

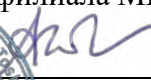
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА**

Филиал МГУ имени М.В.Ломоносова в г.Ташкенте

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель филиала МГУ в г. Ташкенте



 / А.А. Часовских /

(подпись)

«25» октября 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Переговорный процесс»**

1. Наименование дисциплины. Переговорный процесс.

2. Аннотация к дисциплине:

Целью учебного курса является ознакомление студентов с основами переговорного процесса и теми проблемами, с которыми им придется сталкиваться в профессиональной деятельности в ходе проведения переговоров, вопросами и задачами, возникающими в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью при организации и проведении встреч и переговоров. Для достижения цели следует решить следующие задачи:

- сформировать у студентов систематические представления об особенностях и основах переговорного процесса в рекламной деятельности и связях с общественностью;
- доказать необходимость грамотного и взвешенного подхода к проведению переговоров в области рекламы и связей с общественностью;
- использовать приобретенные знания для решения конкретных задач практики проведения переговоров;
- показать значение норм регулирования переговорного процесса и важность их внедрения в практическую деятельность;
- раскрыть смысл и назначение различных механизмов ведения переговоров в области бизнеса и иных сферах публичной деятельности.

3. Место дисциплины в основной образовательной программы:

Дисциплина является обязательной и относится к вариативной элективной части (профессиональная дисциплина по выбору) основной образовательной программы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

4. Уровень высшего образования:

Магистратура (для иностранных студентов)

5. Год и семестр обучения:

II курс, 3 семестр.

6. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы: 36 академических часов практических занятий и 36 часов самостоятельной работы студента, всего- 72 часа.

7. Форма обучения очная.

8. Планируемые результаты обучения по дисциплине

См. матрицу компетенций.

9. Входные требования для освоения дисциплины:

Изучение курса «Реклама в коммуникационном процессе» (1 семестр), а также профессиональные дисциплины по выбору за 1 семестр магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

10. Учебно-тематический план

№	Разделы и темы	Всего	Конт.занятия	Формы
---	----------------	-------	--------------	-------

		(ак.ч ас.)	Практ.занятия	контроля
1.	Переговорный процесс и его виды в профессиональной деятельности.	2	2	Текущий контроль
2.	Стадии переговорного процесса.	2	2	Текущий контроль
3.	Подготовка к переговорам и ведение переговоров как стадии переговорного процесса.	4	4	Текущий контроль
4.	Психологические и организационные особенности проведения переговоров	4	4	Текущий контроль
5.	«Жесткие» переговоры: базовые правила и механизмы регулирования конфликтных ситуаций	4	4	Текущий контроль
6.	Принципы управления переговорами. Приемы противодействия прессингу и управление переговорами	8	8	Контрольная работа
7.	Проблемы вербального и невербального общения в ходе переговорного процесса. Коммуникативные техники	4	4	Текущий контроль
8.	Деловой этикет и организационные правила переговоров	4	4	Текущий контроль
9.	Анализ результатов.	4	4	Текущий контроль
	Итого	36	36	

11. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся и методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Разделы и темы	Самостоятельная работа (ак.ч.)	Виды самостоятельной работы
Анализ конфликтной ситуации, возникающей в ходе переговоров: способы выхода из конфликта	7	Поиск и анализ информации по указанной теме, разработка альтернативных вариантов выхода из конфликтной ситуации
Работа по моделям проведения переговорного процесса	7	Сравнительная характеристика различных моделей проведения переговоров (самостоятельный поиск «плюсов» и «минусов» каждой модели)
Подготовка к практикуму по противодействию прессингу в переговорах	7	Поиск информации в Интернете по указанной теме с самостоятельным разбором кейсов и представление результатов самостоятельной работы в аудитории
Деловой этикет в процессе проведения переговоров: неформальные и формальные правила. Национальные особенности организации переговоров	7	Презентация самостоятельно подготовленных докладов в аудитории с последующим обсуждением
Психологические приемы успешных	8	Поиск кейсов по обсуждаемой теме.

переговоров: как сделать коммуникацию успешной		Выполнение ситуационного анализа по одному из предложенных кейсов.
Итого	36	

12. Учебная программа

Тема 1. Переговорный процесс и его виды в профессиональной деятельности

Переговоры как особая форма профессиональной коммуникации (как «наука» и «искусство» одновременно). Сферы применения переговоров. Виды профессиональных переговоров. Общее и специфическое переговорного процесса в политике и бизнесе. Переговоры и общественное мнение: важность и значение переговоров в профессии PR. Основные функции переговоров (принятие решений, информирование и получение информации, коммуникативная функция, регулирующая, контролирующая, координирующая, деструктивная, рекламная, маскирующая, миротворческая). Основные характеристики любого переговорного процесса.

Тема 2. Стадии переговорного процесса.

Четыре основные стадии переговорного процесса и их содержательная характеристика. Замысел переговоров и переговорные игры. Цели и задачи переговоров («худой мир» или «добрая ссора» - важность выбора цели). Работа на результат: баланс интересов или средств? Когда вступают в переговоры – «полководец» или «дипломат» (кто важнее)? Создание команды и предварительный выбор стратегии. Модельное проектирование в переговорном процессе. «Мягкие» и «жесткие» переговоры, «принципиальные» переговоры.

Тема 3. Подготовка к переговорам и ведение переговоров как стадии переговорного процесса.

Введение в проблему. Решение оргвопросов и проработка содержательной части (различие условно). Составление программы приема партнеров, выбор места и времени (преимущества и недостатки территории), утверждение повестки переговоров, консультация с третьими лицами, сбор информации о клиенте, партнерах и формирование делегации. Анализ проблемы и диагностика ситуации: разработка вариантов, подготовка сценариев (способы: мозговой штурм, деловая игра и проработка тактик «наведения мостов», имитация, составление балансных листов и др), выдвижение предложение и их анализ. Подготовка документов. Подготовка запасных вариантов и составление системной карты переговоров.

Тема 4. Психологические и организационные особенности проведения переговоров

Психология завязывания деловых отношений. Возможные проблемы общения. Вопросы настроения на сложные переговоры. Основы проведения переговоров с клиентом, которого нельзя потерять. Возможности переговоров как усиление корпоративного потенциала. Создание переговорной инфраструктуры. Критерии успеха, разграничение сделок и взаимоотношений. Стандартный и эффективный подходы к переговорному процессу. Переговоры как командная работа.

Тема 5. «Жесткие» переговоры: базовые правила и механизмы регулирования конфликтных ситуаций

Специальные приемы жестких переговоров (психологическое давление, создание агента влияния, «встречная атака», «забалтывание», определение ложной информации, изматывание, провокация, ложная свобода, ценностный конфликт и др.). Тактики и приемы работы с агрессией (важность общих задач, компромисс, поведение «оптимиста», техники ширмы и противовеса, конструктивные блок и др). Ошибки поведения в жестких переговорах и стратегемы перехвата управления в переговорах. Альтернативное разрешение споров.

Тема 6. Принципы управления переговорами. Приемы противодействия прессингу.

Содержательные переговоры и скрытая повестка – как определить отличие. Манипулятивные и силовые тактики как способ реализации скрытой повестки. Прессинг как особый стиль общения, классические цели применения прессинга в сложных переговорах (диагностика ресурсов, сбрасывание эмоционального напряжения, получение тактических преимуществ, иррациональное самоутверждение). Способы и приемы психологического прессинга (атака личного пространства, негативная оценка, атака статусом, свернутый диалог, ограничение свободы, интерпретация, воздействие через гендерное разделение ролей). Базовые правила реакции на прессинг: правило пропущенного удара, правило повтора, баланс, «эмоциональные ловушки», правило меры и др.). Техники по работе с прессингом («разделение эмоций», «рациональное решение», «распределение ответственности», «удар по чужому полю», «лесть» и др.).

Тема 7. Проблемы вербального и невербального общения в ходе переговорного процесса. Коммуникативные техники.

«Переговоры за столом»: проблемы общения. Источники ошибочного восприятия других людей (первое впечатление, внешний вид, гала-эффект, стереотипы и др.). Барьеры и ошибки общения: психологические особенности участников (чрезмерная застенчивость или активность, снисходительность и др.), необоснованное перебивание, низкая культура общения, сверхэмоциональность, склонность к оценочным суждениям, невнимание и др. Виды общения (нерефлексивное, рефлексивное, эмпатийное и др.). Техники постановки вопросов. Невербальное общение и язык жестов. Межличностное пространство, визуальный контакт, рукопожатие и другие средства невербального общения.

Тема 8. Деловой этикет и формально-организационные правила переговоров

Этика переговоров: ложь или правда, этические императивы, противник или партнер (планирование модели коммуникации в переговорном процессе). Правила делового этикета (место и время встречи, принципы формальной вежливости, принципы деловой коммуникации в процессе переговоров). Национальные и культурные особенности ведения переговоров (Россия, США, Европа, Азия).

Тема 9. Анализ результатов переговоров или искусство делать выводы

Итоговые документы переговоров и одобрение проектов документов. Обеспечение выполнения договоренностей. Переговоры на заключительном этапе информационно-аналитической работы. Новые критерии для оценки результата переговоров (взаимоотношения, взаимодействие, интересы, решения, справедливость, обязательства).

13. Форма промежуточной аттестации и фонд оценочных средств

13.1. Формы и оценка текущего контроля

1) *Работа на занятиях, посещение лекций.*

2) *Подготовка доклада и выступление с ним на одном из семинарских занятий:*

Примерные темы докладов:

1. Специфика жестких переговоров.
2. Как противостоять «жесткому» партнеру в переговорном прессинге.
3. Базовые правила завязывания успешной деловой коммуникации в подготовке переговоров.

4. Искусство вести беседу: языковые средства успешной коммуникации в ходе переговорного процесса.
5. Как грамотно подготовить переговоры?
6. Основы переговорного этикета.
7. Особенности проведения переговоров в США.
8. Особенности проведения переговоров в России.
9. Особенности проведения переговоров в Китае.
10. Особенности проведения переговоров в Великобритании и Германии.
11. Особенности проведения переговоров в Италии, Испании и Франции.
12. «Запрещенные» приемы переговоров.
13. Основные методы противодействия агрессии и прессингу.
14. Основные правила речевого этикета в ходе «переговоров за столом».

13.2. Формы и оценка самостоятельной работы:

Студенты пишут самостоятельную работу на тему «Анализ конфликтной ситуации в ходе переговоров: в чем суть конфликта, стратегии развития и пути разрешения».

Пример 1:

О важности распределения ролей и признания лидера команды, если в переговорах участвуют больше двух человек с каждой стороны.

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 партнером – поэтому на момент встречи ставит перед собой две цели: сохранить отношения и стимулировать начало процесса 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 удивленно 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 нам 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 свои 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 придет 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. Переговоры поставлены на грань срыва. Их сценарий пришлось менять не в пользу стороны, которая до начала общения имела преимущества. Имидж компании, у которой переговорная команда «кто в лес, кто по дрова», сильно пострадал.

Да и директор, оказавшийся не совсем лидером своей команды, вряд ли получил удовольствие и очки перед лицом оппонента.

Вывод

Причины этих переговорных неприятностей просты. Бухгалтер нарушила субординацию и правила командных переговоров: нельзя перебивать партнера по команде, тем более озвучивать точку зрения (позицию), противоречащую точке зрения, высказанной коллегой. Исключения, конечно, есть. Так поступают, когда используют сценарий «Добрый и злой полицейский».

Очень важно до переговоров в команде согласовать, кто какую роль играет, кто что говорит, кто отдает гласные или негласные команды, руководя игрой своей команды. Если в команде переговорщиков нет лидера, сюрпризы неизбежны. Если переговорщик не позаботится о готовности всей своей команды, самые чудесные переговоры могут стать жесткими.

Пример 2:

Описание ситуации

Надежда – директор компании, которая продает кормовые добавки агропредприятиям. Она, не смотря на то, что в ее 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 уверена, 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. (1)

Надежда, чуть наклонившись вперед:

— Наконец-то мы встретились. Я очень рада вас видеть. Уверена, мы будем отличными партнерами. (2)

— 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. (3)

— У нас пока все есть... – начинает Александр.

— У вас есть? Отлично! У всех есть! Но кто же не хочет быть еще счастливее, чем он есть. Вот я хочу. А Вы? (4)

Александр нерешительно кивает и открывает рот, чтобы что-то сказать, но не успевает (5).

— 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 партнеры – самые счастливые люди!

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

— Ах, о чем 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). (6) Вот! Все 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 еще больше убедиться в своем счастье, оставляю вам вот эти бумажки – тут результаты многочисленных опытов. А пока, давайте определимся, с чего мы начинаем наше сотрудничество. Я вам предлагаю... (7)

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

Анализ

Надежда с первых секунд взяла управление общением в свои руки. Своей энергией и напором она обескуражила Александра, которой столь темпераментных дам, возможно, раньше за столом переговоров не встречал.

- (1) Обычно рукопожатие длится около 2-3 секунд и каждый участник подает одну руку. Тот, кто держит руку оппонента дольше этикетного времени, а уж тем более захватывает ее двумя своими, показывает, что он имеет на это полное право. Если партнер такого напористого переговорщика не очень уверен в себе, такой ход в самом начале переговоров может еще больше пошатнуть его позицию.
- (2) Надежда говорит о будущем сотрудничестве с такой уверенностью, как будто это уже дело решенное.
- (3) Игра переводится на поле «человек-человек». Я (человек) принесла вам (человеку) радость. Кто же выгоняет того, кто приносит радость?
- (4) Рефрейминг: разговор о пищевых добавках снова переводится в другую плоскость – теперь речь идет о счастье. Вопрос «Вы этого хотите?» относится не к добавкам, а к счастью.
- (5) Надежда ведет информационную атаку: использует утверждения, на ею заданные вопросы она же и отвечает. Александр Петрович почти не имеет возможности принимать участие в общении. При этом Надежда не ведет себя агрессивно или неуважительно – поэтому претензии ей предъявить невозможно.
- (6) Используется метод Сократа: Надежда задает вопросы, на которые просто невозможно не получить «да». Каждый кивок оппонента увеличивает шансы задающего вопросы на победу.
- (7) Рассказав о своих продуктах, Надежда не спросила, нужны ли они оппоненту. Она сразу (без паузы) переходит к договоренности о формате будущего сотрудничества.

Выводы

Надежда активно управляла переговорами, не выявляла потребности оппонента и можно сказать, игнорировала Александра Петровича, позволяя ему разве что отвечать на вопросы о счастье. И все-таки Надежда переговоры выиграла. Почему? Потому что ее оппонент занимает более слабую переговорную позицию, возможно, он – «Дитя» (в трансактном анализе Эрика Берна). Будь Александр Петрович «Родителем» или «Взрослым», он бы быстро дал отпор столь темпераментной и отвлекающейся от темы Надежде.

13.3 Форма и оценка промежуточной аттестации

Зачет.

Для получения оценки «зачет» автоматически требуется соблюдение следующих условий:

- посещаемость не менее 80% занятий;
- выступление с одним докладом по обсуждаемой на семинаре теме;
- активная работа на семинарских занятиях;
- успешная оценка самостоятельной работы.

В случае несоблюдения одного из перечисленных условий, студенты сдают устный зачет по вопросам.

Примеры вопросов к зачету:

1. Понятие переговорного процесса.
2. Стадии переговорного процесса.
3. Подготовка переговоров.
4. Правила успешной коммуникации в переговорном процессе.
5. Виды переговоров.
6. Конфликтные переговоры: особенности и специфика поведения в них.
7. Правила работы с агрессией и прессингом.
8. Анализ результатов переговоров и подведение итогов.
9. Этика переговоров.
10. Средства невербальной коммуникации в ходе переговоров.
11. Особенности проведения переговоров в разных странах.
12. Основы делового этикета в переговорах.
13. Организация и проведение формальных и неформальных встреч.
14. Основные методы противодействия агрессии и прессингу.

14.Ресурсное обеспечение:

Учебная литература:

1. Гуриева С.Д. Тактики и стратегии ведения переговоров: Учеб.пособие. – СПб., 2015. – 132с.
2. Гуриева С.Д. Теория и практика ведения переговоров. Учебное пособие. СПбГУ, 2019. – 112 с.
3. Данилов В. А. Переговоры в деловых коммуникациях Часть I: учеб.пособие для бакалавров/ — М.: АНО ВО «Институт непрерывного образования», 2018. – 221 с.
4. Иванова Н.В. Искусство ведения бизнес-переговоров. Конспект лекций / Н.В. Иванова; Казанский федеральный ун-т. – Казань, 2014. – 171 с.
5. Кузина Ю.И. К89 Язык ведения переговоров: учебно-методическое пособие / Ю.И. Кузина. – Томск: Изд-во ТПУ, 2006. – 72 с.
6. Лебедева М.М. Технология ведения переговоров. М:Аспект Пресс, 2010.–192 с.
7. Сосновская А. М. Деловая коммуникация и переговоры: учеб.пособие. СПб.: Изд-во СЗАГС, 2011. — 8 с.;
8. Цыренова А.А. Учебно-методическое пособие к проведению ролевой игры «Переговоры». – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2006. –112 с.
9. Шатилов С.В. Управление переговорным процессом: Конспект лекций. - М.: МГУПС (МИИТ), 2015. - 113 с.
10. ШеретовС.Г. Ведение переговоров: Учебное пособие. - Алматы: Издательство «Юрист», 2008, - 92 с.

Основная литература:

1. Василенко И.А. Политические переговоры. - М: Гардарики, 2006. – 271 с.
2. Ведение переговоров и разрешение конфликтов / Пер. с англ. – М: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 226 с.
3. Даймонд С. Переговоры, которые работают. - М.: Манн, Иванов и Фербер, – 2011.
4. Дубинин Ю.В. Мастерство переговоров. – М: Международные отношения, 2009. – 304 с.
5. Козлов В.В. Жесткие переговоры: победить нельзя проиграть / В.В. Козлов. – М: Эксмо, 2009. – 224 с.
6. Митрошенков О.А. Эффективные переговоры. - М: Издательский дом «ИНФРА-М», 2000. – 280 с.

Дополнительная литература:

1. Hall E.T. The Dance of Life. The Other Dimension of Time. 1989.
2. Hofstede G. Cultures and Organizations. Software of the Mind, Maidenhead, 1991.
3. Азимов С. Продажи, переговоры. – М: Юпитер, 2018. – 320 с.
4. Бесемер Х. Медиация. Посредничество в конфликтах. Калуга: «Духовное наследие», 2004. – 176 с.
5. Кеннеди Г. Договориться можно обо всем. – М: Альпина Пабlishер, 2017. – 400 с.
6. Кичаев А. Переговоры с удовольствием. – М: ИГ «Весь», 2014. – 320 с.
7. Колризер Дж. Не стать заложником. Сохранить самообладание и убедить оппонента. – М: Юнайтед Пресс, 2014.
8. Мамонтов, С. Тактика ведения переговоров. – СПб.: Питер, 2002. – 159 с.
9. Мастенбрук В. Переговоры. Калуга: Калужский институт социологии, 1993.
10. Патон Б., Фишер Р., Юри У. Как добиться «ДА» или переговоры без поражения. – М: Эксмо, 2008.

11. Пилинг Н. Искусство переговоров [аудиокнига]. Интернет-ресурс: https://www.youtube.com/watch?v=Y3321eKHe_I
12. Рыбаков Ю.М. Дипломатия. М.: Восток-Запад, - 2010. – 656 с.
13. Рызов И. Я всегда знаю, что сказать. М., 2015.
14. Себениус Дж. Межкультурные переговоры. // HarvardBusinessReview, декабрь 2005. Хрусталева М. А. Методология анализа международных переговоров // Международные процессы. 2006. Т. 4. № 13.
15. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или Переговоры без поражения / Пер. с англ. М.: Наука, 1990.
16. Юри У. Гарвардская школа переговоров. Как говорить НЕТ и добиваться результатов. [пер. с англ. Т. Новиковой]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 240 с.

Информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Center for Mediation and Conflict Resolution, United States Peace Institute: <http://www.usip.org/mediation/index.html>
2. International Negotiation: A Journal of Theory and Practice — <http://interneg.org/in>
3. Processes of International Negotiation: <http://www.iiasa.ac.at/Research/PIN>
4. Program on Negotiation at Harvard Law School: <http://www.pon.harvard.edu>.
5. The Netherland Institute of International Relations: <http://www.clingendael.nl>
6. Бандурка, А. Использование манипулятивных техник в деловом общении [Электронный ресурс]/ А. Бандурка, С. Бочарова, Е. Землинская // Психология управления. – Харьков, 1998. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/manipulation.htm> Васильев, Н.Н.
7. Ведение переговоров и разрешение конфликтов [Электронный ресурс]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – Режим доступа: <http://www.koob.ru/words/peregovori>.
8. Воронин, О. Переговоры по системе Кэмпбелла [Электронный ресурс]/ О. Воронин. - Режим доступа: <http://www.koob.ru/words/peregovori>. - Загл. с экрана.
9. Делез, Ж. Переговоры [Электронный ресурс] / Ж. Делез. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/del_per/index.php. - Загл. с экрана.
10. Деревницкий, А. Техника переговоров [Электронный ресурс]/ А.А. Деревницкий. – Режим доступа: <http://dere.com.ua/rassilka/089.shtml>. - Загл. с экрана. Деревницкий, А.А.
11. Добротворский, И.Л. Переговоры на 100 процентов [Электронный ресурс]/ И.Л. Добротворский. - Режим доступа: <http://www.koob.ru/words/peregovori>. - Загл. С экрана.
12. Маркасян, И. Как перехватить инициативу в переговорах [Электронный ресурс]/ И. Маркасян. – Режим доступа: <http://www.irinam.com/index.php/> - Загл. с экрана.
13. Научно-образовательный портал «Аналитика конфликта» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aconflict.ru>. Психологические аспекты переговорного процесса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ethique.ru/talking-psy/> - Загл. с экрана.
14. Переговоры особого назначения [Электронный ресурс]/ А.А. Деревницкий. – СПб.: Питер, 2006. - Режим доступа: <http://www.koob.ru/words/peregovori>. - Загл. с экрана.
15. Рудина, Л.М. Суровая реальность успешных переговоров [Электронный ресурс]/ Л.М. Рудина // Дело – пресс. – 2007. - № 1. – Режим доступа: <http://www.delo-press.ru/> - Загл. с экрана.
16. Саркисян, Б.С. Выбор успешной стратегии переговоров [Электронный ресурс] / Б.С. Саркисян. – Режим доступа: <http://psylife.ru/> - Загл. с экрана.

17. Сороченко, В. Семь мифов об эффективных переговорах [Электронный ресурс]/ В. Сороченко // БизнесФорум IT. – 2004. - № 1. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/manipulation.htm>. - Загл. с экрана.
18. Тренинг преодоления конфликтов [Электронный ресурс]/ Н.Н. Васильев. - Режим доступа: <http://www.koob.ru/words/peregovori>.
19. Унт, И. Искусство ведения переговоров: пошаговое руководство и технологии проведения коммерческих переговоров [Электронный ресурс] / И. Унт. – М.: Изд-во Баланс Клуб, 2004. - Режим доступа: <http://www.koob.ru/words/peregovori>. - Загл. с экрана.
20. Шеретов, С.Г. Ведение международных переговоров: Учебное пособие [Электронный ресурс]/ С.Г. Шеретов. – Режим доступа: http://window.edu.ru/window_catalog/pdf/ - Загл. с экрана

Интернет-ресурсы

Национальная философская энциклопедия <http://terme.ru/>
 Библиотека Library Genesis <http://libgen.info/index.php>
 Britannica - www.britannica.com
 Stanford Encyclopedia of Philosophy <http://plato.stanford.edu/>
 The Internet Encyclopedia of Philosophy (IEP) <http://www.iep.utm.edu/>

Материально-техническое обеспечение дисциплины

А. Помещения: Аудитории Ташкентского филиала МГУ имени М.В. Ломоносова

Б. Оборудование: Компьютерный класс с подключением Интернета; мультимедийные аудитории Ташкентского филиала МГУ имени М.В. Ломоносова.

Перечень рекомендуемого программного обеспечения: Microsoft Office, Adobe

15. Язык преподавания: русский

16. Разработчик программы: Авдеева Ирина Александровна, к.филос.н., доцент.