

Negocjacje w biznesie - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Negocjacje w biznesie
Kod przedmiotu	14.4-WP-PSChM-NwB
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Psychologia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	jednolite magisterskie
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	7
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Występuje w specjalnościach	Psychologia pracy, organizacji i zarządzania
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	- dr hab. Tatiana Ronginska, prof. UZ - mgr Maria Żochowska

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę
Ćwiczenia	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest rozwinięcie u studentów kompetencji w zakresie negocjacji, w szczególności negocjacji w biznesie. Zapoznanie ich m.in. z typami i stylami negocjacji oraz umiejętnościami i cechami skutecznego negocjatora. Zaznajomienie ze stylami i technikami negocjacyjnymi z określeniem roli i znaczenia negocjacji jako sposobu rozwiązywania problemów i konfliktów.

Wymagania wstępne

Podstawowe wiadomości z zakresu technik wpływu społecznego, psychologii konfliktów i komunikacji interpersonalnej

Zakres tematyczny

Istota negocjacji i najważniejsze jej elementy. Sposoby prowadzenia negocjacji i style negocjowania. Zasady, które należy uwzględnić w negocjacjach oraz rodzaje negocjacji. Wady i zalety negocjacji zespołowych i indywidualnych. Planowanie strategii negocjacji. Style negocjowania i ich następstwa oraz fazy procesu negocjacji. Cechy i umiejętności skutecznego negocjatora. Komunikacja w negocjacjach i trudne sytuacje negocjacyjne.

Metody kształcenia

Wykład konwencjonalny, wykład konwersatoryjny, burza mózgów, prezentacje multimedialne, dyskusja, metoda przypadków, praca z dokumentem źródłowym, praca w grupach

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi scharakteryzować rodzaje technik negocjacyjnych	K_W04	- aktywność w trakcie zajęć - bieżąca kontrola na zajęciach - kolokwium - praca kontrolna	- Wykład - Ćwiczenia
Student zna zasady, które należy uwzględnić w negocjacjach.	K_W06	- aktywność w trakcie zajęć - bieżąca kontrola na zajęciach - kolokwium - praca kontrolna	- Wykład - Ćwiczenia
Student zna podstawy teoretyczne negocjacji.	K_W03	- bieżąca kontrola na zajęciach - dyskusja - kolokwium - praca kontrolna	- Wykład - Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi wybrać adekwatną technikę rozwiązywania sporu do przedstawionego problemu.	• K_U03	• bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja • kolokwium • praca kontrolna	• Wykład • Ćwiczenia
Student jest przygotowany do negocjowania w imię osiągnięcia wspólnych celów.	• K_K06	• bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja • kolokwium • praca kontrolna	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Na ocenę końcową z przedmiotu składa się: ocena uzyskana z ćwiczeń - wykonanie pracy zaliczeniowej na podstawie przedstawionego przypadku, przygotowanie projektu bądź scenariusza mediacyjnego lub negocjacyjnego oraz sprawdzenia poziomu wiedzy teoretycznej studenta – test pisemny i na podstawie pracy zaliczeniowej zleconej po uzyskaniu pozytywnej oceny z ćwiczeń. Ocenę końcową ustala się na podstawie średniej arytmetycznej ze wszystkich zajęć wchodzących w skład przedmiotu. Zgodnie z § 26 pkt 3 Regulaminu Studiów UZ ocena nie może być niższa od najniższej, ani wyższa od najwyższej z ocen zajęć wchodzących w skład tego przedmiotu. Przy ustalaniu oceny końcowej pod uwagę bierze się także oceny negatywne uzyskane w toku egzaminowania.

Literatura podstawowa

- Fisher, R. i Ury, W., Dochodząc do TAK. Warszawa, 2013
- Gmurzyńska, E., Morek, R. (red.), Mediacje: teoria i praktyka. Kraków, 2009
- Nęcki, Z., Negocjacje w biznesie, Wydawnictwo: ANTYKWA, Kraków, 2000

Literatura uzupełniająca

- Bieńkowska, E., Poradnik mediatora, Warszawa, 1999
- Brdulak, H. i Brdulak, J., Negocjacje handlowe. Warszawa, 2000
- Fisher, R. i Shapiro, D. (2009). Emocje w negocjacjach. Warszawa, 2009
- Ury, W. Odchodząc od nie : negocjowanie od konfrontacji do kooperacji, Warszawa, 2009 (wyd.2).
- Moor C., Mediacje: praktyczne strategie rozwiązywania konfliktów, Kraków, 2009
- Steele P., Murphy J., Russill R., Jak odnieść sukces w negocjacjach, Oficyna Ekonomiczna, Kraków, 2005
- Rządca, R. A. i Wujec, P., Negocjacje, Warszawa, 2001

Uwagi

Zmodyfikowane przez mgr Maria Żochowska (ostatnia modyfikacja: 14-05-2018 17:17)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ