

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Prowadzenie negocjacji (do wyboru jeden przedmiot: Prowadzenie negocjacji biznesowych lub Prowadzenie negocjacji pracowniczych)

Kod modułu: 09-ZN-S2-PN

1. Liczba punktów ECTS: 4

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PN_1	Student ma podstawową wiedzę z zakresu organizowania i kształtowania relacji z partnerami w procesie negocjacyjnym, ma wiedzę dotyczącą strategii i technik oddziaływania na strony negocjacji.	K_W10	5
PN_2	Student zdobywa wiedzę z zakresu ekonomii, psychologii i komunikacji swoich interesów w procesie negocjacyjnym.	K_W09	4
PN_3	Student ma umiejętność krytycznej analizy przykładów sytuacji negocjacyjnych, nabywa umiejętności stosowania technik i zasad tworzenia optymalnej oferty w codziennej pracy.	K_U11	4
PN_4	Student potrafi stworzyć ofertę, kontrakt czy skuteczne komunikat umożliwiające dotarcie do odpowiednich klientów.	K_U12	5
PN_5	Student posiada umiejętności asertywne i umiejętności komunikacyjne, również w zespole.	K_K10	3
PN_6	Student posiada kompetencje do sprawnego kształtowania pozytywnych relacji w organizacji, jak i jej otoczeniu, zdaje sobie sprawę z etycznych kwestii w procesie negocjacyjnym oraz prawnych aspektów kooperowania z innymi podmiotami.	K_K12	4

3. Opis modułu

Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Prowadzenie negocjacji biznesowych •Prowadzenie negocjacji pracowniczych <p>Opis przedmiotu: Prowadzenie negocjacji biznesowych</p> <p>Celem przedmiotu jest prezentacja wiedzy z zakresu prowadzenia negocjacji biznesowych, kształcenie umiejętności opracowywania i prowadzenia negocjacji biznesowych, zapoznanie studentów z mechanizmami pozwalającymi na właściwą interpretację komunikacji ofert oraz kształtowania</p>
-------------	---

	<p>zachowań i oczekiwań stron. Celem jest również nabycie przez studentów umiejętności i kompetencji negocjatora na styku artysty z rynkiem mediów, odbiorców komercyjnych, non-profit czy instytucji publicznych. W ramach zajęć opracowywane będą teksty w celach pozyskiwania ofert i partnerów (podwykonawców) do projektów artystycznych a także odgrywane będą role w ramach symulacji sytuacji problemowych. Studenci uczestniczą w całym procesie negocjacyjnym dążąc do osiągnięcia najkorzystniejszej opcji i rozwiązań.</p> <p>W ramach zajęć studenci uczestniczą w procesie kreacji strategii i wykorzystania całego szeregu technik negocjacyjnych celem najlepszego zaprezentowania swojej oferty oraz silnych stron potencjalnemu kontrahentowi.</p> <p>Opis przedmiotu: Prowadzenie negocjacji pracowniczych</p> <p>Część teoretyczna przedmiotu służy poznaniu zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej jako podstaw negocjacji, zdobycia wiedzy o różnorodnych zachowaniach w procesie negocjacyjnym, manipulacjach i technikach wywierania wpływu, również wobec kontrahentów z innych kultur. Charakter zajęć to połączenie wiedzy teoretycznej z praktyczną i zweryfikowanie jej poprzez realizację realnych projektów i sytuacji wymagających użycia pozyskanych umiejętności.</p> <p>W ramach przedmiotu zostaną poruszone następujące zagadnienia: identyfikowanie potrzeb pracowników zatrudnionych w danej firmie, identyfikowanie potrzeb potencjalnych pracowników, identyfikowanie zmian, ich tempa, kierunków oraz przyczyn w rozpoznanych potrzebach, segmentację pracowników aktualnych oraz potencjalnych, stworzenie produktów mających na celu zaspokojenie określonych potrzeb, pozycjonowanie oferowanych produktów personalnych, zaspokajanie potrzeb w najlepszy z dostępnych sposobów, dalsze badania dotyczące stopnia zaspokojenia potrzeb.</p>
Wymagania wstępne	<p>Pożądana jest znajomość zasad komunikacji i wywierania wpływu na ludzi. Niezbędne są też podstawy prawa i psychologii. Znajomość angielskiego. Dodatkowym atutem będzie umiejętność pracy w zespole i otwarta postawa do uczestnictwa w grach i symulacjach negocjacyjnych. Przydatna będzie znajomość tworzenia prezentacji multimedialnych.</p>

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PN_w_1	Sprawdzian	Zaliczanie poprzez zaliczenie testu z sytuacjami problemowymi oraz przygotowanie udział w pracach i prezentacjach rozwiązujących konkretne problemy negocjacyjne.	PN_1, PN_2
PN_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa stanowi średnią ważoną z poszczególnych prac cząstkowych studentów.	PN_3, PN_4, PN_5, PN_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PN_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną i symulacją.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	PN_w_1
PN_fs_2	ćwiczenia	Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach, odgrywanie ról, rozwiązywanie studiów przypadku. Zajęcia odbywają się w grupach projektowych, gdzie osoby wspólnie będą rozwiązywać postawione problemy.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	45	PN_w_2