Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 10.11.2026 00:00:59
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент непроизводственной сферы
(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026
Донецк

Автор-составитель РПД:

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

Заведующий кафедрой:

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

Рабочая программа дисциплины Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров одобрена на заседании кафедры краеведения факультета государственной службы и управления Донецкого филиала РАНХиГС.

Протокол № 7 от «23» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

7. Методические материалы по освоению дисциплины

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций:

ОТФ/ ТФ и реквизиты ПС	Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК 4.1	Выбирает стиль общения на государственном языке РФ в зависимости от целей и условий партнерства, адаптирует речь, стиль общения к ситуациям профессионального взаимодействия	*УК 4.1. З-2* **Знает**: специфику устной и письменной бизнес-коммуникации: различия в построении монолога и диалога, критерии выбора языковых средств в зависимости от цели, тональности общения и условий делового партнёрства. *УК-4.1. У-2* **Умеет**: определять уместность стиля для конкретной рабочей ситуации, адаптировать речь к бизнес-задачам, использовать корректные речевые клише в различных профессиональных контекстах, выбирать оптимальную стратегию общения через корректировку собственного речевого поведения и стиля на государственном языке РФ.

			УК-4.2.	Ведёт деловую переписку на государственном языке РФ с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем	*УК 4.2. З-1* **Знает:** особенности письменной бизнес-коммуникации на государственном языке РФ; основные жанры и виды переписки с бизнес-партнёрами; стилистические особенности официальных и неофициальных писем; требования к оформлению и структуре деловых писем; правила речевого этикета в письменной коммуникации. *УК 4.1. У-2* **Умеет:** вести деловую переписку на государственном языке РФ.
			УК-4.3.	Использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах, строит публичные выступления на государственном языке РФ с учетом специфики аудитории и цели коммуникации	*УК 4.3. З-1* **Знает:** приёмы публичных выступлений и диалога с бизнес-партнёрами на государственном языке РФ с учетом специфики аудитории и цели коммуникации, способы аргументации своей точки зрения при этих формах ведения деловой коммуникации. *УК 4.3. У-2* **Умеет:** вести диалог и выступать публично на государственном языке РФ с учетом специфики аудитории и цели коммуникации, аргументировать свою точку зрения при этих формах ведения деловой коммуникации.
	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.3.	Выстраивает деловое общение на принципах толерантности и этических нормах	*УК 5.3. З-1* **Знает:** основные принципы бизнес-общения; нормы речевого этикета и профессиональной этики; особенности толерантного коммуникативного поведения в профессиональной среде; правила

					корректного речевого взаимодействия с представителями различных социальных и культурных групп. *УК 5.3. У-3* **Умеет:** выстраивать бизнес-общение в соответствии с нормами профессиональной этики и речевого этикета; соблюдать принципы толерантности в процессе коммуникации; выбирать корректные языковые средства в различных коммуникативных ситуациях; поддерживать конструктивное взаимодействие в профессиональной среде.

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

2,00 з.е., 72 ак. часа

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 40 ак. часов на контактную работу с преподавателем, из них 18 ак. часов на лекции и 18 ак. часов на практические занятия. 32 ак. часа на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров реализуется в 5-м семестре 3-го курса после с изучения дисциплин:

- Русский язык и культура речи.
- Основы маркетинга.

.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа			
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)					
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Каттэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР	
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Раздел 1. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление															
Тема 1.1.	Бизнес-лингвистика как наука	7	2	0	0	2	0	0	0	0		0	0	3	Контрольные вопросы, тестирование, контрольное задание
Тема 1.2.	Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа	7	2	0	0	2	0	0	0	0		0	0	3	Контрольные вопросы, тестирование, контрольное задание
Тема 1.3.	Современные бизнес-медиа	7	2	0	0	2	0	0	0	0		0	0	3	Контрольные вопросы, тестирование, контрольное задание

Тема 1.4.	Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика	7	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	Контрольные вопросы, тестирование, контрольное задание , доклады
Раздел 2. Основы теории переговоров														
Тема 2.1.	Переговоры как бизнес-процесс	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Контрольные вопросы, тестирование, контрольное задание
Тема 2.2.	Подготовка к переговорам	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Контрольные вопросы, тестирование, контрольное задание
Тема 2.3.	Ведение переговоров	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Контрольные вопросы, тестирование, контрольное задание
Тема 2.4.	Основные техники ведения переговоров	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Контрольные вопросы, тестирование, контрольное задание
Тема 2.5.	Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Контрольные вопросы, тестирование, контрольное задание, доклады
Промежуточная аттестация		4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	зачёт
Итого		72	18	0	0	18	0	0	0	4	0	0	32	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий
Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения
СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.
СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.
СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление

Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука. УК-4.1, УК-5.3.

Бизнес-лингвистика как междисциплинарное направление на стыке лингвистики, менеджмента и маркетинга, изучающее закономерности использования языка в коммерческой среде. Определяются объект (деловой дискурс), предмет (лингвопрагматические механизмы достижения бизнес-целей) и методы исследования (интент-анализ, контент-анализ, лингвоэкспертиза). Анализируются ключевые разделы науки: корпоративная коммуникация, документная лингвистика, нейминг, копирайтинг и др. Прикладной характер бизнес-лингвистики как науки, решающей конкретные задачи: повышение эффективности делового письменного и устного общения, управление коммуникативными рисками, оптимизация внутренних и внешних коммуникаций компании. Отличие бизнес-лингвистики от традиционной стилистики деловой речи и её роли в формировании коммуникативного капитала организации.

Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа. УК-4.1, УК-4.2, УК-5.3.

Корпоративная коммуникация как система целенаправленных речевых взаимодействий внутри организации и с внешней средой, обеспечивающих реализацию бизнес-стратегии. Виды коммуникации (вертикальная, горизонтальная, внешняя, внутренняя), каналы передачи информации и барьеры эффективности. Основной акцент сделан на вербальном имидже компании – совокупности устойчивых языковых и стилистических характеристик (слоганы, принципы номинации), формирующих узнаваемый образ бренда в сознании аудитории. Инструменты создания и поддержания вербального имиджа: миссия и ценности, истории, легенды компании, корпоративный стиль документов, скрипты для сотрудников.

Тема 1.3. Современные бизнес-медиа. УК-4.1, УК-5.3.

Бизнес-медиа как специализированный сегмент медиаландшафта, ориентированный на профессиональную аудиторию и корпоративных потребителей. Жанрово-стилистические особенности деловой прессы (аналитические статьи, обзоры рынков, интервью с топ-менеджерами, колонки экспертов), принципы подачи информации (фактологичность, аргументированность, баланс аналитики и оперативности), а также языковые средства создания доверительного тона общения с деловой аудиторией. Трансформация бизнес-медиа под влиянием цифровых платформ: переход от печатных изданий к мультимедийным форматам, особенности адаптации делового контента для разных каналов, роль корпоративных медиа (блоги компаний, новостные рассылки, интранет-порталы) в формировании репутации и внутреннего информационного поля.

Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Лингвопрагматика как инструмент анализа и конструирования деловой коммуникации, ориентированной на достижение конкретного перлокутивного эффекта (сделка, согласие, изменение решения партнёра). Ключевые понятия: речевой акт, иллокутивная сила, кооперативный принцип П. Грайса, речевые стратегии и тактики в презентациях. Имплицитные смысле (пресуппозиции, намёки, косвенные речевые акты) как инструмент управления мнением собеседника без прямого давления. Бизнес-риторика как прикладное продолжение лингвопрагматики – система техник построения убеждающей речи в коммерческой среде. Классические риторические каноны применительно к бизнес-контексту: структура продающей презентации, аргументация в условиях возражений, техники речевого воздействия.

Раздел 2. Основы теории переговоров

Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Переговоры как циклический бизнес-процесс, интегрированный в операционную и стратегическую деятельность компании. Общая характеристика этапов процесса: подготовки, ведения, фиксации договорённостей и посткоммуникативного анализа. Модели переговоров. Типология и функции переговоров. Критерии эффективности переговоров как процесса: соотношение затраченного времени и достигнутых договорённостей, минимизация коммуникативных потерь, трансформация переговорного опыта в корпоративное знание.

Тема 2.2. Подготовка к переговорам. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Подготовка к переговорам как критический этап бизнес-процесса, определяющий до 80% успеха коммуникации. Основные блоки подготовки: сбор и лингвистический анализ информации о контрагенте (речевой портрет оппонента, его аргументативный стиль, корпоративный лексикон), определение целевых установок (лучшая альтернатива обсуждаемому соглашению, худшая альтернатива, точка выхода). Создание письменных материалов подготовительного этапа: переговорная концепция, матрица аргументов и возражений с языковыми модулями ответов, чек-лист коммуникативных рисков. Проработка сценариев: моделирование вероятных реплик оппонента и подготовка контраргументов.

Тема 2.3. Ведение переговоров. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Этапы ведения переговоров: открытие (установление раппорта, формулировка повестки, процедурные договорённости), позиционирование (презентация своей позиции), торг и аргументация, выход на соглашение (формулировка взаимовыгодных формулировок, фиксация промежуточных итогов). Работа с возражениями и конфликтными репликами в реальном времени: разграничение деструктивной критики и содержательного несогласия, речевые приёмы снижения эмоционального накала, корректные формулировки для отложенного решения, а также языковые маркеры, сигнализирующие о

ложных уступках, манипуляции или завершении переговоров. Типы переговорщиков.

Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Систематизированный обзор ключевых переговорных техник с акцентом на их лингвистическую реализацию. Техники позиционного торга, принципиальных переговоров, а также интегративные техники (пакетное предложение, «одновременное записывание вариантов», метод «мозгового штурма на паузе»). Техники мягкого воздействия и управления оппонентом: постановка закрытых, открытых, альтернативных и гипотетических вопросов, техника «перефразирования с понижением тональности», приёмы фиксации договорённостей «по ходу», техника «выхода из тупика», а также маркеры переключения между техниками в зависимости от поведения оппонента. Критерии выбора техники: стадия переговоров, психотип собеседника, степень доверия и асимметрия власти.

Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Манипуляция как скрытое речевое воздействие на оппонента с целью побудить его к действиям вопреки его собственным интересам. Языковые маркеры основных манипулятивных стратегий: давление, уход от темы, создание ложного выбора, эмоциональная эксплуатация, а также скрытые техники НЛП-формата (предикаты, трюизмы, пресуппозиции, техника «трёх «да»). Способы лингвистической диагностики манипуляции в реальном времени и приёмы контрманипуляции: «заезженная пластинка», «внешний согласный», «уточняющий вопрос», «называние приёма вслух». Этические границы: разграничение допустимого убеждения и недопустимой манипуляции в деловой среде. Типы манипуляций и манипуляторов.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к

текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа – это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	**Традиционная система**	**Бинарная система**	**ECTS**	
			Для традиционной системы	**Для бинарной системы**
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74	Удовлетворительно		B	P/ Passed
60-69			E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным работам по разделу

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

контрольные вопросы (вопросы для опроса), тестирование, доклады, контрольные задания.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Раздел 1. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление

Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука. УК-4.1, УК-5.3.

Контрольные вопросы:

1. Назовите предмет изучения бизнес-лингвистики.

2. Перечислите ключевые направления бизнес-лингвистики как междисциплинарной научной отрасли.

3. С какими дисциплинами связана бизнес-лингвистика?

4. Назовите методы бизнес- лингвистики.

5. Сравните особенности зарождения и развития бизнес-лингвистики в России и за рубежом. Назовите основных представителей.

6. Охарактеризуйте понятия бизнес- дискурса и бизнес-текста.

7. Проанализируйте структуру бизнес-текста. Определите роль заголовка и лида.

8. В чём практическое значение бизнес-лингвистики?

Тестовые задания:

Тест 1

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что из перечисленного наиболее точно отражает предмет бизнес-лингвистики как прикладной научной дисциплины?

А) Изучение грамматических норм и пунктуации деловых писем в соответствии с государственными стандартами.
Б) Анализ фонетических особенностей речи руководителей для оценки их стрессоустойчивости.
В) Исследование языковых механизмов оптимизации коммуникации между участниками рынка для достижения коммерческих целей.
Г) Разработка новых иностранных слов для расширения корпоративного сленга внутри отдела продаж.

Тест 2

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.

Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

Записать попарно буквы и цифры вариантов ответа.

Установите соответствие между направлением бизнес-лингвистики (слева) и конкретной практической задачей, которую оно решает (справа). Для каждой позиции из первого столбца подберите соответствующую позицию из второго столбца:

№	Направление	Задача
1	1. Нейминг	А. Анализ жалоб и отзывов клиентов в соцсетях для выявления неосознанных потребностей.
2	2. Инструментарий GR (Government Relations)	Б. Проверка товарного знака на отсутствие негативных коннотаций и соответствие менталитету целевой аудитории.
3	3. Коммуникационный аудит	В. Формулировка технического задания для юристов по защите бренда от использования омонимов в рекламе конкурентов.
4	4. Лингвистическая экспертиза рекламы	Г. Создание официального ответа на запрос регулирующего органа без нарушения норм делового этикета, но с сохранением позиции компании.

Контрольное задание (задание открытого типа с развернутым ответом):

Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
Продумать логику и полноту ответа.
Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Ознакомьтесь с текстом популярного российского бизнес-блогера, выделите в нём структурные компоненты. Определите вид заголовка, оцените его уместность и эффективность. Есть ли в тексте лид? Насколько он удачен?

Механика поиска сотрудников. Системная работа по найму

Хотел сегодня рассказать о нашем подходе к поиску и подбору людей. У нас есть целая методика (потому что людей мы ищем много и часто).

А поскольку в следующем году по плану мы должны вырасти вдвое в численности, мы эту методику ещё дорабатываем и улучшаем.

Может, будет полезно кому-то?

Итак, оставим за скобками определение ФОТ (как и вопрос того, как мы поняли, что этот сотрудник нам нужен). Когда уже стоит конкретная задача – найти определённого специалиста или руководителя, и в необходимый срок вывести его на работу.

1. Описать профиль должности.

- Продукт, который производит сотрудник.
- Обязанности максимально точно.
- Знания, которыми должен обладать.
- Навыки, наличие которых нужно проверить.

- Личные качества, наличие которых нужно проверить.

(Дальше много текста))

Если есть вопросы, пишите, постараюсь ответить.

(А. Бояршинов)

Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа. УК-4.1, УК-4.2, УК-5.3.

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение понятиям *корпоративный имидж* и *вербальный корпоративный имидж*. Назовите основные языковые приёмы формирования положительного имиджа компании. Приведите примеры.
2. Охарактеризуйте корпоративный веб-сайт как уникальный инструмент создания и поддержания имиджа компании.
3. Назовите основные принципы выбора названия компании. Каких правил следует придерживаться, чтобы название и фирменный слоган были запоминающимися?
4. Проанализируйте структуру и языковые особенности миссии и видения как текстов, направленных на создание и поддержание имиджа компании.
5. Охарактеризуйте структуру и языковые особенности истории и легенды как текстов, направленных на создание и поддержание имиджа компании.

Тестовые задания:

Тест 1

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только номер букву выбранного варианта ответа.

Что в бизнес-лингвистике понимается под вербальным корпоративным имиджем компании?

А) Логотип и фирменный шрифт, используемые во всех печатных материалах компании.

Б) Совокупность устойчивых языковых паттернов, ключевых слов, тональности сообщений и корпоративного сленга, которые формируют узнаваемый речевой портрет организации.

В) Профессиональный жаргон, используемый исключительно внутри отдела технической поддержки для быстрого решения проблем.

Г) Полный текст миссии и видения компании, опубликованный на последней странице годового отчёта.

Тест 2

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Какие из перечисленных элементов входят в систему работы над вербальным корпоративным имиджем компании с точки зрения бизнес-лингвистики?

А) Разработка единых принципов интонации, лексики и стиля коммуникации бренда.

Б) Создание внутреннего корпоративного глоссария для устранения смысловых разрывов между отделами.

В) Выбор цветовой палитры офиса для повышения узнаваемости компании среди клиентов.

Г) Внедрение регламента по написанию электронных писем (приветствие, подпись, типовые клише).

Д) Изменение организационной структуры с функциональной на матричную.

Е) Обучение сотрудников фронт-офиса (продавцы, операторы) использованию «языка выгоды для клиента» вместо «языка внутренних процессов».

Контрольное задание (задание открытого типа с развернутым ответом):

Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

Продумать логику и полноту ответа.

Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Разработайте корпоративные слоганы следующих организаций: 1) консалтинговой компании; 2) медицинского колледжа; 3) страховой компании; 4) женского журнала.

Тема 1.3. Современные бизнес-медиа. УК-5.4, УК-5.3, УК-8.8.

Контрольные вопросы:

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. Охарактеризуйте бизнес-блог как специфический текст.

5. Проанализируйте основные жанры деловых медиа (заметку, статью, отчёт, обзор, репортаж, зарисовку, интервью и др.).

6. Рассмотрите новейшие жанры деловых медиатекстов: рейтинги, чек-листы, товарные подборки и под.

7. Проанализируйте спиндокторинг как технологию защиты интересов компании в медиапространстве.

Тестовые задания:

Тест 1

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только номер букву выбранного варианта ответа.

Что из перечисленного отличает современные B2B-медиа (деловые медиа для бизнеса) от традиционных корпоративных газет и «глянцевых» деловых журналов прошлых десятилетий?

А) Преимущественно печатный формат, распространяемый по платной подписке среди физических лиц.

Б) Наличие исключительно развлекательного контента без какой-либо прикладной пользы для бизнеса.

В) Интеграция контента в воронку продаж: использование нативных форматов, интерактивных элементов и персонализированных рассылок на основе поведения читателя.

Г) Запрет на любые упоминания коммерческих продуктов и услуг внутри редакционных материалов.

Тест 2

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.

Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

Записать попарно буквы и цифры вариантов ответа.

Установите соответствие между типом современного бизнес-медиа (слева) и его ключевой характеристикой или форматом (справа). Для каждой

позиции из первого столбца подберите соответствующую позицию из второго столбца.

№	Тип	Характеристика
1	1. Отраслевой канал в мессенджере	А. Платформа с глубокими аналитическими статьями, лонгридами и экспертными колонками, часто скрытая за мягким пейволлом (регистрация по email).
2	2. Корпоративный подкаст	Б. Поток коротких новостей, дайджестов и инсайтов с высоким уровнем вовлечения через комментарии и опросы, минимальная редактура.
3	3. B2B-медиа на базе соцсети	В. Аудиоформат, где первые лица компании или приглашённые эксперты обсуждают отраслевые проблемы, формируя доверие к бренду работодателя.
4	4. Email-журнал (маркетинговая рассылка)	Г. Персонализированный контент, сегментированный по стадии воронки продаж, с высокими показателями конверсии благодаря прямой доставке «в карман» подписчику.

Контрольное задание (задание открытого типа с развернутым ответом):

Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
Продумать логику и полноту ответа.
Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Используя исходные данные, составьте тексты следующих жанров: заметка, репортаж и чек-лист. Озаглавьте каждый текст, напишите лиды.

Кто? – российский предприниматель Тамара Белкина.
Что? – победила в европейском конкурсе бизнес-проектов.
Где? – в швейцарском Цюрихе.
Когда? – в марте 2020 г.
Как? – разработала уникальный проект школы иностранных языков.
В результате? – получила диплом победителя и деньги на продвижение бизнеса, подписала контракт с инвестором.

Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Контрольные вопросы:

1. Рассмотрите проблематику лингвистической прагматики. Оцените персуазивный потенциал текстов основных бизнес-жанров.

2. Дайте определение презентационной речи.

3. Проанализируйте основные этапы подготовки презентации.

4. Охарактеризуйте структуру презентации.

5. Назовите приёмы повышения эффективности презентации. Приведите примеры.

6. Какими навыками должен обладать успешный презентатор?

Тестовые задания:

Тест 1

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

В чём заключается ключевое различие между классической риторикой (как учением об украшении речи) и бизнес-риторикой с опорой на лингвопрагматику?

А) Бизнес-риторика полностью отрицает использование тропов и фигур речи, делая ставку только на цифры и факты.

Б) Классическая риторика изучает монолог, а бизнес-риторика – только письменную деловую переписку.

В) Лингвопрагматика смещает фокус с «красивого говорения» на анализ речевых действий (перформативов): как конкретное слово или фраза меняет статусы участников переговоров, накладывает обязательства или изменяет условия контракта.

Г) Бизнес-риторика требует говорить исключительно тихо и медленно, в отличие от классической ораторской громкой речи.

Тест 2

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответа в нужной последовательности.

Расположите этапы речевого поведения руководителя при публичном объявлении неприятного решения (например, сокращения штата или отмены премии) в логике лингвопрагматики, ориентированной на сохранение доверия и управление смыслами. Установите правильную последовательность шагов.

А. Использование «я-сообщений» вместо «вы-обвинений» (например: *Я принял это решение, потому что несу ответственность за выживание компании* вместо *Вы плохо работали, поэтому я вынужден…*).

Б. Закрепление нового речевого контракта в виде публичной фиксации конкретных дальнейших действий и сроков (перформатив *обязуюсь / мы согласовали*).

В. Прагматическая рамка «общая угроза → совместные действия» (введение местоимений *мы*, визуализация внешней причины, а не внутреннего конфликта).

Г. Идентификация и нейтрализация «токсичных перформативов» в своей подготовленной речи (например, замена фразы *Мне всё равно, как вы к этому отнесётесь* на *Я понимаю, что это сложно принять, и готов объяснить логику*).

Контрольное задание (задание открытого типа с развернутым ответом):

Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
Продумать логику и полноту ответа.
Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Каким образом выбор конкретного типа речевого акта (например, косвенной просьбы вместо прямого приказа или метафорического вопроса вместо утверждения) в деловой коммуникации влияет на восприятие статуса говорящего, уровень доверия в коллективе и скорость принятия решений в условиях межкультурного взаимодействия?

Раздел 2. Основы теории переговоров

Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение переговорам. Назовите функции этого бизнес-процесса.
2. Классифицируйте переговоры.
3. Рассмотрите уровни ведения переговоров.
4. Проанализируйте основные модели переговоров.
5. Охарактеризуйте основные этапы переговорного процесса.
6. Рассмотрите структуру переговорного процесса.

Тестовые задания:

Тест 1

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что отличает понимание переговоров как бизнес-процесса (в отличие от понимания переговоров как разового события или искусства убеждения)?

А) Переговоры считаются успешными только в том случае, если одна из сторон полностью подавила волю другой стороны с помощью психологического давления.

Б) Переговоры рассматриваются как регламентированный, повторяемый и измеримый цикл, который включает этапы: подготовка → открытие → сбор информации → аргументация → торг → фиксация договорённостей → постпереговорный анализ и передача результатов в смежные подразделения.

В) Основной целью переговоров является установление личных дружеских отношений между руководителями, независимо от экономического результата.

Г) Переговорный процесс обязательно должен проводиться только в формате личной встречи, без использования электронной почты, мессенджеров и видеосвязи.

Тест 2

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.

Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

Записать попарно буквы и цифры вариантов ответа.

Установите соответствие между основанием (критерием) классификации переговоров (слева) и соответствующим типом / видом переговоров (справа). Для каждой позиции из первого столбца подберите соответствующую позицию из второго столбца.

№	Критерий классификации	Тип
1	1. По количеству участников	А. Внутрикорпоративные / межкорпоративные
2	2. По характеру регулирования	Б. Краткосрочные / долгосрочные (форсайт-переговоры)
3	3. По статусу сторон	В. Бинарные (две стороны) / мультилатеральные (три и более)
4	4. По временному горизонту	Г. Неформальные / протокольные / формально-юридические

Контрольное задание (задание открытого типа с развернутым ответом):

Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
Продумать логику и полноту ответа.
Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Проанализируйте предложенную ситуацию, оценив переговорные навыки их персонажей.

Описание ситуации

Надежда – директор компании, которая продаёт кормовые добавки агропредприятиям. Она, не смотря на то, что в её компании достаточно продавцов, предпочитает, когда это только возможно, ездить на переговоры сама. Надежда влюблена в свои продукты: когда говорит о них, вся просто светится. Она уверенна, что лучший способ завоевать клиента – дарить ему счастье.

Надежда приезжает на переговоры к главному агроному агрохозяйства Александру Петровичу. По телефону она в двух словах рассказала о своих продуктах и попросила назначить встречу.

Переговоры

Она «влетает» в кабинет, почти подбегает к только что привставшему Александру и захватывает его руку в свои. Рука агронома делает попытки вырваться, но получает свободу только секунд через шесть после захвата.

Надежда, чуть наклонившись вперед:

– Наконец-то мы встретились. Я очень рада Вас видеть. Уверена, мы будем отличными партнёрами.

– Я не говорил, что мы будем работать…

– Будем-будем. Когда Вы узнаете, с какой радостью я к Вам пришла, Вы меня отсюда вообще не выпустите.

– У нас пока всё есть… – начинает Александр.

– У Вас есть? Отлично! У всех есть! Но кто же не хочет быть ещё счастливее, чем он есть. Вот я хочу. А Вы?

Александр нерешительно кивает и открывает рот, чтобы что-то сказать, но не успевает.

– Итак, наши продукты, – Надежда улыбается и активно жестикулирует, – я не химик и не агроном, поэтому всяких там биохимических подробностей не знаю. Но я знаю точно, что наши партнёры – самые счастливые люди!

– Почему? Из-за добавок? – недоумевает потенциальный клиент.

– Ах, о чём Вы?:) Какие добавки?:) Мы не продаем добавки. Только радость! Вы выходите в поле и видите, как колосится пшеница. Это радость? *(Александр кивает)* А Вы испытываете радость, когда, не смотря на то, что месяц не было дождя, кукуруза прекрасно завязалась? *(Александр кивает)*. Вот! Всё это Вы будете иметь, сотрудничая с нами. А Вы говорите – добавки…

Александр:

– Ну ладно *(улыбается)*. Рассказывайте о своих добавках.

Надежда быстро рассказывает о добавках, заканчивая так:

– Чтобы Вы могли ещё больше убедиться в своём счастье, оставляю вам вот эти бумажки – тут результаты многочисленных опытов. А пока, давайте определимся, с чего мы начинаем наше сотрудничество. Я Вам предлагаю…

Дальше партнёры договариваются об объёмах, форме оплаты и т.д. Расстаются друзьями, довольные друг другом и принятым решением.

Тема 2.2. Подготовка к переговорам. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3

Контрольные вопросы:

1. Сравните понятия «стандартные переговоры» и «нестандартные переговоры».
2. Охарактеризуйте основные стадии подготовки к переговорам.
3. Рассмотрите составляющие организационной стадии подготовки. В чём её значимость?
4. Какова технология теоретической подготовки к переговорам?
5. Каким образом осуществляется определение переговорной позиции?
6. Оцените важность определения порядка принятия решения. Охарактеризуйте два основных способа принятия решения: голосование и консенсус.

Тестовые задания:

Тест 1

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой из перечисленных элементов НЕ входит в обязательный минимум подготовки к переговорам как к бизнес-процессу?

А) Определение зоны возможной сделки – диапазона, в котором интересы сторон пересекаются и соглашение теоретически возможно.

Б) Формирование матрицы уступок – пошагового плана, что и в каком объёме можно предлагать в обмен на встречные действия оппонента.

В) Составление полного психологического оппонента.

Г) Расчёт точки невозврата – минимально приемлемого результата, при достижении которого переговоры прекращаются.

Тест 2

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.
Записать буквы вариантов ответа в нужной последовательности.

Расположите этапы подготовки к переговорам в правильной логической последовательности (от первичного сбора данных до формирования окончательной переговорной позиции).

А. Расчёт лучшей альтернативы) и точки невозврата – определение, при каком результате переговоры теряют смысл.

Б. Определение зоны возможной сделки – пересечения интересов сторон, где потенциальное соглашение возможно.

В. Сбор и структурирование информации о другой стороне: потребности, ограничения, репутация, предыдущие кейсы переговоров.

Г. Формирование матрицы уступок и аргументов – ранжирование своих предложений от наиболее важных к наименее значимым и подготовка контраргументов на возможные возражения оппонента.

Д. Чёткая формулировка своих интересов (не позиций): что именно нужно получить от переговоров, а не какую цифру назвать первой.

Контрольное задание (задание открытого типа с развернутым ответом):

Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
Продумать логику и полноту ответа.
Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Проанализируйте предложенную ситуацию, оценив переговорные навыки их персонажей.

Описание ситуации

Идут переговоры по возврату задолженностей. С каждой стороны присутствуют директор, главный бухгалтер и юрист компаний.

Сторона, которая хочет вернуть свои деньги, очень дорожит данным партнёром, поэтому на момент встречи ставит перед собой две цели: сохранить отношения и стимулировать начало возврата долга. После вступительного раскланивания юрист компании-кредитора начинает высказывать претензии:

– Наши компании уже 5 лет взаимовыгодно сотрудничают. Мы хотим с Вами работать и очень надеемся на то, что возникшее на данный момент недоразумение успешно разрешится и не отразится на наших взаимоотношениях. Давайте рассмотрим, как выйти из сложившейся ситуации. Итак, мы предлагаем …

Тут бухгалтер этой же компании, перебивая коллегу, заявляет:

– Если Вы немедленно не отдадите нам долг, мы на вас в суд подадим!

Юрист удивлённо молчит. Директор шепчет своему бухгалтеру:

– Подождите.

Сторона-должник переглядывается, затем их директор заявляет:

– Мы думали, что Вы, в самом деле, настроены на конструктивный диалог и готовы были идти Вам навстречу. Но сейчас мы не уверены в Ваших намерениях. Мы, конечно, должны Вам, но ставить нам ультиматумы – это неприемлемый формат общения.

Директор компании, пришедшей вернуть деньги, миролюбиво и извинительно произносит:

– Ольга Ивановна не то имела в виду. Она хотела сказать, что этот вопрос требует быстрого решения…

Директор-должник после паузы:

– Я сам неплохо понимаю, кто что имеет в виду. (Пауза) Мы, конечно же, обсудим с Вами этот вопрос. Но Вы понимаете, что, когда Ваш продавец придёт ко мне следующий раз уговаривать купить Ваши товары, а не ничуть не худшие товары Ваших конкурентов, мы будем учитывать все аспекты нашего сотрудничества?

Результат:

Стороны договорились не на лучших для взыскующей команды условиях.

Тема 2.3. Ведение переговоров. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Контрольные вопросы:

1. Назовите и раскройте основные этапы переговорного процесса.
2. Рассмотрите фазы переговорного процесса по К. Селлиху.
3. Проанализируйте способы подачи своей позиции.
4. Охарактеризуйте основные стратегии ведения переговоров.
5. Дайте определение аргументации.
6. Назовите основные методы аргументации. Приведите примеры.
7. Охарактеризуйте основные типы переговорщиков.

Тестовые задания:

Тест 1

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что в контексте ведения переговоров означает приём «возврат к повестке»?

А) Резкое повышение голоса, чтобы «поставить оппонента на место» и вернуть себе статус доминирующей стороны.

Б) Корректное прерывание затянувшейся эмоциональной атаки, провокации или ухода в сторону с помощью фраз типа: *Это важно, давайте зафиксируем это отдельно, а сейчас вернёмся к пункту № 3 нашей повестки*.

В) Предложение сделать технический перерыв и полностью сменить тему разговора, надеясь, что оппонент забудет о своих требованиях.

Г) Повторение одного и того же аргумента несколько раз без изменений, имитируя «заезженную пластинку».

Контрольное задание (задание открытого типа с развернутым ответом):

Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

Продумать логику и полноту ответа.

Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Описание задания: Опишите три конкретные речевые тактики, которые переговорщик может использовать на этапе торга (обсуждения условий), чтобы сместить фокус с заявленных позиций сторон (*я хочу скидку 20% / я даю скидку 5%*) на скрытые интересы (*мне важна отсрочка платежа / мне важна гарантия объёма закупки*).

Для каждой тактики приведите:

1. Название тактики.
2. Пример речевой фразы, реализующей эту тактику.
3. Краткое пояснение, какой скрытый интерес она помогает выявить или защитить.

Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Контрольные вопросы:

1. Назовите основные техники ведения переговоров.
2. Охарактеризуйте приём позиционного торга.
3. В чём отличие «жёсткого» торга от «мягкого»?
4. Проанализируйте приёмы конструктивных переговоров.
5. В чём специфика приёмов двойственного характера?
6. Рассмотрите техники речевого воздействия во время переговоров (открытых, закрытых, альтернативных, блокирующих, риторических вопросов, прямого запроса и др.).

Тестовые задания:

Тест 1

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какая техника ведения переговоров предполагает временную приостановку обсуждения спорного вопроса с возвращением к нему позже, обычно после того, как достигнут прогресс по другим, более лёгким пунктам?

А) «Кнут и пряник» – чередование угроз и обещаний для управления поведением оппонента.

Б) «Футбол» (или «передача мяча») – перенос обсуждения сложного вопроса на другой уровень или другому лицу с последующим возвратом.

В) «Откладывание» (или «техника отсрочки») – добровольное вынесение трудного вопроса в конец повестки или на отдельную встречу.

Г) «Бомбардировка вопросами» – задавание множества уточняющих вопросов подряд, чтобы оппонент запутался и уступил.

Контрольное задание (задание открытого типа с развернутым ответом):

Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

Продумать логику и полноту ответа.

Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Описание задания: Опишите три основные техники ведения переговоров, которые относятся к категории «мягких» (партнёрских), и три техники, которые относятся к категории «жёстких» (конкурентных)**.**

Для каждой техники укажите:

1. Название техники.
2. Краткое описание её сути (одно-два предложения).
3. Пример речевой фразы, иллюстрирующей применение этой техники.

Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение манипуляции. Назовите «мишени» манипуляций.

2. Раскройте психологическую природу манипуляций. Дайте определение понятию сценария в манипулировании.

3. Охарактеризуйте основные виды манипуляций и манипуляторов.

4. Сравните психологические и логические манипуляции. Приведите примеры.

5. Рассмотрите универсальные методы противодействия манипуляциям. Приведите примеры.

6. Рассмотрите тактики ответов на острые, сложные и каверзные вопросы. Приведите примеры.

Тестовые задания:

Тест 1

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа

ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Как называется манипулятивная стратегия, при которой переговорщик сначала предъявляет оппоненту заведомо неприемлемые, «абсурдные» требования, а после их закономерного отклонения делает вид, что «идёт навстречу», и предлагает реальные, но всё равно невыгодные оппоненту условия, которые на контрасте с первыми кажутся разумными?

А) «Двойная ловушка» – одновременное предъявление двух взаимоисключающих требований, каждое из которых ведёт к проигрышу оппонента.

Б) «Техника дверью в лицо» – резкое завышение начальных требований с последующим «благородным» снижением до истинно желаемого уровня.

В) «Фальшивый компромисс» – имитация готовности уступить, при которой уступка оказывается мнимой или уже предусмотренной исходным планом.

Г) «Эмоциональное заражение» – намеренная демонстрация сильной эмоции (гнева, обиды, отчаяния), чтобы оппонент пошёл на уступки из чувства вины или жалости.

Контрольное задание (задание открытого типа с развернутым ответом):

Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

Продумать логику и полноту ответа.

Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Описание задания: Опишите четыре стратегии манипулятивного воздействия в переговорном процессе. Для каждой стратегии укажите:

1. Название стратегии.
2. Краткое описание её сути (как она работает и на какую психологическую слабость оппонента давит).
3. Конкретный речевой маркер (пример фразы манипулятора) и пример того, как оппонент может конструктивно противодействовать этой манипуляции.

5.3. Каждый раздел дисциплины завершается контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает 2 КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчёта:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,14	14
КТ 2	100	0,14	14
Итого:	х	0,28	28

Формула расчёта результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ Х Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1 (Темы 1.1.-1.4.)

Доклад

Тематика докладов:

1. Бизнес-лингвистика как ответ на вызовы цифровой экономики: предпосылки возникновения.
2. Объект, предмет и понятийный аппарат бизнес-лингвистики: дискуссионные вопросы.
3. Место бизнес-лингвистики в системе современного языкознания и коммуникативистики.
4. Функциональная парадигма в бизнес-лингвистике: от описания языка к управлению коммуникацией.
5. Бизнес-лингвистика vs. деловое общение: различие уровней анализа (от нормы к эффективности).
6. Бизнес-лингвистика и экономическая теория: язык как нематериальный актив и фактор производства.
7. Психолингвистика в бизнесе: как языковое поведение отражает когнитивные стратегии потребителя.
8. Социолингвистический портрет современного предпринимателя: статусные роли и речевые практики.
9. Бизнес-лингвистика и юриспруденция: лингвистическая экспертиза контрактов и рекламы.
10. Нейролингвистика в переговорах: использование знаний о работе мозга для выбора речевых тактик.
11. Математическая лингвистика и Big Data в бизнесе: анализ тональности отзывов и прогнозирование спроса.

12. PR и бизнес-лингвистика: общие инструменты управления репутацией через язык.

13. Лингвоэкономика: измерение стоимости слов, бренда и тона коммуникации в денежном эквиваленте.

14. Корпоративная лингвистика: от внутреннего документооборота до формирования культуры через язык.

15. Язык как конкурентное преимущество: кейсы компаний, выигравших за счёт коммуникации.

16. Лингвистический аудит бизнеса: методология, этапы и внедрение рекомендаций.

17. Управление тональностью как центральная компетенция бизнес-лингвиста.

18. Риски бизнес-лингвистики: когда слова приводят к финансовым потерям (кейсы коммуникативных провалов).

19. Комплаенс-лингвистика: предотвращение речевых нарушений, ведущих к санкциям регуляторов.

20. Бизнес-лингвистика и манипуляция: грань между эффективной коммуникацией и неэтичным воздействием.

21. Проблема оценки эффективности бизнес-лингвистики: KPI для коммуникации (как измерить ROI речи).

22. Бизнес-лингвистика как метапрофессиональная компетенция: почему каждый менеджер должен владеть её основами.

23. Сравнительный анализ западных и российских подходов к бизнес-лингвистике.

24. Бизнес-лингвистика в эпоху ИИ: как нейросети меняют требования к человеческой деловой коммуникации.

25. Будущее бизнес-лингвистики: прогноз развития дисциплины на ближайшие 5–10 лет.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада развивает исследовательские навыки, расширяет кругозор и учит критически оценивать информацию. При работе над докладом по указанной теме необходимо составить план и отобрать ключевые источники. Изучая их, студент систематизирует полученные данные, формулирует выводы и обобщения.

Такая деятельность требует высокой степени самостоятельности и серьёзной интеллектуальной работы. Наибольшую пользу она принесёт при соблюдении следующих этапов:

ознакомление с основными научными трудами по теме (список рекомендует преподаватель);

анализ изученного материала, выделение наиболее важных фактов, точек зрения учёных и научных положений;

обобщение и логическое выстраивание материала (например, в виде развёрнутого плана);

написание текста доклада в научном стиле.

Структура доклада традиционно включает три части: введение, основную часть и заключение.

Во введении обозначают тему, показывают её связь с другими вопросами или место среди смежных проблем, кратко характеризуют использованные источники.

Основная часть строится логично и последовательно, в ней полностью раскрывается тема.

В заключении подводят итоги, формулируют выводы, подчёркивают значимость рассмотренной проблемы.

Ситуационное задание

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Описание ситуации

Крупная логистическая компания (3000 сотрудников, 12 филиалов) внедрила корпоративный чат-бот «Искра» для внутренних коммуникаций по правилам документооборота. Задача бота – автоматизировать запросы на изменение маршрутов, согласование переработок, срочные отгрузки.

Проблема через 2 месяца после внедрения:

- Служба логистики (диспетчеры 40+, стаж 10+ лет) перестала пользоваться ботом.
- Они вернулись к бумажным служебным запискам и звонкам.
- Молодые менеджеры (до 30 лет) активно используют бота, но допускают в 4 раза больше операционных ошибок в заявках.
- Юридический отдел зафиксировал два случая, когда чат-бот «правильно ответил по букве регламента», но привёл к срыву поставки (из-за невозможности уточнить контекст).

Задания к кейсу:

1. Лингво-инженерный анализ:

- В чём разница между процедурным и контекстным типами речевых актов применительно к работе чат-бота?
- Какое свойство естественного языка (неоднозначность / эллиптичность / ирония / импликатуры) оказалось фатальным для «Искры» в диалоге с опытным диспетчером? Обоснуйте.

2. Управленческая лингвистика:

- Объясните феномен «возврата к бюрократическому стилю» (служебные записки) с точки зрения теории речевого поведения в организации. Как форма документа создаёт иллюзию ответственности?
- Почему служебная записка (письменная форма) воспринимается диспетчерами как более надёжный канал? Назовите 2 лингвистических маркера «надёжности» официально-делового стиля.

КТ – 2. (Темы 2.1.-2.5.)

Доклад

Тематика докладов:

1. Переговоры как феномен: определение, признаки и функции в деловой среде.
2. Эволюция теории переговоров: от искусства торга до научной дисциплины.
3. Ключевые понятия теории переговоров: позиция vs. интерес, BATNA, ZOPA, точка невозврата.
4. Принципиальные переговоры по Гарвардской модели: четыре базовых принципа.
5. Позиционный торг: жёсткая и мягкая версии, достоинства и ограничения.
6. Интегративная vs. дистрибутивная модель переговоров: сравнение подходов.
7. Трансакционный анализ в переговорах: эго-состояния «Родитель – Взрослый – Ребёнок».
8. Стратегии ведения переговоров: конфронтация, сотрудничество, уклонение, уступка, компромисс.
9. Тактический арсенал переговорщика: классификация приёмов (легитимные, манипулятивные, асимметричные).
10. Тактики начала переговоров: установление рамок, повестки и эмоционального тона.
11. Тактики торга: «салями», «якорение», «последнее слово», «разделение разницы».
12. Тактики завершения переговоров: фиксация договорённостей, выход при срыве, постпереговорные обязательства.
13. Роль эмоций в переговорах: управление гневом, страхом, фрустрацией оппонента и своими чувствами.
14. Психологические ловушки в переговорах: неоправданный оптимизм, привязанность к позиции, эскалация обязательств.
15. Невербальная коммуникация на переговорах: жесты, позы, взгляд, интонация как источник скрытой информации.
16. Активное слушание как ключевой навык переговорщика: техники и речевые маркеры.
17. Работа с возражениями: классификация и способы мягкого опровержения.
18. Вопросы как инструмент переговорщика: открытые, закрытые, альтернативные, зондирующие.
19. Кросс-культурные особенности переговоров: восточный, западный и азиатский стили.
20. Гендерные аспекты переговоров: различия в тактиках, восприятии и эффективности.

21. Переговоры в виртуальной среде.

22. Роль посредника (медиатора) в переговорах: задачи, границы вмешательства, этика.

23. Подготовка к переговорам как самостоятельный этап: алгоритм, чек-лист, типичные ошибки.

24. Анализ переговоров после встречи: дебрифинг, измерения эффективности, рефлексия.

25. Типичные ошибки переговорщика: когнитивные искажения, эмоциональные срывы, коммуникативные провалы.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада развивает исследовательские навыки, расширяет кругозор и учит критически оценивать информацию. При работе над докладом по указанной теме необходимо составить план и отобрать ключевые источники. Изучая их, студент систематизирует полученные данные, формулирует выводы и обобщения.

Такая деятельность требует высокой степени самостоятельности и серьёзной интеллектуальной работы. Наибольшую пользу она принесёт при соблюдении следующих этапов:

ознакомление с основными научными трудами по теме (список рекомендует преподаватель);

анализ изученного материала, выделение наиболее важных фактов, точек зрения учёных и научных положений;

обобщение и логическое выстраивание материала (например, в виде развёрнутого плана);

написание текста доклада в научном стиле.

Структура доклада традиционно включает три части: введение, основную часть и заключение.

Во введении обозначают тему, показывают её связь с другими вопросами или место среди смежных проблем, кратко характеризуют использованные источники.

Основная часть строится логично и последовательно, в ней полностью раскрывается тема.

В заключении подводят итоги, формулируют выводы, подчёркивают значимость рассмотренной проблемы.

Ситуационное задание

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Описание ситуации

Небольшая IT-компания «Умный софт» (25 сотрудников) разработала уникальное ПО для управления складом. Единственный потенциальный заказчик в регионе – логистический гигант «LogiStar» (10 000 сотрудников, 90% рынка).

Известные факты:

- «LogiStar» проводит тендер. Формальные условия: цена – 60% веса, срок внедрения – 30%.

- «Умный софт» узнаёт неофициально: у «LogiStar» уже есть «свой» победитель – крупный вендор, но тот не может выполнить одно спорное техтребование.

- Переговорщик «LogiStar» (закупщик со стажем, жёсткий стиль) на первой встрече заявляет: «Вы маленькие, вам нужны деньги. Наша цена – 4 млн, внедрение за 2 недели, гарантия 5 лет. Да или нет. Через час встреча с другим поставщиком».

- Реальная рыночная цена подобного ПО – 9 млн. Себестоимость для «Умного софта» – 2,5 млн. Ближайшие 6 месяцев других заказов не предвидится. Компания может обанкротиться без контракта, но при цене 4 млн едва сводит концы с концами.

Задания к кейсу:

Используя теорию переговоров в условиях дисбаланса власти (модели Ури, концепция «переговоров без капитуляции», тактики работы с давлением), выполните:

1. Анализ позиции слабой стороны.

2. Техники нейтрализации давления.

Опишите 3 лингвистические тактики для «Умного софта», чтобы: взять паузу без потери, перевести фокус с цены на совместные риски, ввести временны́е рамки как ресурс, а не ограничение.

3. План «шаги к соглашению». Разработайте пошаговый сценарий из 4 этапов (речевые и процедурные действия) для «Умного софта» от текущей точки «ультиматум 4 млн» до подписания контракта, где цена будет не ниже 6,5 млн. Каждый этап – короткая фраза + действие.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КАЖДОГО ИЗ ЗАДАНИЙ

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы

		подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания ситуационных заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
65-84	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
55-64	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-54	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

Общая оценка по КТ 1-2 определяется путем нахождения среднего балла по всем заданиям, используемым в контрольной работе.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости): дополнительные материалы не требуются.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме *зачёта*.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Раздел 1. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление

Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука. УК-4.1, УК-5.3.

Вопросы открытого типа:

Вопрос 1. История становления и основные принципы бизнес-лингвистики как интегральной дисциплины.

Вопрос 2. Основная проблематика бизнес-лингвистики.

Вопрос 3. Практическая значимость бизнес-лингвистики.

Вопрос 4. Бизнес-дискурс и бизнес-текст как ключевые категории бизнес-лингвистики.

Вопрос 5. Специфика построения бизнес-текстов.

Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа. УК-4.1, УК-4.2, УК-5.3.

Вопросы открытого типа:

Вопрос 1. Речевое воздействие названия и фирменного слогана.

Вопрос 2. Миссия, видение как специфические бизнес-тексты.

Вопрос 3. История и легенда как специфические бизнес-тексты.

Вопрос 4. Создание вербального корпоративного имиджа.

Тема 1.3. Современные бизнес-медиа. УК-4.1, УК-5.3.

Вопросы открытого типа:

Вопрос 1. Структура, жанровое разнообразие современных бизнес-медиа.

Вопрос 2. Основные техники построения делового медиатекста.

Вопрос 3. Спиндокторинг как технология защиты интересов организации в медиапространстве.

Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Вопросы открытого типа:

Вопрос 1. Лингвопрагматика в бизнесе.

Вопрос 2. Презентация как специфический тип публичного выступления.

Вопрос 3. Основные этапы подготовки презентационной речи.

Раздел 2. Основы теории переговоров

Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Вопросы открытого типа:

Вопрос 1. Переговоры как бизнес-процесс.

Вопрос 2. Классификация и основные функции переговоров.

Тема 2.2. Подготовка к переговорам. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Вопросы открытого типа:

Вопрос 1. Подготовка к переговорам как важнейший их этап.

Вопрос 2. Основные стадии подготовки к переговорам.

Вопрос 3. Формулировка целей переговоров.

Вопрос 4. Установление пределов возможностей участников переговоров.

Тема 2.3. Ведение переговоров. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Вопросы открытого типа:

Вопрос 1. Процессуальные аспекты ведения переговоров.

Вопрос 2. Уточнение интересов и позиций сторон в процессе переговоров.

Вопрос 3. Методы аргументации.

Вопрос 4. Типы переговорщиков.

Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Вопросы открытого типа:

Вопрос 1. Основные техники ведения переговоров.

Вопрос 2. Приёмы позиционного торга.

Вопрос 3. Приёмы конструктивных переговоров.

Вопрос 4. Стратагемы как приёмы ведения переговоров.

Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. УК-4.1, УК-4.3, УК-5.3.

Вопросы открытого типа:

Вопрос 1. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса.

Вопрос 2. Классификация манипуляций.

Вопрос 3. Способы противодействия манипуляциям.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	100-90
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в	75-89

ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	60-74
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	1-59

6.3. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий: не требуется.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы.

Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти

частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.

2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.

3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.

4. Выполнение задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома.

5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность – до 15 минут. Вторая часть – выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность – 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Далее – выполнение и обсуждение практического задания. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность – 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учебное пособие / О. Я. Гойхман, Л. М. Гончарова, М. О. Кошлякова, Т. М. Надеина ; под ред. О. Я. Гойхмана, Л. М. Гончаровой. – Москва : ИНФРА-М, 2025. – 229 с. – (Высшее образование). – DOI 10.12737/24602. – ISBN 978-5-16-020687-5. – Текст : электронный. – URL : https://znanium.ru/catalog/product/2174333 (дата обращения: 26.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Кеннеди, Г. Переговоры: Полный курс : учебное пособие / Г. Кеннеди. – 3-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2026. – 392 с. – (Серия «Сколково»). – ISBN 978-5-9614-4520-6. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2233553 (дата обращения: 26.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

3. Заволокина, Л. И. Эффективные деловые переговоры : учебное пособие / Л. И. Заволокина. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 148 с. – (Высшее образование: Магистратура). – DOI 10.12737/1819520. – ISBN 978-5-16-017208-8. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2056667 (дата обращения: 26.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

4. Асмолова, М. Л. Искусство презентаций и ведения переговоров : учебное пособие / М. Л. Асмолова. – 3-е изд. – Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024. – 248 с. – (Президентская программа подготовки управленческих кадров). – ISBN 978-5-369-01543-8. – Текст : электронный. URL: https://znanium.ru/catalog/product/2158313 (дата обращения: 26.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

8.2. Дополнительная литература

1. Сурикова, Т. И. Лингвистические основы деловой коммуникации : учебник / Т. И. Сурикова, В. И. Коньков. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 248 с. – (Высшее образование). – DOI 10.12737/1062745. – ISBN 978-5-16-018925-3. – Текст : электронный. – URL : https://znanium.ru/catalog/product/2074337 (дата обращения: 26.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Салихова, Э. А. Технологии эффективных деловых и научных коммуникаций : практикум / Э. А. Салихова, О. В. Тугузбаева. – Москва : Флинта, 2022. – 117 с. – ISBN 978-5-9765-5127-5. – Текст : электронный. – URL : https://znanium.ru/catalog/product/1906162 (дата обращения: 26.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

3. Пивоварова, Г. Б. Переговоры в коммерческой деятельности предприятия : учебно-методическое пособие / Г. Б. Пивоварова. – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 59 с. – ISBN 978-5-7972-2532-4. – Текст : электронный. – URL : https://znanium.ru/catalog/product/2211554 (дата обращения: 26.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

4. Рыбкин, А. Г. Стратегия сложных переговоров : учебное пособие /

А. Г. Рыбкин, О. К. Эмих. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 260 с. – (Высшее образование: Магистратура). – DOI 10.12737/textbook_5b309d10b97501.55398051. – ISBN 978-5-16-014922-6. – Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2085043 (дата обращения: 26.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

8.3. Интернет-ресурсы

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – URL: https://elibrary.ru/
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: https://cyberleninka.ru
3. Электронно-библиотечная система «Лань». – URL: http://e.lanbook.com

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудитории:
- Лекционные
- Семинарские
- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:
- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:
- пакет Microsoft Office