

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.ДВ.14.02 «ПЕРЕГОВОРНЫЙ ПРОЦЕСС»

Объем трудоемкости для ОФО: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 36,2 часов контактных: лекционных 16 ч., практических 16 ч., 0,2 часа ИКР; 4 часа КСР, 35,8 часов самостоятельной работы).

Цель дисциплины:

Целью изучения дисциплины является обучение студентов основным технологиям ведения эффективного переговорного процесса в рамках редакционной и внешнередкционной деятельности издательства как корпоративной структуры.

Задачи изучения дисциплины:

научить студентов ориентироваться в социальных и психологических явлениях, сопровождающих процесс переговоров;

использовать внешние и внутренние факторы переговоров в процессе функционирования организации;

анализировать социокультурные особенности переговоров отдельных общностей;

применять полученные знания при анализе процесса переговорного процесса в профессиональной деятельности.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Переговорный процесс» относится к вариативной части Блока 1 Б1.В.ДВ 14.02 «Дисциплины по выбору» учебного плана.

Дисциплина «Переговорный процесс» опирается на положения такой учебной дисциплины как «Маркетинг в издательском деле». Сама является базовой для следующих дисциплин учебного плана: Б1.В.ДВ. 17.01 «Искусство бизнес-презентации».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК-5	способностью к коммуникации в устной и	Стилистически е, семантические	Активно позиционировать собственные и	Стратегией построения убеждающей

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	и синтаксические нормы построения речи в рамках ведения переговоров различного уровня;	корпоративные интересы и отражать их в рамках переговорного процесса посредством вербальных и невербальных коммуникативн ых средств	речи в рамках ведения переговоров различного уровня формально- содержательн ого характера
2.	ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	психологическ ие, социальные, этнические и иные особенности рабочих коллективов и переговорных групп, способствующ ие снижению речевой агрессии и напряженности , а также поиску возможностей нахождения общих точек в интересах	Понимать систему социальных, психологических , культурных и иных мотивов и выстраивать на основе данной информации	Навыком эффективной межкультурн ой деловой коммуникаци и;

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			сторон		
	ПК-32	Способностью осуществлять обслуживание оптовых и розничных покупателей	Социальные и психологическ ие параметры различных покупательски х групп, в частности розничных и оптовых клиентов; производствен ные и коммерческие интересы потребителей, посредников и производителе й;	определять коммерческие, социальные и иные мотивы различных клиентских групп при определении ценовых и товарных предпочтений; выстраивать системы мотивов и стимулов при принятии потребительског о решения; использовать сопутствующую информацию в целях выстраивания эффективной ценовой и производствен ной политики	Методами и техниками аргументиров ания и влияния на партнеров в процессе делового общения и, в частности договорных отношений.
	ПК-35	Способностью организовывать работу с авторами	Коммуникатив ных, психологическ	Определять методы стимулирования	основами редакционно издательской

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			их, социальных и иных особенностей различных групп авторов; потребности и интересы авторов и авторских коллективов;	и мотивации авторов к выполнению непосредственн ых заказов издателя и внесению необходимых изменений в готовые оригиналы; выявлять оптимальные с точки зрения исполнителя и заказчика условия договорной деятельности;	этики;
	ПК-37	Способностью организовывать внутрииздательский документооборот	Структуру деловой коммуникации и специфику различного рода договорных отношений, а также способы формального отражения и функционально го воплощения	разрабатывать основные формы документов, подтверждающи х намерения сторон в переговорных и договорных отношениях; логично и полно описывать юридические, коммерческие и	Обеспечения полноты и логичности изложения намерений в рамках различного рода договорных, гарантийных и иных документов, описывающи

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			прописываемы х намерений.	иные моменты во избежание нежелательных последствий для той или иной стороны договорных отношений или переговорного процесса.	х производстве нные отношения.

Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 2 семестре (для студентов ОФО)

№ раз- дела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеау дитор ная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Роль переговоров в жизни современного общества	14	4	2		8
2.	Основные аспекты переговорного процесса. Критерии объективности на переговорах	16	4	4		8
3.	Принятие решений в переговорном процессе	16	4	4		8
4	Стратегия и тактика переговорного процесса. Завершение переговоров	16	4	4		8
5.	Итоговое занятие. Зачет	5,8		2		3,8

№ раз- дела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеау- дитор- ная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	Итого по дисциплине:		16	16		35,8

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Перечень основной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная

1. Ломова, О. С. Деловое общение специалиста по рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. С. Ломова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 237 с., ил. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801>.
1. Реинжиниринг бизнес-процессов [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.О. Блинов, О.С. Рудакова, В.Я. Захаров, И.В. Захаров ; под ред. А.О. Блинова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 343 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117146>.

Составитель: Захарова М.В., преподаватель