

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Negocjacje/komunikacja interpersonalna, PG_00135750						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2023 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2024/2025		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów		
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Anna Dziadkiewicz				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	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	15		0.0		0.0	15
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest wyposażenie studentów w teoretyczną wiedzę oraz praktyczne umiejętności z zakresu negocjacji i komunikacji interpersonalnej, które są kluczowe w budowaniu efektywnych relacji zawodowych i osobistych. Studenci poznają różne techniki negocjacyjne, style komunikacji oraz strategie radzenia sobie z konfliktami, co pozwoli im na skuteczne prowadzenie rozmów w różnych kontekstach społecznych i biznesowych. Dodatkowo, przedmiot ma na celu rozwinięcie u studentów umiejętności słuchania, empatii oraz asertywności, które są fundamentem skutecznej i etycznej komunikacji.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZMU2_U02] Potrafi w pogłębiony sposób posługiwać się aktami prawnymi, regulującymi sferę organizacji formalno-prawnej zakładania i funkcjonowania przedsiębiorstw w Polsce.	Student potrafi w pogłębiony sposób stosować techniki negocjacyjne i strategie komunikacyjne w kontekście rozwiązywania konfliktów oraz budowania relacji interpersonalnych w środowisku zawodowym i osobistym. Student umie efektywnie prowadzić dialog, negocjować warunki współpracy oraz argumentować swoje stanowisko, z uwzględnieniem zasad etyki i różnorodnych stylów komunikacji.	[SU5] realizacja zadania problemowego
	[ZARZMU2_K01] Ma świadomość deprecjacji wiedzy w czasie i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i pogłębiania wiedzy zarówno w trybie akademickim jak również pozaakademickim. Potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób.	Student rozumie, że umiejętności komunikacyjne i negocjacyjne wymagają ciągłego doskonalenia oraz aktualizacji, aby były skuteczne w zmieniającym się środowisku społecznym i zawodowym. Jest świadomy potrzeby rozwijania tych kompetencji przez całe życie, zarówno w ramach formalnej edukacji, jak i samodzielnie. Potrafi również inspirować i wspierać innych w rozwijaniu ich umiejętności komunikacyjnych oraz organizować proces ich nauki, dostosowując metody i narzędzia do indywidualnych potrzeb uczestników.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK5] realizacja zadania problemowego
	[ZARZMU2_U07] Potrafi wyszukiwać szczegółowe informacje w procesie podejmowania racjonalnych i złożonych decyzji o charakterze operacyjnym i strategicznym w przedsiębiorstwach.	Student potrafi wyszukiwać i analizować szczegółowe informacje potrzebne do podejmowania racjonalnych decyzji w procesie negocjacji oraz efektywnej komunikacji interpersonalnej, zarówno w kontekście operacyjnym, jak i strategicznym w przedsiębiorstwach.	[SU5] realizacja zadania problemowego [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[ZARZMU2_W03] Ma rozszerzoną wiedzę o formach organizacyjno-prawnych tworzenia i funkcjonowania przedsiębiorstw i rozwoju różnych form indywidualnej przedsiębiorczości w Polsce, zna i rozumie zaawansowane pojęcia prawne, zasady i normy i przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.	Student posiada wiedzę na temat technik negocjacyjnych i zasad komunikacji interpersonalnej, które są kluczowe w budowaniu i utrzymywaniu relacji zawodowych. Zna i rozumie strategie komunikacyjne, a także normy i zasady etyczne, które regulują procesy negocjacyjne i wpływają na skuteczność komunikacji w środowisku zawodowym oraz społecznym.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[ZARZMU2_W07] Ma rozszerzoną wiedzę o ewolucji poglądów na temat roli przedsiębiorstwa w społeczeństwie oraz miejsca człowieka w organizacji, jego roli w działalności społecznej, gospodarczej i administracyjnej.	Student rozumie znaczenie efektywnej komunikacji w budowaniu relacji społecznych, gospodarczych i administracyjnych. Potrafi analizować i oceniać różne style negocjacyjne oraz ich wpływ na kształtowanie współpracy i rozwiązywanie konfliktów w organizacjach.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW5] realizacja zadania problemowego
	[ZARZMU2_K04] Ma świadomość konieczności rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu i wypełnianiem zobowiązań społecznych. Prawidłowo je identyfikuje.	Student ma świadomość konieczności rozstrzygnięcia dylematów komunikacyjnych i negocjacyjnych w różnych kontekstach społecznych i zawodowych. Potrafi je prawidłowo identyfikować oraz wybierać odpowiednie strategie działania.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do tematyki negocjacji i komunikacji interpersonalnej 2. Proces komunikacji interpersonalnej 3. Język jako bariera kontaktów społecznych 4. Autoprezentacja jak skutecznie i świadomie budować własny obraz 5. Podstawy negocjacji 6. Fazy negocjacji i taktyki negocjacyjne: blokujące, ofensywne i zwodnicze 7. Style prowadzenia negocjacji i ich skuteczność 8. Radzenie sobie z konfliktami w negocjacjach 9. Zastosowanie komunikacji interpersonalnej w negocjacjach 		
Wymagania wstępne i dodatkowe	<p>Studenci powinni posiadać podstawową wiedzę na temat procesów komunikacji oraz umiejętności słuchania i wyrażania swoich myśli w sposób zrozumiały i jasny. Wymagane jest doświadczenie w pracy zespołowej, co obejmuje umiejętność współpracy, dzielenia się zadaniami oraz rozwiązywania konfliktów w grupie. Studenci powinni rozumieć podstawowe pojęcia związane z funkcjonowaniem przedsiębiorstw, co ułatwi zrozumienie kontekstu negocjacji i komunikacji w środowisku biznesowym.</p>		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	zaliczenie końcowe	60.0%	60.0%
	aktywność na zajęciach	80.0%	40.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur		<p>Fisher, R., Patton, B., Patton, B. (2013), Dochodząc do TAK: negocjowanie bez poddawania się, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.</p> <p>Ury, W. (2014). Odchodząc od NIE: negocjowanie od konfrontacji do kooperacji, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.</p>
	Uzupełniająca lista lektur		Materiały przygotowane przez wykładowcę.
	Adresy eZasobów		Adresy na platformie eNauczanie:
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.