

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костровец Лариса Борисовна  
Должность: директор  
Дата подписания: 29.06.2026 17:53:15  
Уникальный программный ключ:  
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

*Приложение 4*  
к образовательной программе

## **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для текущего контроля успеваемости и  
промежуточной аттестации обучающихся**

### **ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.10 Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент  
переговорного процесса**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

**38.03.02 Менеджмент**

(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Менеджмент внешнеэкономической деятельности**  
(наименование образовательной программы)

**Бакалавр**  
(квалификация)

**Очная форма обучения**  
(форма обучения)

Год набора - 2024

Донецк

**Автор-составитель ФОС:**

*Балко Марина Владимировна д-р филол. наук, доцент, заведующий  
кафедрой краеведения*

**РАЗДЕЛ 1.**  
**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**по дисциплине (модулю) «Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент**  
**переговорного процесса»**

**1.1. Основные сведения о дисциплине (модуле)**

Характеристика дисциплины (модуля)

Таблица 1

Образовательная программа	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Магистерская программа	«Менеджмент внешнеэкономической деятельности»
Количество разделов дисциплины	2
Часть образовательной программы	Дисциплина части, формируемая участниками образовательных отношений (Б1.В.10)
Формы текущего контроля	Устный опрос, разноуровневые задания, сообщения (самостоятельная работа), тестовый контроль знаний по разделу, коллоквиум, деловая игра
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3
Семестр	8
<b>Общая трудоемкость (академ. часов)</b>	108
<b>Аудиторная контактная работа:</b>	71
Лекционные занятия	24
Семинарские занятия	36
Консультации	2
Контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий	9
<b>Самостоятельная работа</b>	37
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

## 1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

### Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
УК ОС-4 Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	УК-4.5: Способен представлять свою точку зрения при деловом общении и в публичных выступлениях	<b>Знать:</b>	
		1. Поверхностно знает принципы, методы и приёмы продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров.	УК ОС-4.6 3-1
		2. Знает принципы, методы и приёмы продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров.	УК ОС-4.6 3-2
		3. Уверенно знает принципы, методы и приёмы продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров.	УК ОС-4.6 3-3
		<b>Уметь:</b>	
		1. Умеет на минимальном уровне пользоваться методами и приёмами устной и письменной деловой коммуникации.	УК ОС-4.6 У-1
		2. Умеет на достаточном уровне пользоваться методами и приёмами устной и письменной деловой коммуникации.	УК ОС-4.6 У-2
		3. Умеет на высоком уровне пользоваться методами и	УК ОС-4.6 У-3

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		<p>приёмами устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров</p>	
		<b><i>Владеть:</i></b>	
		<p>1. Поверхностно владеет навыками использования методов и приёмов устной и письменной деловой коммуникации.</p>	<p>УК ОС-4.6 В-1</p>
		<p>2. Владеет навыками использования методов и приёмов устной и письменной деловой коммуникации.</p>	<p>УК ОС-4.6 В-2</p>
		<p>3. Уверенно владеет навыками использования методов и приёмов устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров.</p>	<p>УК ОС-4.6 В-3</p>

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства*
<b>Раздел 1. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление</b>				
1.	Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость	8	УК ОС-4.6	Устный опрос, разноуровневые задания
2.	Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа	8	УК ОС-4.6	Устный опрос, разноуровневые задания
3.	Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста	8	УК ОС-4.6	Устный опрос, коллоквиум, сообщения
4.	Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика	8	УК ОС-4.6	Устный опрос, разноуровневые задания, сообщения, тестовый контроль знаний по разделу

Раздел 2. Основы теории переговоров				
6.	Тема 2.1. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции	8	УК ОС-4.6	Устный опрос, разноуровневые задания
7.	Тема 2.2. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков	8	УК ОС-4.6	Устный опрос, разноуровневые задания, сообщения
8.	Тема 2.3. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приёмы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера	8	УК ОС-4.6	Устный опрос, деловая игра

9.	Тема 2.4. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям	8	УК ОС-4.6	Устный опрос, разноуровневые задания, тестовый контроль знаний по разделу
----	--	---	-----------	---

**РАЗДЕЛ 2.**  
**ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**  
**«Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса»**

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины (модуля).

Таблица 2.1.

Распределение баллов по видам учебной деятельности  
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания								
	ЛЗ	ПЗ / СЗ				Всего за тему	КЗР	С (СР)	ИЗ
		УО	ДИ	РЗ	К				
Р.1.Т.1.1	1	2		2		5	10	4	3
Р.1.Т.1.2	1	4		4		9			
Р.1.Т.1.3	1	4		4	5	14			
Р.1.Т.1.4	1	2		2		5			
Р.2.Т.2.1	1	4		4		9	10	4	3
Р.2.Т.2.2	1	4		4		9			
Р.2.Т.2.3	1	4	5	4		14			
Р.2.Т.2.4		4		4		8			
<b>Итого: 100б</b>	<b>7</b>	<b>28</b>	<b>5</b>	<b>28</b>	<b>5</b>	<b>73</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>3</b>

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

РЗ – разноуровневые задания;

- ПЗ – практическое занятие;  
 СЗ – семинарское занятие;  
 КЗР – контроль знаний по Разделу;  
 С – сообщение;  
 ДИ – деловая игра;  
 Л – коллоквиум;  
 СР – самостоятельная работа обучающегося;  
 ИЗ – индивидуальное задание

## 2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы вначале каждого семинарского/практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

**Оценка «отлично»** ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

**Оценка «хорошо»** – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

**Оценка «удовлетворительно»** – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

### ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

<b>Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины</b>	<b>Вопросы для подготовки к индивидуальному/ фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины</b>
<b>РАЗДЕЛ 1. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление</b>	

<p>Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Назовите предмет изучения бизнес-лингвистики.</li> <li>2. Перечислите ключевые направления бизнес-лингвистики как междисциплинарной научной отрасли.</li> <li>3. С какими дисциплинами связана бизнес-лингвистика?</li> <li>4. Назовите методы бизнес-лингвистики.</li> <li>5. Сравните особенности зарождения и развития бизнес-лингвистики в России и за рубежом. Назовите основных представителей.</li> <li>6. Охарактеризуйте понятия бизнес-дискурса и бизнес-текста.</li> <li>7. Проанализируйте структуру бизнес-текста. Определите роль заголовка и лида.</li> <li>8. В чём практическое значение бизнес-лингвистики?</li> </ol>
<p>Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте определение понятиям «корпоративный имидж» и «вербальный корпоративный имидж». Назовите основные языковые приёмы формирования положительного имиджа компании. Приведите примеры.</li> <li>2. Охарактеризуйте корпоративный веб-сайт как уникальный инструмент создания и поддержания имиджа компании.</li> <li>3. Назовите основные принципы выбора названия компании. Каких правил следует придерживаться, чтобы название и фирменный слоган были запоминающимися?</li> <li>4. Проанализируйте структуру и языковые особенности миссии и видения как текстов, направленных на создание и поддержание имиджа компании.</li> <li>5. Охарактеризуйте структуру и языковые особенности истории и легенды как текстов, направленных на создание и поддержание имиджа компании.</li> </ol>

<p>Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие жанры бизнес-медиа можно выделить?</li> <li>2. В чём отличие бизнес-текстов, транслируемых через телевизионные каналы и печатные СМИ?</li> <li>3. В чём специфика сетевых бизнес-текстов? Назовите их основные разновидности.</li> <li>4. Охарактеризуйте бизнес-блог как специфический текст.</li> <li>5. Проанализируйте основные жанры деловых медиа (заметку, статью, отчёт, обзор, репортаж, зарисовку, интервью и др.).</li> <li>6. Рассмотрите новейшие жанры деловых медиатекстов: рейтинги, чек-листы, товарные подборки и под.</li> <li>7. Проанализируйте спиндокторинг как технологию защиты интересов компании в медиaprостранстве.</li> </ol>
<p>Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рассмотрите проблематику лингвистической прагматики. Оцените персуазивный потенциал текстов основных бизнес-жанров.</li> <li>2. Дайте определение презентационной речи.</li> <li>3. Проанализируйте основные этапы подготовки презентации.</li> <li>4. Охарактеризуйте структуру презентации.</li> <li>5. Назовите приёмы повышения эффективности презентации. Приведите примеры.</li> <li>6. Какими навыками должен обладать успешный презентатор?</li> </ol>
<p><b>РАЗДЕЛ 2. Основы теории переговоров</b></p>	
<p>Тема 2.1. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сравните понятия «стандартные переговоры» и «нестандартные переговоры».</li> <li>2. Охарактеризуйте основные стадии подготовки к переговорам.</li> <li>3. Рассмотрите составляющие организационной стадии подготовки. В чём её значимость?</li> <li>4. Какова технология теоретической подготовки к переговорам?</li> <li>5. Каким образом осуществляется определение переговорной позиции?</li> <li>6. Оцените важность определения порядка принятия решения. Охарактеризуйте два основных способа принятия решения: голосование и консенсус.</li> </ol>

<p>Тема 2.2. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Назовите и раскройте основные этапы переговорного процесса.</li> <li>2. Рассмотрите фазы переговорного процесса по К. Селлиху.</li> <li>3. Проанализируйте способы подачи своей позиции.</li> <li>4. Охарактеризуйте основные стратегии ведения переговоров.</li> <li>5. Дайте определение аргументации.</li> <li>6. Назовите основные методы аргументации. Приведите примеры.</li> <li>7. Охарактеризуйте основные типы переговорщиков.</li> </ol>
<p>Тема 2.3. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приёмы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Назовите основные техники ведения переговоров.</li> <li>2. Охарактеризуйте приём позиционного торга.</li> <li>3. В чём отличие «жёсткого» торга от «мягкого»?</li> <li>4. Проанализируйте приёмы конструктивных переговоров.</li> <li>5. В чём специфика приёмов двойственного характера?</li> <li>6. Рассмотрите техники речевого воздействия во время переговоров (открытых, закрытых, альтернативных, блокирующих, риторических вопросов, прямого запроса и др.).</li> </ol>
<p>Тема 2.4. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте определение манипуляции. Назовите «мишени» манипуляций.</li> <li>2. Раскройте психологическую природу манипуляций. Дайте определение понятию сценария в манипулировании.</li> <li>3. Охарактеризуйте основные виды манипуляций и манипуляторов.</li> <li>4. Сравните психологические и логические манипуляции. Приведите примеры.</li> <li>5. Рассмотрите универсальные методы противодействия манипуляциям. Приведите примеры.</li> <li>6. Рассмотрите тактики ответов на острые, сложные и каверзные вопросы. Приведите примеры.</li> </ol>

## 2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

*Критерии оценивания.* Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров».

### ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

#### 1. Прочитайте текст и установите соответствие.

Существует неограниченное множество поводов писать деловые письма, которые служат основой деловой корреспонденции. Деловая переписка охватывает довольно большой перечень коммуникаций, начиная от простых запросов и уведомлений до сложных переговоров и согласований условий сотрудничества. Грамотное ведение такой переписки помогает создавать и поддерживать доверительные отношения, а также эффективно решать возникающие вопросы в рабочем процессе.

Установите соответствие между разновидностями деловых писем и их содержанием.

Разновидность письма		Содержание	
А.	Письма-извещения	1.	Подтверждение обещаний или каких-либо условий
Б.	Сопроводительные письма	2.	Подтверждение факта получения документов или других материалов
В.	Гарантийные письма	3.	Уведомления о служебных изменениях, сообщения о презентациях, предложения услуг и т. п.
Г.	Письма-рекламации	4.	Ответ на предложение о сотрудничестве
Д.	Письма-согласия	5.	Заявления об обнаружении несоответствия товара или услуг требованиям, заявленным в договоре
		6.	Подтверждение факта отправки документов, материальных ценностей, средство контроля их сохранности

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А.	Б.	В.	Г.	Д.

## **2. Прочитайте текст и установите соответствие.**

Переговоры как особый вид деловой коммуникации имеют свои правила и закономерности, которые могут быть использованы для достижения соглашения между партнёрами. Чтобы чётко сформулировать взаимовыгодное решение, необходимо проанализировать потенциального партнёра и знать как собственные цели, так и цели партнёра.

Установите соответствие между различными видами целей переговоров и их толкованиями.

Вид цели		Толкование	
А.	Идеальная цель	1.	Достижимый результат
Б.	Реальная цель	2.	Результат, на который удастся (скорее всего) рассчитывать с учётом диалога с партнёром
В.	Цель в наихудшем варианте	3.	Результат, который можно свести к реалистичному за счёт снижения уровня запросов
Г.	Реалистичная цель	4.	Стартовая позиция, о которой участник переговоров заявляет с самого начала
Д.	Адекватная цель	5.	Вариант, ни на который, ни ниже которого опускаться нельзя
		6.	Результат, который достигается после первого этапа переговоров.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А.	Б.	В.	Г.	Д.

## **3. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргумент, обосновывающий выбор ответа (время выполнения – 5 мин).**

Персуазивная коммуникация (персуазивное речевое действие) – комплексная речевая деятельность с целью изменения или формирования конкретного отношения у адресата, который должен способствовать выполнению или невыполнению коммуникативных действий. Многие учёные понимают под персуазивностью тип ментального речевого взаимодействия коммуникантов, при котором адресантом осуществляется попытка преимущественно вербального воздействия на ментальную сферу реципиента с целью изменения его поведения.

Персуазивная коммуникация осуществляется через конкретные персуазивные действия. Среди данных только одно из коммуникативных действий является персуазивным. Укажите его, выбор аргументируйте.

А. Утверждение.

- Б. Представление.
- В. Уговоры.
- Г. Доводы.
- Д. Аргументы.

**4. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргумент, обосновывающий выбор ответа (время выполнения – 3 мин).**

Деловые переговоры определяют как обмен мнениями, позициями для достижения взаимоприемлемого соглашения. Важным вопросом подготовки к переговорам является определение порядка принятия решения. Современная практика переговоров знает два основных способа принятия решения: голосование и консенсус.

Среди перечисленных только одно свойство характеризует голосование, а все остальные – консенсус. Укажите свойство, характеризующее голосование. Выбор обоснуйте.

- А. Принятие решения осуществляется путём синтеза различных позиций.
- Б. Переговоры могут проходить быстро.
- В. Цель переговоров – найти решение, которое устроит всех.
- Г. Требуется участие всех участников переговоров.
- Д. Позиции могут быть ясно провозглашены с самого начала, но те, кто их придерживается, могут их менять.

**2.4. Рекомендации по оцениванию результатов разноуровневых заданий**

Максимальное количество баллов*	Правильность (ошибочность) решения
Отлично	Полные верные ответы. В логичном рассуждении при ответах нет ошибок, задание полностью выполнено. Получены правильные ответы, ясно прописанные во всех строках заданий и таблиц
Хорошо	Верные ответы, но имеются небольшие неточности, в целом не влияющие на последовательность событий, такие как небольшие пропуски, не связанные с основным содержанием изложения. Задание оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию вопроса
Удовлетворительно	Ответы в целом верные. В работе присутствуют несущественная хронологическая или историческая ошибки, механическая ошибка или описка, несколько исказившие логическую последовательность ответа
	Допущены более трех ошибок в логическом рассуждении, последовательности событий и установлении дат. При объяснении исторических событий и явлений указаны не все существенные факты
Неудовлетворительно	Ответы неверные или отсутствуют

\* Представлено в таблице 2.1.

## **ТИПОВЫЕ РАЗНОУРОВНЕВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

### ***1. Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.***

Убеждающая речь – это выступление, в котором говорящий ставит целью заставить аудиторию поверить в правильность его точки зрения, доказать или опровергнуть какие-либо положения, стремится объяснить сущность явлений и их взаимосвязь. Когда человек пытается в чём-то убедить другого человека или группу людей, он начинает аргументировать, т. е. приводить аргументы в поддержку некоторой идеи (тезиса).

Задание:

1. Назовите виды убеждающих выступлений.
2. Коротко охарактеризуйте их.
3. Приведите примеры речей каждого типа.

### ***2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.***

Публичное выступление как стандартная коммуникативная задача обязательно должно иметь продуманную структуру, последовательность частей. Основная часть содержит изложение плана выступления и аргументацию тезиса. Материал в основной части может подаваться разными способами, в том числе «положение дел на сегодня», «перспективы и последствия, если ничего не будет предпринято».

Задание:

1. Охарактеризуйте вариант подачи материала «положение дел на сегодня». Какую информацию должен найти оратор для реализации этого варианта?
2. Охарактеризуйте вариант подачи материала «перспективы и последствия, если ничего не будет предпринято». Какую информацию должен найти оратор для реализации этого варианта?

### ***3. Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.***

Первичное формулирование заголовка публичного выступления, как и любого другого бизнес-текста, – стандартная коммуникативная задача. После того, как текст выступления будет полностью готов, заголовок можно скорректировать, но предварительная формулировка заголовка должна быть продумана на начальном этапе подготовки. Заголовок – это ответ на вопрос «О чём выступление?» Если сразу себе не ответить на него, речь получится весьма сумбурной.

Задание:

1. Назовите виды вопросительных заголовков.
2. Коротко охарактеризуйте их.
3. Назовите особенности заголовков, содержащих цифры.

**4. Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.**

Бизнес-тексты направлены на продвижение и развитие бизнеса. Они могут быть информационными, рекламными, имиджевыми, продающими и даже развлекательными. Это могут быть письма в рассылку, одностраничники или просто смс-сообщения, которыми компания оповещает о своих акциях, скидках и новых поступлениях. У каждого из них свои задачи и стиль. Полезными при написании бизнес-текстов могут стать специальные формулы.

Задание:

1. Расшифруйте формулу RPPP, переведите на русский язык название каждого её компонента.
2. Коротко охарактеризуйте каждую стадию создания бизнес-текста по этой формуле.
3. Сформулируйте преимущества формулы RPPP.

**5. Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.**

Партнёры на переговорах – это актёры. При условии грамотной игры можно добиться практически всех (не только общих, но и частных) целей, и даже более. Профессиональные и личностные качества переговорщика, таким образом, являются одним из ключевых факторов успешности переговоров. Особое внимание следует обратить на стиль ведения переговоров партнёром, а для этого необходимо собрать и проанализировать информацию о нём.

Назовите стили переговорщиков и кратко охарактеризуйте каждый из них.

Задание:

1. Назовите стили переговорщиков.
2. Коротко охарактеризуйте каждый из них.
3. Назовите угрозы, которые могут исходить от переговорщиков каждого типа.

## 2.4 Рекомендации по оцениванию результатов деловой игры

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся (индивидуально или как участнику группы), если содержание его деятельности полностью соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; четко организована работа по сюжету игры, присутствует вариативность в разрешении игровой ситуации, комментарии по ходу игры основываются на понятийном аппарате предметной области и иллюстрируют основные закономерности изучаемой дисциплины и ее прикладной аспект

Хорошо	Выставляется обучающемуся (индивидуально или как сотруднику группы), если содержание его деятельности в основном соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; игровой сюжет находит развитие, комментарии по ходу игры включают понятийный аппарат предметной области и отражают в основном понимание прикладного аспекта изучаемой дисциплины
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся (индивидуально или как сотруднику группы), если содержание его деятельности в целом соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; игровой сюжет не детализируется, комментарии по ходу игры в небольшой степени опираются на понятийный аппарат предметной области, прикладной аспект изучаемой дисциплины представлен фрагментарно
Неудовлетворительно	выставляется обучающемуся (индивидуально или как сотруднику группы), если содержание его деятельности лишь частично соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; игровой сюжет не развивается, комментарии по ходу игры отсутствуют, обучающийся не демонстрирует понимания прикладного аспекта изучаемой дисциплины

\* Представлено в таблице 2.1.

## **ТИПОВАЯ ДЕЛОВАЯ (РОЛЕВАЯ) ИГРА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

**Деловая игра к теме 2.3. «Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приёмы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера»**

*Тема «Переговоры»*

*Концепция:* следует подготовить и провести деловые переговоры. Тема и содержание переговоров, а также роли участников определяются обучающимися самостоятельно. По окончании переговоров следует заполнить оценочные листы на каждого участника, а затем в общегрупповой дискуссии проанализировать содержание и стиль ведения переговоров, обсудить уязвимые места в выбранной тактике и стратегии, выяснить и понять причину допущенных ошибок.

*Команды – по 4 – 5 человек.*

*Ожидаемый результат:* формирование у обучающихся навыков ведения профессионально-ориентированных деловых переговоров.

## 2.6. Рекомендации по оцениванию вопросов для коллоквиума

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он определяет рассматриваемые понятия раздела или темы дисциплины (модуля) четко и полно, приводя соответствующие примеры.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если он допускает отдельные погрешности в ответе, но в целом демонстрирует знание и владение содержанием раздела (темы) дисциплины (модуля)
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если он обнаруживает пробелы в знаниях материала раздела или темы дисциплины (модуля)
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений раздела или темы дисциплины (модуля), неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи

\* Представлено в таблице 2.1.

## ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ КОЛЛОКВИУМА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

### РАЗДЕЛ 1. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление

#### Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста

1. Какие жанры бизнес-медиа можно выделить?
2. В чём отличие бизнес-текстов, транслируемых через телевизионные каналы и печатные СМИ?
3. В чём специфика сетевых бизнес-текстов? Назовите их основные разновидности.
4. Каковы основные правила ведения бизнес-блога? Какими принципами следует руководствоваться, чтобы такой блог был популярным?
5. Назовите характерные особенности заметки как жанра делового медиатекста.
6. Охарактеризуйте статью как жанр делового медиатекста. В чём отличие статьи-инструкции от аналитической (экспертной) статьи?
7. В чём эффективность отчётов и обзоров?
8. Каким образом происходит трансформация жанров репортажа и зарисовки в деловых бизнес-текстах?
9. Охарактеризуйте жанр интервью с точки зрения воздействия на реципиентов.
10. Проанализируйте новейшие жанры деловых медиатекстов.

## 2.7. Рекомендации по оцениванию сообщений (самостоятельной работы)

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### ТЕМЫ СООБЩЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

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. Национальные стили ведения переговоров.
16. Посредник на переговорах.
17. Гендерный аспект переговорного процесса.
18. Пропаганда как специфический вид манипуляции.
19. Специалист по переговорам как новая коммуникационная профессия.

### **ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

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 медиапространстве.
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. Стратегемы как приёмы ведения переговоров.
30. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса.
31. Классификация манипуляций.
32. Способы противодействия манипуляциям.