


KAPITAŁ LUDZKI
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez
 Unię Europejską w ramach
 Europejskiego Funduszu
 Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
 EUROPEJSKI
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Techniki negocjacji i komunikacja interpersonalna I		9.9.0025	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Języka Niemieckiego i Translatoryki			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Filologiczny	Filologia germańska	forma	stacjonarne
		moduł	biznesowo-gospodarcza
		specjalnościowy	
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr Izabela Kujawa; dr Monika Szafrąska			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		2	
Ćw. audytoryjne		15 godzin - udział w zajęciach dydaktycznych;	
Sposób realizacji zajęć		15 godzin - samodzielna lektura i przygotowanie się	
zajęcia w sali dydaktycznej		do gier symulacyjnych oraz testów i kolokwiów;	
Liczba godzin		20 godzin - przygotowanie projektu/prezentacji.	
Ćw. audytoryjne: 15 godz.		Razem: 50 godzin = 2 ECTS.	
Termin realizacji przedmiotu			
2025/2026 zimowy			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
- obowiązkowy - fakultatywny (do wyboru)		niemiecki	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Analiza zdarzeń krytycznych (przypadków)		Sposób zaliczenia	
- Dyskusja		Zaliczenie na ocenę	
- Gry symulacyjne		Formy zaliczenia	
- Praca w grupach		- wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja	
- Wykład z prezentacją multimedialną		- zaliczenie ustne	
		- ustalenie oceny zaliczeniowej na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie trwania semestru	
		Podstawowe kryteria oceny	
		Student otrzymuje zaliczenie z oceną na podstawie średniej ocen cząstkowych za:	
		<ul style="list-style-type: none"> wypowiedzi ustne i pisemne przygotowane w domu lub formułowane na zajęciach podczas gier symulacyjnych oraz pracy w grupach - 20%; testy pisemne w trakcie semestru - 30%; prezentacje ustne - 20%; pisemne kolokwia zaliczeniowe - 30%. 	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			

zakładany efekt uczenia się	obserwacja wypowiedzi studentów podczas dyskusji	ocena przeprowadzonej analizy zdarzeń krytycznych (przypadków)	obserwacja podczas gier symulacyjnych	testy i kolokwia pisemne	obserwacja pracy w grupach
Wiedza					
K_W04	x	x		x	
K_W07	x			x	
K_W08	x			x	
K_W14			x		x
Umiejętności					
K_U08	x		x	x	
K_U10	x	x			
K_U17			x		x
Kompetencje społeczne					
K_K01	x		x	x	
K_K02	x				
K_K03	x		x		

Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi**A. Wymagania formalne**

Wybór specjalności biznesowo-gospodarczej.

B. Wymagania wstępne

Znajomość języka niemieckiego umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się.

Cele kształcenia

Zajęcia w zakresie technik negocjacji mają na celu przekazanie studentom wiedzy i umiejętności w zakresie metod i narzędzi umożliwiających skuteczne komunikowanie się w grupach oraz wprowadzenie do zagadnień związanych z negocjacjami.

Treści programowe

Treści programowe

- Modele procesu komunikacji, poziomy i formy komunikowania, cechy komunikacji interpersonalnej. Rozmowa jako podstawowa forma komunikacji interpersonalnej (struktura i typy rozmów: towarzyska, sprzedażowa, interaktywna prezentacja handlowa, negocjacje, nawiązanie kontaktu z partnerem i rozpoczęcie rozmowy, efekt pierwszego wrażenia, czynnik sympatii).
- Techniki kontrolowania rozmowy. Sztuka aktywnego słuchania. Techniki zadawania pytań (pytania informacyjne, naprowadzające, otwarte, zamknięte).
- Autoprezentacja: budowanie własnej wiarygodności, kreowanie swojego wizerunku i wizerunku organizacji. Rodzaje wystąpień publicznych.
- Podstawy komunikacji niewerbalnej: terytoria i strefy, gesty i mowa ciała.

Wykaz literatury**Literatura podstawowa:**

- Słupińska K./Grac L. Negocjacje i komunikacja. Wybrane aspekty. Kraków 2018.
- Rosa G./Ostrowska I./Słupińska K./Grac L. Komunikacja międzykulturowa w biznesie. Kraków 2018.
- Cialdini R. Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Gdańsk 2004.
- Eismann V. Erfolgreich in Verhandlungen. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag, 2006.
- Griffin E. Podstawy komunikacji społecznej, Gdańsk 2003.
- Kamiński J. Negocjowanie, Warszawa 2004.
- Stewart J. Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej, Warszawa 2005.

Literatura uzupełniająca:

- Gronbeck B.E., German K., Ehninger D., Monroe A. Zasady komunikacji werbalnej, Poznań 2006.
- Mortensen K. Sztuka wywierania wpływu na ludzi, Kraków 2006.
- Tokarz M. Argumentacja. Perswazja. Manipulacja, Gdańsk 2006.
- Baczyński L. Sekrety skutecznych negocjacji, Warszawa 2008.
- Cohen H. Wynegocjuj to! Gliwice 2006.
- Enkelmann N.B. Die Sprache des Erfolgs, Rhetorik und Persönlichkeit – So stärken Sie Ihr Ich. 4. Auflage, Wien, 2007.
- Fuchs B. Sukces w każdych negocjacjach, Warszawa 2008.
- Kiesel M./Ulsamer R. Interkulturelle Kompetenz für Wirtschaftsstudierende, Berlin 2000.
- Lay R. Manipulation durch Sprache, Rhetorik, Dialektik und Forensik in Industrie, Politik und Verwaltung, 5. Auflage, Berlin 1997.

- Leary M. Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji, Gdańsk 2005.
- Robinson, Collins In Verhandlungen gewinnen: Strategien, Techniken und Taktiken für Ihren Erfolg, Landsberg/Lech, 1992.
- Sikorski W. Gesty zamiast słów. Psychologia i trening komunikacji niewerbalnej, Kraków 2005.
- Weisbach, C.-R. Verhandeln und Moderieren für Wirtschaftsstudierende, Berlin 2000.

Prowadzący każdorazowo uaktualnia obowiązujący zestaw literatury przedmiotu.

<p>Kierunkowe efekty uczenia się</p> <p>K_W04, K_W07, K_W08, K_W14 K_U08, K_U10, K_U17 K_K01, K_K02, K_K03</p>	<p>Wiedza</p> <p>Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zna i rozumie niemiecką terminologię z zakresu komunikacji w biznesie i gospodarce (K_W04); • ma uporządkowaną wiedzę z obszaru biznesu i gospodarki, potrafi posługiwać się słownictwem specjalistycznym z tych zakresów (K_W07); • ma podstawową wiedzę o firmach i instytucjach biorących udział w działalności biznesowo-gospodarczej oraz o profilach kompetencji ich pracowników związanych z komunikacją (K_W08); • zdaje sobie sprawę z różnorodności źródeł informacji (K_W14); • rozumie kompleksowość języka i jego funkcjonowania w różnych zakresach komunikacji, zwłaszcza w ramach negocjacji, a także rozpoznaje manipulację językową (K_W14). <p>Umiejętności</p> <p>Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu biznesu i gospodarki w typowych sytuacjach profesjonalnych zwłaszcza związanych z komunikacją i negocjacjami (K_U08); • ma umiejętność merytorycznego uzasadniania formułowanych tez (K_U10); • potrafi krytycznie wykorzystać poglądy innych autorów (K_U10); • potrafi formułować wnioski oraz komunikować je zróżnicowanym kręgom adresatów, w tym partnerom biznesowym i negocjacyjnym (K_U10); • potrafi planować kolejne etapy pracy oraz wyznaczać priorytety (K_U17); <p>Kompetencje społeczne (postawy)</p> <p>Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma świadomość swojej wiedzy i swoich umiejętności (K_K01); • podchodzi krytycznie do odbieranych i pozyskiwanych treści (K_K01); • potrafi ocenić, kiedy do rozwiązania problemu potrzebna jest wiedza eksperta z zakresu komunikacji interpersonalnej i negocjacji, nawiązać kontakty i zwrócić się o pomoc (K_K02); • rozumie znaczenie postaw prospołecznych w życiu zawodowym (K_K03); • jest gotowy do odpowiedzialnego zaangażowania się w życie zawodowe (K_K03).
<p>Kontakt</p> <p>izabela.kujawa@ug.edu.pl</p>	