



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Przedmiot humanistyczno-społeczny - Negocjacje i umowy

Przedmiot

Kierunek studiów

Inżynieria Środowiska II stopień

Studia w zakresie (specjalność)

Zaopatrzenie w wodę, ochrona wód i gleby

Poziom studiów

drugiego stopnia

Forma studiów

niestacjonarne

Rok/semestr

2/4

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

18

Laboratoria

Inne (np. online)

Ćwiczenia

Projekty/seminaria

Liczba punktów ECTS

2

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Paulina Kubera

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Joanna Małecka

Wydział Inżynierii Zarządzania

Wydział Inżynierii Zarządzania

Instytut Zarządzania i Systemów Informatycznych

Instytut Zarządzania i Systemów Informatycznych

e-mail: Paulina.Kubera@put.poznan.pl

e-mail: Joanna.Małecka@put.poznan.pl

tel. 61 665 3394

tel. 61 665 3398

Wymagania wstępne

Student powinien rozumieć znaczenie prawnych i instytucjonalnych mechanizmów regulacyjnych w życiu społecznym i w gospodarce. Ma świadomość roli prawa w kształtowaniu struktur i instytucji społecznych. Potrafi w sposób asertywny wyrażać swoje opinie i argumentować zajmowane stanowisko.

Cel przedmiotu

Zdobycie wiedzy z zakresu negocjacji i technik negocjacyjnych oraz zasad skutecznego komunikowania się oraz różnicy pomiędzy manipulowaniem, a wywieraniem wpływu w relacjach społecznych i biznesowych.



Zdobycie wiedzy w zakresie prawnych aspektów kształtowania relacji z partnerami: nawiązywania stosunków prawnych, trybów zawierania i form umów, wad oświadczeń woli oraz zasad reprezentacji.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

1. Student posiada wiedzę na temat komunikacji w biznesie oraz stylów i strategii negocjacji.
2. Student posiada wiedzę na temat przygotowania i prowadzenia procesu negocjacyjnego.
3. Student ma wiedzę na temat podstawowych zagadnień związanych z prawem umów.

Umiejętności

1. Student umie wykorzystać zdobytą wiedzę do efektywnego prowadzenia negocjacji.
2. Student potrafi analizować i krytycznie ocenić style prowadzonych negocjacji.
3. Student umie wykorzystać zdobytą wiedzę do sporządzenia i rozwiązywania umów w obrocie gospodarczym.

Kompetencje społeczne

1. Student jest przygotowany do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.
2. Student ma świadomość konieczności rozwijania kompetencji społecznych w zakresie prowadzenia negocjacji biznesowych.
3. Student rozumie odpowiedzialność i społeczną rolę absolwenta uczelni technicznej w zakresie prowadzenia negocjacji i zawierania umów.

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Ocena formująca:

A: zakres dotyczący negocjacji: aktywność w dyskusjach podsumowujących poszczególne wykłady lub zadany materiał (np. książka, film), prace pisemne zadane w trakcie semestru (np. esej), udział w zadaniach typu case-study w trakcie wykładu dające możliwość oceny zrozumienia problematyki przez studenta

B: zakres dotyczący umów: dyskusje podsumowujące poszczególne wykłady, rozwiązywane w trakcie zajęć problemy prawne, dające możliwość oceny zrozumienia problematyki przez studenta.

Ocena podsumowująca: średnia arytmetyczna z dwóch pisemnych zaliczeń, przyjmujących formę kolokwium, po zakończeniu każdego z bloków zajęć A i B oddzielnie ((50% + 50%/2). Kolowia mogą przyjmować formę zaliczenia on-line (do uzyskania oceny pozytywnej niezbędne jest otrzymanie 55% punktów z każdego z testów)

Treści programowe

NEGOCJACJE:



Definicja i cele negocjacji, czynniki wpływające na negocjacje. Planowanie negocjacji - etap wstępny i podział ról, funkcja i znaczenie BATNA (NAPO 1 i NAPO 2) - Kwestie i fazy negocjacyjne. Cechy dobrego negocjatora i typy negocjatorów - Style i postawy negocjacyjne (negocjacje pozycyjne a harwardzki projekt negocjacyjny, wyrokujący versus uczący się. Komunikacja interpersonalna I (werbalne aspekty komunikacji) - rola komunikacji werbalnej w negocjacjach i skutecznej komunikacji, nieporozumienia komunikacyjne, techniki aktywnego słuchania, podstawowe techniki negocjacyjne - Komunikacja interpersonalna II (niewerbalne aspekty komunikacji) - mowa ciała i proksemika wystąpień w trakcie procesu negocjacji - rola komunikacji niewerbalnej w autoprezentacji. Techniki i metody negocjacyjne - Spotkania bezpośrednie a negocjacje on-line - Metody wywierania wpływu, budowanie pozytywnego obrazu siebie i zjednywanie sobie ludzi - współczesna technika wywierania wpływu. Finalizacja negocjacji - metody zakończenia i zamknięcia procesu.

UMOWY:

Strony umowy (istota zdolności prawnej i zdolności do czynności prawnych; podmioty prawa: osoby fizyczne, osoby prawne, podmioty bez osobowości prawnej posiadające zdolność prawną). Pełnomocnictwo - pojęcie, rodzaje, udzielenie, skutki przekroczenia. Pojęcie czynności prawnych. Zasada swobody umów. Formy czynności prawnych i skutki ich niedochowania. Wady oświadczeń woli. Tryby zawierania umów. Umowa przedwstępna. Dodatkowe klauzule umowne (zabezpieczenie wykonania umowy, zakaz konkurencji, klauzula arbitrażowa, etc.). Rozwiązanie umowy. Odstąpienie od umowy. Wypowiedzenie umowy.

Metody dydaktyczne

wykład informacyjny, problemowy, konwersatoryjny z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, pogadanka

metoda przypadków - case study, dyskusja, burza mózgów, seminaryjna, metoda demonstracyjna, prace pisemne

Literatura

Podstawowa

1. Cialdini, R. (2017). Pre-Swazja. Jak w pełni wykorzystać techniki wpływu społecznego. Sopot: GWP - dostępna dla Studentów na Moodle jako eBook
2. Cialdini, R. (2016). Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka. Sopot: GWP k
3. Cialdini, R. (2014). Mała Wielka Zmiana. Jak skutecznie wywierać wpływ. Sopot: GWP
4. Kurczuk-Samodulska, A i Kuszlewicz, K. (2021). Umowy gospodarcze w przykładach i wzorach. C.H.Beck, Warszawa

Uzupełniająca

1. Gasparski, W. (2012). Biznes, etyka, odpowiedzialność. Warszawa: PWN
2. Peale, N.V., Blanchard, K. (2008). Etyka biznesu. Warszawa: Studio EMKA



3. Morreale, S.P., Spitzberg, B.H., Berge, J.K. (2007). Komunikacja między ludźmi, Warszawa
4. Pisarek, W. (2008). Wstęp do nauki o komunikowaniu. Warszawa
5. Szejnberg, A. (2006). Podstawy komunikacji społecznej w edukacji. Wrocław

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	50	2,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	18	0,5
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do kolokwium) ¹	32	1,5

¹ niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności