средств**

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контрольные задания), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация включает семестровый контроль в период зачетно-экзаменационной сессии – зачет с оценкой.

### **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 Донецком филиале РАНХиГС.

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**

Изучение курса предполагает, что преподаватель читает лекции, проводит семинарские занятия, организует самостоятельную работу обучающихся, проводит консультации, руководит подготовкой докладов обучающихся на научно-практических конференциях, осуществляет текущий и промежуточный контроль знаний обучающихся.

С целью качественного освоения обучающимися данной дисциплины на кафедре разработаны методические рекомендации по организации самостоятельной работы - комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющий обучающимся оптимальным образом организовать процесс изучения, как теоретического учебного материала дисциплины, так и подготовки к семинарским занятиям, в том числе проводимым с использованием активных и интерактивных технологий обучения.