

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 Технологии ведения переговоров

Учебный план: _____ ФГОС3++b420301-3_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки: _____
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: _____
(специализация) Пиар и управление бизнесом

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	17	17	37,75	0,25	2	Зачет
	РПД	17	17	37,75	0,25	2	
Итого	УП	17	17	37,75	0,25	2	
	РПД	17	17	37,75	0,25	2	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Лосева Ольга Сергеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: формирование у обучающихся системных теоретических знаний и прикладных навыков стратегического планирования и тактического ведения переговоров, необходимых для эффективной коммуникации с ключевыми стейкхолдерами и защиты интересов бренда/заказчика в условиях конфликта интересов.

1.2 Задачи дисциплины:

Сформировать способность различать типы переговорных стратегий и выбирать оптимальную модель переговоров в зависимости от типа коммуникационной задачи.

Научить применению конкретных тактических приемов в контексте деловой и медийной коммуникации.

Развить навык картирования интересов и BATNA контрагента — ключевых партнеров, СМИ, госорганов или недовольных групп общественности.

Обучить методам перевода деструктивного конфликта в переговорное русло, включая техники эмоциональной регуляции и работы с «жестким» оппонентом в публичном поле.

Сформировать умение выстраивать аргументационный каркас переговоров, используя риторические и PR-инструменты.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Администрирование корпоративной социальной политики, командообразование и развитие персонала
Знать: методы администрирования корпоративной социальной политики, принципы командообразования и технологии развития персонала, применимые в переговорном процессе
Уметь: использовать переговорные техники для согласования интересов сторон при внедрении социальных и HR-инициатив
Владеть: навыками переговорной коммуникации, направленной на формирование эффективной команды и реализацию кадровых решений в корпоративной среде.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Базовые модели и фазы переговорного процесса	7				С
Тема 1. Переговоры как тип коммуникации в PR и рекламе		1	1	4	
Тема 2. Классические модели переговоров: позиционный и принципиальный подход		1	1	4	
Тема 3. Структура переговорного цикла: подготовка, процесс, анализ		1	1	4	
Раздел 2. Тактики, аргументация и психологические техники					С
Тема 4. Эффективные коммуникативные тактики в переговорах		2	2	4	
Тема 5. Управление эмоциями и манипуляции: распознавание и противодействие		2	2	3,5	
Тема 6. Аргументационные модели для рекламных и медиа-переговоров		2	2	4	
Раздел 3. Сложные сценарии и профессиональные контексты в сфере рекламы и PR					О
Тема 7. Многосторонние переговоры и управление коалициями		2	2	3,25	
Тема 8. Антикризисные переговоры и защита репутации		2	2	3	
Тема 9. Кросс-культурные и цифровые аспекты переговоров в коммуникациях		4	4	8	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	17	37,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		34,25		37,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-2	Способен вести переговоры и убеждать, выстраивать коммуникации с партнерами

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Воспроизводит базовые этапы, модели и техники переговорного процесса. Демонстрирует навык активного слушания, постановки открытых вопросов и управления эмоциями в типовых переговорных ситуациях. Применяет алгоритмы работы с возражениями и тупиками. Соблюдает регламент и структуру деловой коммуникации. Анализирует кейс/ситуацию с точки зрения интересов сторон, а не только заявленных позиций.	
Не зачтено	Не может назвать или искажает ключевые понятия. Допускает грубые ошибки в моделировании переговоров. Проявляет деструктивные паттерны. Не выполняет практическое задание на занятии или в симуляции.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Назовите основные этапы подготовки к переговорам.
2	Чем отличаются позиционные переговоры от принципиальных.
3	Опишите структуру открытия переговорного процесса.
4	Какие существуют способы фиксации достигнутых договорённостей.
5	Перечислите типичные манипуляции в деловом разговоре.
6	Как правильно задавать открытые и закрытые вопросы.
7	Назовите приёмы активного слушания собеседника.
8	Каковы правила фиксации времени и регламента переговоров.
9	Опишите технику аргументации своей позиции.
10	Как завершить переговоры с сохранением долгосрочных отношений.
11	Какие бывают тактики ответа на недобросовестные приёмы.
12	Назовите критерии выбора удачного места для переговоров.
13	Как анализировать интересы сторон перед встречей.

14	Опишите способ выхода из ситуации тупика в переговорах.
15	Какие невербальные сигналы важно считать в ходе диалога.
16	Как подготовить альтернативные варианты решения спора.
17	Назовите правила формулировки уступок в торге.
18	Чем отличаются командные переговоры от индивидуальных.
19	Как провести переговоры в условиях жёсткого дефицита времени.
20	Как строится деловая переписка по итогам устных переговоров?

6.3.2 Типовые тестовые задания

1. Что является главной целью деловых переговоров?

- А) Доказать своё превосходство над другой стороной
- Б) Получить максимум выгоды любым способом
- В) Достичь соглашения, устраивающего обе стороны
- Г) Затянуть обсуждение для получения дополнительных сведений

Правильный ответ: В

2. Как называется поведение участника переговоров, который настаивает только на своих условиях и не идёт на уступки?

- А) Сотрудничество
- Б) Компромисс
- В) Жёсткий подход
- Г) Избегание

Правильный ответ: В

3. Какое действие помогает снять напряжение в начале переговоров?

- А) Немедленное выдвижение всех требований
- Б) Предложение партнёру выпить чай или кофе
- В) Обсуждение нейтральной темы, не связанной с предметом встречи
- Г) Фиксация всех разногласий в письменном виде

Правильный ответ: В

4. Что означает приём «возврат к обсуждаемому вопросу» в ходе переговоров?

- А) Повторное выдвижение уже отклонённого предложения
- Б) Возвращение к ранее оставленной теме, чтобы уточнить позицию
- В) Намеренное отвлечение собеседника от главного вопроса
- Г) Завершение переговоров без достижения договорённости

Правильный ответ: Б

5. Какой результат переговоров считается наиболее надёжным для долгосрочного партнёрства?

- А) Победа одной стороны
- Б) Взаимовыгодное соглашение
- В) Перенос встречи на неопределённый срок
- Г) Устное обещание без деталей

Правильный ответ: Б

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Разработать сценарий и провести переговоры о распределении бюджета между тремя отделами компании при условии жёстких временных и ресурсных ограничениях.

Подготовить и реализовать переговорную стратегию по урегулированию конфликта между заказчиком и подрядчиком из-за срыва сроков сдачи рекламной кампании.

Создать чек-лист ключевых уступок и провести тренинг по отработке возражений на примере согласования стоимости размещения наружной рекламы.

Провести переговоры с представителем общественной организации, требующей снять рекламный макет, и найти решение без штрафных санкций.

Составить план постпереговорного анализа по реальному кейсу из практики местного бизнеса с фиксацией достигнутых договорённостей и зон роста.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

ЗАЧЕТ

Допуск: Студент допускается к зачету при выполнении всех требований рабочей программы (посещаемость, текущие работы).

Явка: Студент является в назначенное время.

Выбор задания: Студент устно отвечает на вопросы билета или по перечню, установленному преподавателем.

Подготовка: Предоставляется время на обдумывание (15–30 мин), разрешаются черновики.

Ответ: Студент устно излагает материал, преподаватель задает дополнительные вопросы для проверки глубины понимания.

Оценка: Выставляется «зачтено» (при полном, грамотном ответе) или «не зачтено» (при грубых ошибках, отказе отвечать).

Фиксация: Результат вносится в ведомость в день проведения зачета.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
сост. Аманова Р.П.	Бизнес-коммуникации : учебное пособие	Алматы, Москва : EDP Hub (Идипи Хаб), Ай Пи Ар Медиа	2025	https://www.iprbooks.hop.ru/148299.html
А. М. Сосновская, С. А. Лёвина, О. Ю. Орлова [и др.] ; под редакцией А. М. Сосновской	Изучение практик коммуникации: от этнометодологии к теории сетей	Москва : Дело	2025	https://www.iprbooks.hop.ru/158587.html
С. И. Филиппов	Стратегии повседневной и профессиональной межкультурной коммуникации в контексте цивилизационного многообразия современного мира : учебно-методическое пособие	Новосибирск : Новосибирский государственный университет	2024	https://www.iprbooks.hop.ru/148530.html
Дагаева, Е. А.	Деловые переговоры	Таганрог: Таганрогский институт управления и экономики	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/108077.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Г. В. Барышникова, М. В. Денисенко	Дизайн коммуникации : учебное пособие	Волгоград : Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС	2022	https://www.iprbooks.hop.ru/157927.html
Грег, Уильямс, Пэт, Айер, Сатунин, А., Макариной, Л.	Жесткие переговоры: как противостоять агрессору	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93100.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

- 1 Электронно-библиотечная система Юрайт <https://urait.ru>
- 2 Электронно-библиотечная система Лань <https://e.lanbook.com>
- 3 Электронно-библиотечная система Ай Пи Ар Смарт <https://www.iprbookshop.ru>
- 4 Научная электронная библиотека <https://www.elibrary.ru>
- 5 Справочно-правовая система Консультант плюс <http://www.consultant.ru>
- 6 Справочно-правовая система Гарант <http://www.garant.ru>
- 7 Университетская библиотека онлайн <http://biblioclub.ru>
- 8 База данных Института социологии Российской академии наук
<https://www.isras.ru/Databank.html>
- 9 База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения
<https://wciom.ru/database>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска