



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	NEGOCJACJE I KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA, PG_00037230						
Kierunek studiów	Analityka gospodarcza						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2020 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2021/2022				
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki				
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni				
Rok studiów	2	Język wykładowy	polski				
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS	2.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie				
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Przedsiębiorczości						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Marta Szeluga-Romańska					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr Marta Szeluga-Romańska					
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	16.0	0.0	0.0	0.0	16
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM		
	Liczba godzin pracy studenta	16	2.0	32.0	50		
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przygotowanie studenta do udziału w różnego typu negocjacjach poprzez zapoznanie go z zasadami negocjowania i udział w zadaniach problemowych z tego zakresu ze szczególnym uwzględnieniem negocjacji wewnątrz organizacji.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu			Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K7_U13] potrafi projektować i wykonywać powierzone zadania, efektywnie współpracując w zespole	Wykorzystuje zasady skutecznej komunikacji w prowadzonych ustaleniach.			[SU1] Ocena realizacji zadania		
	[K7_W06] zna rolę człowieka jako kreatora i uczestnika struktur społeczno-gospodarczym w skali makro i mikro	Student definiuje proces negocjacji, identyfikuje jego elementy.			[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej [SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym		
	[K7_U05] sprawnie posługuje się normami prawnymi i etycznymi w rozwiązywaniu konkretnych zadań i problemów w odniesieniu do wybranych do struktur społeczno-gospodarczych i występujących w nich więzi społecznych	Student wybiera i stosuje optymalny styl negocjacji.			[SU2] Ocena umiejętności analizy informacji		
	[K7_W09] ma pogłębioną wiedzę dotyczącą norm prawnych, etycznych i organizacyjnych warunkujących właściwe funkcjonowanie struktur społecznych i gospodarczych z uwzględnieniem występujących w nich prawidłowości	Rozumie różnice pomiędzy interesem i stanowiskiem w prowadzonych negocjacjach.			[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
	[K7_W05] ma rozszerzoną wiedzę w zakresie działalności gospodarczej człowieka funkcjonującego w globalnym otoczeniu	Wie w jaki sposób różnice indywidualne przekładają się na komunikację międzyludzką w organizacjach.			[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		

Treści przedmiotu	Negocjacje i komunikacja - wprowadzenie. Konflikt i współzależność. Negocjacje dystrybucyjne- reguły. Negocjacje dystrybucyjne- techniki. Negocjacje integracyjne- reguły. Negocjacje integracyjne- techniki. Cechy negocjatora skutecznego. Aspekty komunikowania się w negocjacjach. Etapy negocjacji. Przygotowanie do rozmów. Indywidualne style i strategie negocjacyjne. Reguły perswazji. Techniki argumentacji. Wywieranie wpływu. Negocjacje z trudnymi partnerami- metody radzenia sobie. Symulacje sytuacji negocjacyjnych.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Kolokwium	60.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Cialdini R.: Wywieranie wpływu na ludzi, GWP, Gdańsk 2009 Camp J. Zaczynij od nie, Moderator, Wrocław 2004 Bowles, H. R., Thomason, B., & Macias-Alonso, I. (2021). When Gender Matters in Organizational Negotiations. <i>Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior</i> , 9. Helmold, M., Dathe, T., Hummel, F., Terry, B., & Pieper, J. (2020). <i>Successful international negotiations</i> . Springer International Publishing.	
	Uzupełniająca lista lektur	Lax A.D.: Negocjacje w trzech wymiarach. Jak wygrać najważniejsze gry negocjacyjne, MT Biznes Sp z o.o., Warszawa 2007	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	jakie techniki wpływu można zastosować w podanej sytuacji negocjacyjnej?		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		