

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.04.02 Тактики и стратегии переговорного процесса

Учебный план: _____ ФГОС3++b420301РЦС-1_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

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

Профиль подготовки: _____
(специализация) Реклама в цифровой среде

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

Бескровная В.А.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: формирование у обучающихся системного понимания стратегических моделей и тактических приемов ведения переговоров, а также развитие навыков эффективной коммуникации для достижения паритетных и бесконфликтных договоренностей в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью.

1.2 Задачи дисциплины:

Стратегическая цель: Научить выбирать и обосновывать стратегию переговоров (конкуренция, сотрудничество, компромисс) в зависимости от репутационных рисков и интересов стейкхолдеров.

Тактическая цель: Овладеть арсеналом тактических приемов (аргументация, манипуляции, контр-манипуляции, торг, паузы) для работы с возражениями и асимметрией информации.

Коммуникативная цель: Развить умение управлять эмоциональным фоном, корректно выходить из конфликтов и использовать технологии активного слушания при взаимодействии с медиа, партнерами и госструктурами.

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-5: Способен разрабатывать рекламные стратегии в цифровой среде, учитывая особенности целевой аудитории, рыночные условия и долгосрочные цели бизнеса
Знать: методы анализа целевой аудитории и рыночных условий для последующей трансляции переговорных аргументов в цифровую рекламную стратегию
Уметь: применять тактические приёмы переговоров для согласования рекламных KPI с долгосрочными целями бизнеса в цифровой среде
Владеть: навыками построения переговорной линии, обеспечивающей интеграцию данных цифрового анализа в стратегию рекламной кампании с учётом поведенческих особенностей аудитории.

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. Основы переговорной стратегии	7				С
Тема 1. Понятие и виды переговорных стратегий. Выбор стратегии в зависимости от целей и контекста.		2	3	6	
Тема 2. Подготовка к переговорам: анализ интересов сторон, определение зоны согласия и альтернатив.		2	4	6	
Раздел 2. Тактические приемы ведения переговоров					О
Тема 3. Классификация тактических приемов. Позиционный торг и его методы.		2	4	6	
Тема 4. Интегративные тактики: поиск взаимовыгодных решений, управление уступками.		2	4	6	
Раздел 3. Управление переговорным процессом и завершение					С
Тема 5. Психологические аспекты переговоров. Работа с возражениями и манипуляциями.		4	2	8	
Тема 6. Фиксация договоренностей, анализ результатов и постпереговорная коммуникация.		5		5,75	
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-5	Способность вести переговоры и аргументировать свою позицию — показатель оценивания, демонстрировать умение анализировать переговорную ситуацию,

	выбирать адекватную стратегию и тактические приемы аргументации для достижения целей коммуникации в профессиональной сфере рекламы и PR.
--	--

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	выставляется студенту, который демонстрирует сформированность компетенций на пороговом или высоком уровне. Это означает, что студент: Ориентируется в базовой таксономии переговорных стратегий. Понимает специфику коммуникационных барьеров в PR-среде. Способен применить инструментарий на практике в заданной ролевой модели.	
Не зачтено	Оценка «Не зачтено» выставляется в случаях, когда студент не способен применить теорию на практике и демонстрирует отсутствие минимально необходимого уровня компетенций.	

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	1. Понятие и основные характеристики переговорного процесса.
2	2. Отличия стратегии от тактики в переговорной деятельности.
3	3. Классификация переговоров: цели, состав участников, форма проведения.
4	4. Этапы подготовки к переговорам: анализ ситуации и сбор информации.
5	5. Формулирование целей и определение зоны согласия в переговорах.
6	6. Позиционный торг: сущность, преимущества и недостатки
7	7. Стратегия принципиальных переговоров по Г. Фишеру и У. Юри.
8	8. Жесткий, мягкий и партнерский подходы к ведению переговоров.
9	9. Тактические приемы ведения переговоров: уход, затяжка, салями.
10	10. Психологические тактики: давление, лесть, обман, создание тупика.
11	11. Контрприемы против манипулятивных тактик оппонента.
12	12. Роль коммуникативных техник: активное слушание, постановка вопросов.
13	13. Невербальная коммуникация в переговорном процессе.
14	14. Управление эмоциями в переговорах: эмпатия и эмоциональная саморегуляция.
15	15. Анализ интересов сторон: как отделить интересы от заявленных позиций.
16	16. Методы поиска взаимовыгодных решений: мозговой штурм, расширение повестки.
17	17. Торг как элемент переговоров: правила и приемы уступок.
18	18. Определение лучшей альтернативы переговорному соглашению.
19	19. Переговоры в конфликтной ситуации: стратегии поведения по К. Томасу.
20	20. Роль медиатора и посредника в переговорном процессе.
21	21. Специфика деловых переговоров в сфере рекламы и связей с общественностью.
22	22. Переговоры с представителями СМИ и блогерами: особенности и риски.
23	23. Этические дилеммы в переговорах: ложь, манипуляция, скрытие информации.
24	24. Национальные и кросс-культурные особенности переговоров.
25	25. Завершение переговоров: фиксация договоренностей и постпереговорный этап.
26	26. Анализ эффективности переговоров: критерии и показатели.
27	27. Подготовка переговорной команды: распределение ролей и функций.
28	28. Переговорный процесс в антикризисных коммуникациях.

29	29.	Работа с возражениями и жесткими формулировками оппонента.
30	30.	Разработка собственной переговорной стратегии под конкретную задачу в PR и рекламе.

6.3.2 Типовые тестовые задания

Вопрос: Что из перечисленного является основной целью переговорного процесса в деловой среде?

- А) Подавление оппонента
- Б) Достижение взаимовыгодного соглашения
- В) Затягивание времени
- Г) Личная выгода одной стороны

Правильный ответ: Б

Вопрос: Какой тип стратегии переговоров предполагает ориентацию на сотрудничество при жесткой защите своих интересов?

- А) Мягкая стратегия
- Б) Жесткая стратегия
- В) Принципиальные переговоры
- Г) Стратегия избегания

Правильный ответ: В

Вопрос: Тактика «выход из переговоров» наиболее эффективна в ситуации:

- А) Когда оппонент слабее
- Б) При полном согласии сторон
- В) Когда создается временное преимущество или тупик
- Г) В самом начале переговоров

Правильный ответ: В

Вопрос: Что из нижеперечисленного относится к манипулятивным тактикам в переговорах?

- А) Активное слушание
- Б) Уход в сторону от темы
- В) Предложение по формуле «выигрыш-выигрыш»
- Г) Суммирование промежуточных итогов

Правильный ответ: Б

Вопрос: Какой этап переговорного процесса предполагает анализ альтернатив и определение нижней границы соглашения?

- А) Подготовка к переговорам
- Б) Открытие переговоров
- В) Обсуждение позиций
- Г) Завершение сделки

Правильный ответ: А

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Разработайте тактический план подготовки к переговорам с контрагентом, имеющим заведомо более сильную позицию.

Смоделируйте сценарий перехода от конфликтной фазы переговоров к фазе сотрудничества при обсуждении бюджета кампании.

Определите стратегию поведения на переговорах, если ваше агентство не может выполнить ключевое требование клиента.

Составьте алгоритм использования уступок для достижения основного целевого показателя в коммерческих переговорах.

Опишите тактику фиксации промежуточных договоренностей для предотвращения срыва итогового соглашения.

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				
Грег, Уильямс, Пэт, Айер, Сатунин, А., Макариной, Л.	Жесткие переговоры: как противостоять агрессору	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93100.html
Дагаева, Е. А.	Деловые переговоры	Таганрог: Таганрогский институт управления и экономики	2019	http://www.iprbookshop.ru/108077.html
Дагаева, Е. А.	Деловые переговоры	Таганрог: Таганрогский институт управления и экономики	2019	https://www.iprbookshop.ru/108077.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Мазилкина, Е. И.	Как подготовить и провести переговоры	Ростов-на-Дону: Феникс	2013	http://www.iprbookshop.ru/19223.html
Кеннеди Г., Виноградова Е.	Переговоры	Москва: Альпина Паблишер	2016	http://www.iprbookshop.ru/48432.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
Электронно-библиотечная система Лань
<https://e.lanbook.com/>
Электронно-библиотечная система Знаниум <https://znanium.ru/>
Научная электронная библиотека КиберЛенинка <https://cyberleninka.ru/>
Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>
Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>

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