

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.04.02 «Переговорный процесс»

Объем трудоемкости (ЗФО): 1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 контактных часа, лабораторных 6 ч.; 26 часов самостоятельной работы, 3,8 ч. контроль, 0,2 ч. ИКР).

Цель дисциплины - освоение технологического процесса переговоров в социальной сфере, формирование навыков эффективного взаимодействия с оппонентами, ориентированного на совместный поиск решения проблемы с целью достижения максимального удовлетворения интересов обеих сторон.

Задачи дисциплины

- познакомить с основными теоретическими моделями проведения переговоров;
- раскрыть основные черты современного имиджа «искусного переговорщика», позволяющие достичь вершин мастерства в искусстве переговоров;
- показать роль и значение культуры делового общения в процессе международных переговоров;
- познакомить с основными принципами и правилами риторики и теории аргументации, позволяющими убедительно представить свою позицию на переговорах;
- раскрыть роль и значение невербальных коммуникаций, оказывающих влияние на процесс делового общения в разных культурных традициях;
- познакомить с основными принципами подготовки к переговорам: показать правила формирования переговорного досье, раскрыть основные принципы разработки переговорной концепции, правила определения стратегии и тактики переговоров, формирования повестки дня, выбора времени, места и состава делегации;
- дать представление об основных этапах проведения переговоров, раскрыть основные тактические приемы, используемые во время переговоров, показать значение информационного сопровождения переговоров, роль новых информационных технологий для усиления переговорной позиции;
- раскрыть роль и значение национального стиля в процессе межкультурных коммуникаций, показать основные различия между национальными стилями западных и восточных участников переговоров.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 Переговорный процесс входит в раздел «Б.1. Профессиональный цикл. Вариативная часть» ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Преподавание дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин - «Основы интегрированных коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Деловое общение».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Переговорный процесс», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

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

Процесс изучения дисциплины «Переговорный процесс» направлен на формирование следующих компетенций:

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (**ПК-16**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК*)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-8	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	знать способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	уметь разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	владеть навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности
2	ПК-16	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	знать способы подготовки выпуска и производства рекламной продукции под контролем руководства	уметь подготавливать и согласовывать с руководством рекламные проекты, включая текстовые графические и презентационные материалы	владеть способностью под контролем руководства осуществлять подготовку рекламных и ПР-продуктов, а также их распространение

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 4семестре (для студентов 3ФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Искусство ведения переговоров. Введение	6			1	5

2	Поведение на различных стадиях переговоров	5			1	4
3	Анализ переговорного процесса	5			1	4
4	Уловки в переговорах	5			1	4
5	Гарвардский проект переговоров	5			1	4
6	Переговоры с клиентами	6			1	5
7	<i>Вид промежуточной аттестации (зачет)</i>	3,8				
	<i>Итого по дисциплине:</i>	36			6	26

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Шевелева, О.В. Организация ведения переговоров [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.В. Шевелева. — Электрон. дан. — Москва : Советский спорт, 2014. — 296 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/51922>. — Загл. с экрана.
2. Чумиков, А.Н. Переговоры - фасилитация - медиация [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68865>. — Загл. с экрана.

Автор РПД: Ю.Е. Николаева, ст. преподаватель.