

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2014/2015

Instytut Ekonomiczny

Kierunek studiów: Ekonomia

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: E

Stopień studiów: I

Specjalności: Administracja i finanse sektora publicznego
Ekonomia turystyki i rekreacji
Finanse i rachunkowość przedsiębiorstw
Fundusze i projekty Unii Europejskiej
Zarządzanie projektami

1 PRZEDMIOT

| | |
|----------------------|-------------------------------|
| NAZWA PRZEDMIOTU | Negocjacje i public relations |
| KOD PRZEDMIOTU | IE E AIS B7.14/15 |
| KATEGORIA PRZEDMIOTU | Przedmioty kierunkowe |
| LICZBA PUNKTÓW ECTS | 3 |
| SEMESTRY | 6 |

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

| SEMESTR | WYKŁAD | CWICZENIA | LABORATORIUM | PROJEKT | SEMINARIUM |
|---------|--------|-----------|--------------|---------|------------|
| 6 | | 30 | | | |

3 CELE PRZEDMIOTU

Cel 1 Poznanie przez studenta podstawowej terminologii używanej w negocjacjach i public relations. Zdobywanie podstawowej wiedzy na temat zachowań człowieka w sytuacjach społecznych takich jak negocjacje, wystąpienia publiczne, kontakty z mediami. Poznanie zasad rozwiązywania konfliktów w tym poznanie tradycyjnego i współczesnego poglądu na konflikt. Poznanie psychologicznych uwarunkowań negocjacji. Zrozumienie związku public relations z innymi naukami i dyscyplinami, poznanie funkcji PR wobec kierownictwa organizacji i otoczenia, poznanie zasad komunikowania się w procesie PR, zrozumienie psychologicznych podstaw PR, poznanie technik twórczego myślenia.



Cel 2 Student w wyniku procesu dydaktycznego potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w pracy zawodowej, życiu codziennym w prowadzeniu działalności gospodarczej. Potrafi zastosować wiedzę o metodach i technikach negocjacji w ćwiczeniach praktycznych, potrafi świadomie wybierać typy zachowań w zależności od sytuacji, potrafi prawidłowo komunikować się i być aktywnym słuchaczem w negocjacjach, umie skutecznie negocjować w różnych sytuacjach życiowych. Umie asertywnie przyjmować krytykę i odpowiadać na nią. Zna zasady współpracy z mediami i potrafi zastosować w praktyce. Umie dokonać prezentacji i autoprezentacji w aspekcie werbalnym i niewerbalnym.

Cel 3 Poznanie przez studenta terminologii używanej w negocjacjach projektowych. Zdobyć wiedzy na temat negocjacji prowadzenia projektowych.

4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

a Marketing. Podstawowa wiedza z zakresu marketingu, wiedza ogólna o funkcjonowaniu mediów.

b Ogólna wiedza na temat funkcjonowania człowieka w społeczeństwie.

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1 Wiedza: Student zna terminologię używaną w negocjacjach i public relations. Posiada wiedzę na temat zachowań człowieka w sytuacjach społecznych takich jak negocjacje, wystąpienia publiczne, kontakty z mediami. Zna zasady rozwiązywania konfliktów w tym zna tradycyjny i współczesny pogląd na konflikt. Zna psychologiczne uwarunkowania negocjacji.

EK2 Wiedza: Rozumienie związku public relations z innymi naukami i dyscyplinami. Zna funkcje PR wobec kierownictwa organizacji i otoczenia, Zna zasady komunikowania się w procesie PR, rozumienie psychologiczne podstawy PR, zna techniki twórczego myślenia.

EK3 Umiejętności: Student w wyniku procesu dydaktycznego potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w pracy zawodowej, życiu codziennym w prowadzeniu działalności gospodarczej. Potrafi zastosować wiedzę o metodach i technikach negocjacji w ćwiczeniach praktycznych, potrafi świadomie wybierać typy zachowań w zależności od sytuacji, potrafi prawidłowo komunikować się i być aktywnym słuchaczem w negocjacjach, umie skutecznie negocjować w różnych sytuacjach życiowych.

EK4 Kompetencje społeczne: Umie asertywnie przyjmować krytykę i odpowiadać na nią. Zna zasady współpracy z mediami i potrafi zastosować w praktyce. Umie dokonać prezentacji i autoprezentacji w aspekcie werbalnym i niewerbalnym.

6 TREŚCI PROGRAMOWE

CWICZENIA

| LP | TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH | LICZBA GODZIN |
|----|---|---------------|
| C1 | Pojęcie negocjacji: ich znaczenie w życiu społecznym oraz w sytuacjach zawodowych. Zasady skutecznych negocjacji. | 3 |
| C2 | Konflikt: współczesny i tradycyjny pogląd na konflikt, struktura konfliktu, kierowanie konfliktem. Negocjacje metodą rozwiązywania konfliktów. Sposoby stymulowania konfliktu. Metody rozwiązywania konfliktów sposobami poza negocjacyjnymi: facylitacje, mediacje, arbitraż, sąd. | 2 |
| C3 | Style negocjacji: negocjacje miękkie, twarde, przyjacielskie, partnerskie. Zalety i wady różnych stylów. Uwarunkowania pomyślnych negocjacji handlowych w aspekcie międzynarodowym. | 2 |



CWICZENIA

| LP | TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH | LICZBA GODZIN |
|-----|---|---------------|
| C4 | Techniki, triki negocjacyjne: Skuteczność różnych technik negocjacji. Fazy i etapy negocjacji. Przykłady trików wykorzystywanych w negocjacjach międzynarodowych. | 2 |
| C5 | Różnice kulturowe i dystans psychiczny w negocjacjach międzynarodowych. | 2 |
| C6 | Niewerbalny i werbalny aspekt negocjacji: mowa ciała, postawy, gesty, dźwięki i ich znaczenie. Rodzaje komunikatów. Podstawy NLP. | 2 |
| C7 | Asertywność: i jej znaczenie w negocjacjach. Skuteczne odmawianie. Terytorium psychologiczne. Psychologiczne uwarunkowania negocjacji. | 2 |
| C8 | Public relations podstawowe pojęcia, definicje, zadania. Public relations w strukturze nauk. Otoczenie organizacji. Ogólne, pośrednie i bieżące cele działalności PR. Funkcje public relations. | 2 |
| C9 | Psychologia komunikacji masowej i reklamy. | 2 |
| C10 | Kampanie społeczne. | 2 |
| C11 | Prezentacja i autoprezentacja, wystąpienia publiczne (aspekt werbalny i niewerbalny). | 4 |
| C12 | Środki masowego przekazu. Rynek mediów w Polsce. Zasady współpracy z mediami. Wywiad prasowy prawo prasowe. | 1 |
| C13 | Reguły pisania tekstów prasowych (komunikat prasowy, sprostowanie). Informacja bezpośrednia (listy, zaproszenia, podziękowania). Konferencja prasowa. | 1 |
| C14 | Sytuacja kryzysowa. Reakcja na krytykę. Techniki twórczego myślenia. Studium przypadku. | 2 |
| C15 | Etyka PR. Metody zbierania informacji o otoczeniu. | 1 |
| | RAZEM | 30 |

7 METODY DYDAKTYCZNE

M1 Dyskusja

M2 Burza mózgów

M3 Ćwiczenia projektowe

M4 Praca w grupach

M5 Sesje rozwiązywania problemu

M6 Słowne objaśnienie

M7 Pokaz

M8 Ćwiczenia laboratoryjne



8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

| FORMA AKTYWNOŚCI | ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI |
|--|--|
| Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym: | |
| Godziny wynikające z planu studiów | 30 |
| Konsultacje przedmiotowe | 6 |
| Egzaminy i zaliczenia w sesji | 2 |
| Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym: | |
| Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury | 30 |
| Opracowanie wyników | 7 |
| Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji | 0 |
| SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA | 75 |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU | 3 |

9 SPOSOBY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1 Ćwiczenie praktyczne

F2 Aktywność na zajęciach

F3 Kolokwium

F4 Obserwacja

KRYTERIA OCENY

| EFEKT KSZTAŁCENIA 1 | | MIEJSCE WERYFIKACJI | OPIS WERYFIKACJI EK 1 |
|---------------------|---|------------------------|-----------------------|
| NA OCENĘ 3 | Student zna w stopniu podstawowym terminologię używaną w negocjacjach i public relations. Posiada podstawową wiedzę na temat zachowań człowieka w sytuacjach społecznych takich jak negocjacje, wystąpienia publiczne, kontakty z mediami. | ćwiczenia | Kolokwium |
| NA OCENĘ 4 | Student dobrze zna terminologię używaną w negocjacjach i public relations. Posiada wiedzę na temat zachowań człowieka w sytuacjach społecznych takich jak negocjacje, wystąpienia publiczne, kontakty z mediami. Zna zasady rozwiązywania konfliktów w tym zna tradycyjny i współczesny pogląd na konflikt. | | |



| | | | |
|---------------------|--|------------------------|--|
| NA OCENĘ 5 | Student bardzo dobrze zna terminologie używaną w negocjacjach i public relations. Posiada wiedzę na temat zachowań człowieka w sytuacjach społecznych takich jak negocjacje, wystąpienia publiczne, kontakty z mediami. Zna zasady rozwiązywania konfliktów w tym zna tradycyjny i współczesny poglądu na konflikt. Zna psychologiczne uwarunkowania negocjacji. | | |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 2 | | MIEJSCE WERYFIKACJI | OPIS WERYFIKACJI EK 2 |
| NA OCENĘ 3 | Zna w stopniu podstawowym funkcje PR wobec kierownictwa organizacji i otoczenia. Zna w stopniu podstawowym zasady komunikowania się w procesie PR. | ćwiczenia | Kolokwium |
| NA OCENĘ 4 | Rozumienie związku public relations z innymi naukami i dyscyplinami. Zna funkcje PR wobec kierownictwa organizacji i otoczenia, Zna zasady komunikowania się w procesie PR. | | |
| NA OCENĘ 5 | Rozumienie związku public relations z innymi naukami i dyscyplinami. Zna funkcje PR wobec kierownictwa organizacji i otoczenia, Zna zasady komunikowania się w procesie PR, rozumienie psychologiczne podstawy PR, zna techniki twórczego myślenia. | | |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 3 | | MIEJSCE WERYFIKACJI | OPIS WERYFIKACJI EK 3 |
| NA OCENĘ 3 | Student w wyniku procesu dydaktycznego potrafi wykorzystać podstawową wiedzę w pracy zawodowej, życiu codziennym w prowadzeniu działalności gospodarczej. | ćwiczenia | Udział w ćwiczeniach praktycznych realizowanych podczas ćwiczeń. |
| NA OCENĘ 4 | Student w wyniku procesu dydaktycznego potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w pracy zawodowej, życiu codziennym w prowadzeniu działalności gospodarczej. Potrafi zastosować wiedzę o metodach i technikach negocjacji w ćwiczeniach praktycznych. | | |
| NA OCENĘ 5 | Student w wyniku procesu dydaktycznego potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w pracy zawodowej, życiu codziennym w prowadzeniu działalności gospodarczej. Potrafi zastosować wiedzę o metodach i technikach negocjacji w ćwiczeniach praktycznych, potrafi świadomie wybierać typy zachowań w zależności od sytuacji, potrafi prawidłowo komunikować się i być aktywnym słuchaczem w negocjacjach, umie skutecznie negocjować w różnych sytuacjach życiowych. | | |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 4 | | MIEJSCE WERYFIKACJI | OPIS WERYFIKACJI EK 4 |



| | | | |
|------------------|--|-----------|--|
| NA OCENĘ 3 | Umie asertywnie przyjmować krytykę. Zna zasady współpracy z mediami. | ćwiczenia | Udział w ćwiczeniach praktycznych realizowanych podczas ćwiczeń. |
| NA OCENĘ 4 | Umie asertywnie przyjmować krytykę i odpowiadać na nią. Zna zasady współpracy z mediami i potrafi zastosować w praktyce. Umie dokonać prezentacji i autoprezentacji w aspekcie werbalnym i niewerbalnym w stopniu dobrym. | | |
| NA OCENĘ 5 | Umie asertywnie przyjmować krytykę i odpowiadać na nią. Zna zasady współpracy z mediami i potrafi zastosować w praktyce. Umie dokonać prezentacji i autoprezentacji w aspekcie werbalnym i niewerbalnym w stopniu bardzo dobrym. | | |

OCENA DO INDEKSU (OCENA PODSUMOWUJĄCA)

Średnia ocen formułujących.

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

| EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU | ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH | CELE PRZEDMIOTU | TREŚCI PROGRAMOWE | METODY DYDAKTYCZNE |
|--|--|------------------|---|-----------------------------------|
| EK1 | E_W11, E_W02, E_U01, E_U09, E_K02, E_W12, E_U03, E_U08, E_K03, E_W10, E_K07, E_W05, E_K01, E_W08, E_U02, E_K06, E_K08, E_W01, E_W04 | Cel1, Cel2 | C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, C13, C14, C15 | M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7, M8 |
| EK2 | E_W11, E_W02, E_U01, E_U09, E_K02, E_W12, E_U03, E_U08, E_K03, E_W10, E_K07, E_W05, E_K01, E_W08, E_U02, E_K06, E_K08, E_W01, E_W04 | Cel1, Cel2, Cel3 | C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, C13, C14, C15 | M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7, M8 |



| EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU | ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH | CELE PRZEDMIOTU | TREŚCI PROGRAMOWE | METODY DYDAKTYCZNE |
|--|--|------------------|---|-----------------------------------|
| EK3 | E_W11, E_W02, E_U01, E_U09, E_K02, E_W12, E_U03, E_U08, E_K03, E_W10, E_K07, E_W05, E_K01, E_W08, E_U02, E_K06, E_K08, E_W01, E_W04 | Cel1, Cel2, Cel3 | C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, C13, C14, C15 | M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7, M8 |
| EK4 | E_W11, E_W02, E_U01, E_U09, E_K02, E_W12, E_U03, E_U08, E_K03, E_W10, E_K07, E_W05, E_K01, E_W08, E_U02, E_K06, E_K08, E_W01, E_W04 | Cel1, Cel2 | C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, C13, C14, C15 | M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7, M8 |

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA:

- [1] **J. Camp** — *Zacznij od NIE, techniki negocjacji, których profesjonaliści nie chcą zdradzić*, Taszów, 2005, Biblioteka moderatora
- [2] **Z. Nęcki** — *Negocjacje w biznesie*, Kraków, 2005, Antykwa
- [3] **W. Ury** — *Odchodząc od NIE*, Warszawa, 2007, PWE
- [4] **S. Black** — *Public Relations*, Kraków, 2003, Oficyna Ekonomiczna
- [5] **K. Wojcik** — *Public Relations, Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Warszawa, 2005, Placet
- [6] **B. Rozwadowska** — *Public Relations. Teoria, praktyka, perspektywy*, Warszawa, 2002, Studio Emka

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- [1] **G. Spence** — *Jak skutecznie przekonywać*, Poznań, 2001, REBIS
- [2] **W. Ury, R. Fisher P. Bruce** — *Dochodząc do TAK*, Warszawa, 2006, PWE
- [3] **J. Altkorn** — *Wizerunek firmy*, Dąbrowa Górnicza, 2004, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej
- [4] [red.:] **J. Olędzki, D. Tworzydło** — *Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju*, Warszawa, 2006, PWN



12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

mgr Tomasz Załona (kontakt: Za.to@op.pl)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

mgr Tomasz Załona (kontakt: Za.to@op.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

| (miejscowość, data) | (odpowiedzialny za przedmiot) | (kierownik zakładu) | (dyrektor instytutu) |
|---------------------|-------------------------------|---------------------|----------------------|
|---------------------|-------------------------------|---------------------|----------------------|

PWSZ w Nowym Sączu

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....