



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Negocjacje w biznesie

Przedmiot

Kierunek studiów

Elektronika i Telekomunikacja

Studia w zakresie (specjalność)

Poziom studiów

drugiego stopnia

Forma studiów

niestacjonarne

Rok/semestr

II/IV

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

10

Laboratoria

Inne (np. online)

Ćwiczenia

10

Projekty/seminaria

Liczba punktów ECTS

3

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Ewa Badzińska,

ewa.badzinska@put.poznan.pl

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

Wymagania wstępne

Student zna podstawowe pojęcia związane z negocjacjami w zakresie współpracy w środowisku społeczno-gospodarczym. Potrafi dostrzeć, kojarzyć i interpretować podstawowe zasady procesu negocjacyjnego oraz jest świadomy znaczenia procesu negocjacyjnego w życiu zawodowym i prywatnym. Wykazuje gotowość do rozwoju swojej wiedzy i umiejętności. Jest otwarty na pracę w zespole.

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zdobycie przez studentów wiedzy oraz nabycie umiejętności i kompetencji w zakresie: rozwijania umiejętności komunikowania się z partnerem biznesowym podczas negocjacji, praktycznego wykorzystania zasad negocjacji w trakcie dyskusji grupowej i dialogu, kształtowania kompetencji argumentowania i osiągania celów w procesie negocjacji poprzez stosowanie różnych stylów i strategii.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

1. Posiada wiedzę na temat komunikacji w biznesie oraz stylów i strategii negocjacji.



2. Zna techniki negocjacyjne.
3. Posiada wiedzę na temat przygotowania i prowadzenia procesu negocjacyjnego.

Umiejętności

1. Potrafi określić cel, argumenty, alternatywne rozwiązania i BATNA w negocjacjach.
2. Umie wykorzystać zdobytą wiedzę do efektywnego przeprowadzenia negocjacji.
3. Potrafi analizować i krytycznie ocenić style prowadzonych negocjacji.

Kompetencje społeczne

1. Potrafi pracować w zespole i być otwartym na propozycje innych członków.
2. Potrafi wносить wkład merytoryczny w przygotowanie procesu negocjacyjnego.
3. Ma świadomość konieczności rozwijania kompetencji społecznych w zakresie prowadzenia negocjacji biznesowych.

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Wiedza nabyta w ramach wykładu jest weryfikowana przez jedno 60-minutowe kolokwium realizowane na ostatnim wykładzie. Składa się ono z 10-12 pytań (testowych i otwartych) różnie punktowanych w zależności od stopnia ich trudności. Próg zaliczeniowy: 60% punktów. Zagadnienia zaliczeniowe, na podstawie których opracowywane są pytania na kolokwium, zostaną przesłane studentom drogą mailową z wykorzystaniem systemu uczelnianej poczty elektronicznej. Ocena końcowa może zostać podwyższona za aktywny udział studenta w wykładzie problemowym i konwersatoryjnym.

Wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne nabyte w ramach ćwiczeń są weryfikowane na podstawie prezentacji zrealizowanego projektu grupowego – negocjacji na temat wybranego zagadnienia – oraz aktywności studenta podczas zajęć (udział w dyskusji, ewaluacja projektów innych zespołów). Kryteria ewaluacji projektu będą przekazane studentom na pierwszych zajęciach.

Treści programowe

Program przedmiotu obejmuje następujące zagadnienia: Analiza procesu negocjacyjnego: istota i cele negocjacji. Ogólna charakterystyka i założenia procesu negocjacyjnego. BATNA w negocjacjach. Cechy profesjonalnego negocjatora. Typ negocjacji: miękki, twardy i rzeczowy. Rola komunikacji werbalnej i niewerbalnej podczas negocjacji. Techniki negocjacyjne. Zachowania nieetyczne podczas negocjacji. Międzykulturowe bariery w negocjacjach.

Metody dydaktyczne

Wykład: prezentacja multimedialna ilustrowana przykładami; wykład problemowy (dyskusja nad rozwiązaniem danego problemu), wykład konwersatoryjny (dyskusja moderowana przez prowadzącego).



Ćwiczenia: metoda case study, metody dyskusyjne: konwersatorium, brainstorming, praca w zespołach nad realizacją projektu.

Literatura

Podstawowa

1. Cialdini R., (1994), Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
2. Sambor W. i inni, (2013) Scenariusze negocjacji biznesowych, trening umiejętności, Poltex, Warszawa.
3. Negocjacje w biznesie, PARP, Projekt UE ze środków EFS,
https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2014_negocjacje_w_biznesie.pdf

Uzupełniająca

1. Solutions for Avoiding Intercultural Barriers at the Negotiation Table
<https://www.pon.harvard.edu/daily/business-negotiations/solutions-for-avoiding-intercultural-barriers/>
2. 10 Great Examples of Negotiation in Business
<https://www.pon.harvard.edu/daily/business-negotiations/these-examples-illustrate-the-importance-of-negotiation-in-business/>
3. Case Study of Conflict Management: New Dispute Resolution Skills
<https://www.pon.harvard.edu/daily/business-negotiations/new-conflict-management-skills/>
4. Negotiating Skills: Test Your Negotiation Decision-Making Ability
<https://www.pon.harvard.edu/daily/business-negotiations/test-your-negotiation-smarts/>
5. Negotiation Ethics and Fairness: Ethics in negotiation and ideas of fairness in business negotiation
<https://www.pon.harvard.edu/daily/business-negotiations/what%E2%80%99s-fair-in-negotiation/>

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

| | Godzin | ECTS |
|--|--------|------|
| Łączny nakład pracy | 60 | 3 |
| Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem | 25 | 1 |
| Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do ćwiczeń, wykonanie projektu i prezentacji, przygotowanie do kolokwium) ¹ | 35 | 2,0 |

¹ niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności