

Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Ana Čuić Tanković	
Naziv predmeta	Tehnike pregovaranja	
Studijski program	Diplomski sveučilišni studiji "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Izborni	
Godina	1. godina	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

1. OPIS PREDMETA

 1.1. *Ciljevi predmeta*

Ciljevi ovog kolegija jesu usvajanje teoretskog znanja i praktičnih kompetencija i vještina analize pregovaračkog susreta u svrhu formulacije pregovaračkih taktika i strategija. Upravljanjem emocijama, rješavanjem konflikata i razvojem komunikacijskih vještina, studenti će identificirati svoju pregovaračku osobnost u domaćim i međunarodnim pregovaračkim prilikama, poštujući kulturalne različitosti i etička načela. Usvajanjem općih znanja potrebnih za poslovno pregovaranje i persuazivnu komunikaciju te stjecanjem vještina za pripremu, organizaciju i izvođenje uspješnih pregovaračkih procesa, studenti će kritički promisliti o upotrebi kreativnosti, igara i mudrosti u poslovnim pregovorima.

 1.2. *Uvjeti za upis predmeta*

Nema.

 1.3. *Očekivani ishodi učenja za predmet*

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti će biti sposobni:

1. Usporediti karakteristike pregovaračkih načela, strategija i taktika u pregovaračkom procesu.
2. Procijeniti važnost komunikacijskih vještina, kompetencija upravljanja emocijama i rješavanja konflikata u provođenju uspješnog pregovaračkog procesa.
3. Prosuditi vrijednost pregovaračke osobine, pregovaračke moći i pregovaračke poluge u kroskulturalnom pregovaranju.
4. Formulirati strategije i taktike pregovaranja unutar domaćih i međunarodnih pregovaračkih prilika.
5. Odabrati strategije i taktike pregovaranja unutar domaćih i međunarodnih pregovaračkih prilika.

 1.4. *Sadržaj predmeta*

1. Uvod u persuazivnu komunikaciju.
2. Karakteristike pregovaranja.
3. Pristupi i strategije pregovaranja.
4. Priprema za pregovarački proces.
5. Pregovaračke taktike prodavača.
6. Pregovaračke taktike kupca.
7. Osobnost pregovarača.
8. Komunikacijske vještine u pregovaranju.
9. Upravljanje emocijama u pregovaranju.

10. Rješavanje konflikta u pregovaranju. 11. Pregovaranje u međunarodnom tržištu. 12. Etika i kultura u pregovaranju. 13. Kreativnost, igra i mudrost u pregovaranju.							
1.5. Vrste izvođenja nastave		<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava			<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo		
1.6. Komentari							
1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave i sudjelovanje u aktivnostima u nastavi, izrada projekta, istraživanja i praktičnog rada te pristupanje kontinuiranim provjerama znanja i pismenom ispitu.							
1.8. Praćenje ¹ rada studenata							
Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,36
Projekt	0,36	Kontinuirana provjera znanja	0,6	Referat		Praktični rad	0,18
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajilić, S., Drašković, N. (2019). <i>Principi prodaje i pregovaranja</i> . Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet: Zagreb. 2. Siedel, G. (2018). <i>Pregovaranjem do uspjeha: ključne strategije i vještine</i> , Mate, Zagreb.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Rudd, J. E., & Hughes, D. T. (2019). <i>Negotiation Preparation in a Global World: Symptoms of Success and Failure</i> . Routledge. 2. Baber, W. W., & Fletcher-Chen, C. C. (2020). <i>Practical Business Negotiation</i> . Routledge.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
Naslov						Broj primjeraka	Broj studenata
Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajilić, S., Drašković, N. (2019). <i>Principi prodaje i pregovaranja</i> . Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet: Zagreb.						5	
Siedel, G. (2018). <i>Pregovaranjem do uspjeha: ključne strategije i vještine</i> , Mate, Zagreb.						5	

¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.



<i>1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija</i>		
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.		