

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2022/2023-2024/2025

(skrajne daty)

Rok akademicki 2024/2025

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Negocjacje w biznesie
Kod przedmiotu*	
nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Neofilologii
Kierunek studiów	Filologia germańska (z nauką j. niemieckiego od podstaw)
Poziom studiów	I stopnia
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne,
Rok i semestr/y studiów	rok III, semestr 5
Rodzaj przedmiotu	do wyboru
Język wykładowy	niemiecki, polski
Koordynator	dr Agnieszka Odrzywolska-Fus
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	pracownicy Katedry Germanistyki

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
5		30							2

1.2. Sposób realizacji zajęć

x zajęcia w formie tradycyjnej

1.3. Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

Zaliczenie na ocenę

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość języka niemieckiego na poziomie B2.

Wybór specjalności język niemiecki w biznesie.

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE**3.1 Cele przedmiotu**

C ₁	Zapoznanie studentów z istotą i czynnikami skutecznego negocjowania oraz możliwościami wywierania wpływu na interlokutora
C ₂	Zapoznanie studentów z etyką negocjacji, stylami technikami negocjacyjnymi, rolą aktywnego słuchania, pytania, mówienia oraz komunikacją niewerbalną
C ₃	Kształtowanie umiejętności prowadzenia rozmów negocjacyjnych oraz rozumienia przyczyn powstawania konfliktów

3.2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	Student rozumie istotę i znaczenie procesu negocjacyjnego oraz identyfikuje uwarunkowania prowadzenia skutecznych negocjacji, uwzględniając podstawowe aspekty etyczne, ekonomiczne i prawne działań biznesowych;	K_W09
EK_02	porozumiewa się z wykorzystaniem różnych technik komunikacyjnych, aktywnie uczestniczy w wymianie poglądów, prezentuje, ewaluuje opinie i stanowiska, identyfikuje nastroje i emocje partnerów w trakcie negocjacji oraz dopasowuje właściwą strategię negocjacyjną; jest świadomy konieczności stałego pogłębiania swych kompetencji;	K_U07 K_U08 K_U12
EK_03	w sposób przedsiębiorczy wykorzystuje wiedzę przedmiotową oraz umiejętności komunikacyjne, społeczne, interkulturowe i interpersonalne w interakcjach biznesowych, kierując się etyką, jak również ostrożnością w doborze środków komunikacji i rozwiązywaniu konfliktów	K_K04 K_K05

3.3. Treści programowe

- A. Problematyka wykładu
- B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

Treści merytoryczne
Semestr 5
<ul style="list-style-type: none"> • Podstawowe zagadnienia – proces komunikacji, definicja negocjacji, znaczenie negocjacji w środowisku biznesowym • Sposoby wywierania wpływu na interlokutora; perswazja a manipulacja • Typy osobowości w środowisku biznesowym – model C. G. Junga • Charakterystyka negocjacji z uwzględnieniem trzech podstawowych czynników (siły, zaufania i kreatywności)

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

- Negocjacje jako sposób rozwiązywania konfliktów – rozwiązywanie sytuacji kryzysowych wynikających z różnic osobowościowych i poglądowych
- Negocjowanie jako proces komunikacyjny / zasady efektywnej komunikacji werbalnej i niewerbalnej
- Cechy dobrego negocjatora, wybór miejsca i czasu negocjacji oraz zespołu negocjacyjnego, tworzenie długotrwałych relacji
- Style, taktyki, techniki a etyka negocjacji
- Negocjacje międzynarodowe – rozwijanie postawy rozumienia obcości kulturowej, znaczenie różnic kulturowych w środowisku biznesowym, podejście do negocjatorów zagranicznych

3.4. Metody dydaktyczne

Ćwiczenia i zajęcia praktyczne, warsztat szkoleniowy oparty na nowoczesnej metodologii pracy z grupą, wykorzystującej techniki kształtujące postawy, rozwijające kompetencje i doskonalące umiejętności; analiza zagadnień w oparciu o wybrane teksty; dyskusja, praca w (małych) grupach / parach, praca indywidualna, uczenie problemowe (Problem-based learning).

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw., ...)
EK_01	kolokwium	ćw.
EK_02	obserwacja w trakcie zajęć, projekt	ćw.
EK_03	obserwacja w trakcie zajęć, projekt	ćw.

4.2. Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

- Aktywny udział w zajęciach (w ćwiczeniach indywidualnych, w parach i grupach);
- ocena pozytywna z kolokwium z uwzględnieniem kryteriów poprawności merytorycznej oraz językowej;
- zaliczenie przedmiotu: pisemne lub ustne w formie tradycyjnej.

Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z zaliczeń na ocenę jest uzyskanie min. 60% punktów z zadań sprawdzających wiedzę i umiejętności z zakresu treści programowych wymienionych w niniejszym sylabusie.

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające z planu studiów	30
Inne z udziałem nauczyciela	2

(udział w konsultacjach, egzaminie)	
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć – lektura tekstów, przygotowanie projektu, powtórzenie wiadomości do kolokwium)	28
SUMA GODZIN	60
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	2

* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	
zasady i formy odbywania praktyk	

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

Batko, Andrzej (2011): Sztuka perswazji, czyli język wpływu i manipulacji. Wydanie 2. Wydawnictwo Helion , Onepress.

Bonacchi, Silvia (2011): Höflichkeitsausdrücke und anthropozentrische Linguistik. W: Grucza, Sambor/ Tylusińska-Kowalska, Anna: Języki, kultury, teksty, wiedza. Warszawa: Publikacje naukowe Instytutu Kulturologii i Lingwistyki Antropocentrycznej Uniwersytetu Warszawskiego.

https://www.academia.edu/3116614/H%C3%B6flichkeitsausdr%C3%BCcke_und_anthropozentrische_Linguistik?email_work_card=view-paper

https://www.academia.edu/3116614/H%C3%B6flichkeitsausdr%C3%BCcke_und_anthropozentrische_Linguistik?email_work_card=view-paper

Carnegie, Dale (przekł. Magdalena Bugajska) (2013): Jak doskonalić umiejętność skutecznej komunikacji. Warszawa : Wydawnictwo Studio EMKA.

Caner, Ewa M. (2011): Negocjacje jako forma komunikacji interpersonalnej. Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej.

Fus, Agnieszka (2016): Über die Möglichkeit des Fremdverstehens: die Rolle der Wahrnehmung und der Selbstidentität. W: Studien zur Deutschkunde/ Studia Niemcoznawcze (57). Warszawa: Instytut Germanistyki UW, s. 655-667. ISSN: 0208-4597.

Fus, Agnieszka (2018): Fremdverstehen und seine Dimensionen in den interkulturell orientierten Lernsettings. W: Masiulionytė, Virginija/ Volungevičienė, Skaistė (red.):

Linguistik international. Fremde und eigene Sprachen: linguistische Perspektiven. Peter Lang Verlag, s. 158-175. ISBN: 978-3-631-74710-0

Jakob, Ralph/ Tilmes, Rolf/ Schwartz, Hansjörg/ Welkoborsky, Anke/ Wendenburg, Felix (2016): Verhandlungsmanagement in Unternehmen in Deutschland: Von der Institution zum System. EBS.

Kendik, Magdalena (2009): Negocjacje międzynarodowe. Warszawa.

Lax, David A./ Sebenius, James K. (2010): negocjacje w trzech wymiarach. Jak wygrać najważniejsze gry negocjacyjne. Warszawa: MT Biznes.

Lundén, Björn/ Rosell, Lennart (2010): Techniki negocjacji : jak odnieść sukces w negocjacjach. Gdańsk : BL Info Polska

Nęcki, Zbigniew (2012): Negocjacje w biznesie. Kraków: Antykwa.

Quirke, Bill (2012): Komunikacja wewnętrzna krok po kroku: jak komunikacja wewnętrzna pomaga wdrażać każdą strategię w firmie.

Schumacher, Hans-Jörg (2011):Verhandlungen im Unternehmen richtig führen <https://www.maschinenmarkt.vogel.de/verhandlungen-im-unternehmen-richtig-fuehren-a-342629/?p=2>

<https://www.verhandlungstraining.org/>

Wasilewska, Wioletta (2010): Efektywne negocjacje w biznesie : przewodnik / oprac. Olsztyn: Centrum Innowacji i Transferu Technologii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.

Literatura uzupełniająca:

Baney, Joann (przeł. Z ang. Wojciech Jędruszek) (2009): Komunikacja interpersonalna. Warszawa : Wolters Kluwer Polska : IPS International Publishing Service.

Benedikt Antoni (2011): Asertywność jako proces skutecznej komunikacji / Wrocław: Wydawnictwo Astrum.

Fisher, Roger/ Ury, William (2016): Dochodząc do TAK: Negocjowanie bez poddawania się. Warszawa: PWE.

Puczkowski, Benedykt (2006): Komunikacja interpersonalna w biznesie Olsztyn : Wydaw. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.

Wawrzak-Chodaczek Mirosława (2017): Komunikacja interpersonalna i masowa : wybrane teorie i praktyki / Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.

Najnowsze publikacje o charakterze naukowym oraz materiały z prasy bieżącej i z zasobów internetowych, zgodne z treściami merytorycznymi przedmiotu

<https://ebs-university-production.s3.amazonaws.com/uploads/becms/medium/pdf/1864/studie-verhandlungsmanagement-in-unternehmen-in-deutschland.pdf>
<http://www.comelio-seminare.com/seminare/titel/verhandlungstraining>
<https://www.haufe-akademie.de/lp/landeseiten/verhandeln.html>
<https://www.ime-seminare.de/landingpage-verhandlungstraining/>

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej