

OPIS KOLEGIJA

OPĆE INFORMACIJE		
Nositelj kolegija	Doc.dr.sc. Natalia Tutek	
Naziv kolegija	Pregovaračke i prodajne vještine	
Studijski program	Stručni kratki studij Poduzetništvo	
Status kolegija	Obavezni	
Šifra	PPV-P-24	
Godina	2.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	7
	Broj sati (P+V)	30+45

OPIS KOLEGIJA
1.1. Ciljevi kolegija
<i>Od studenata se očekuje da razviju:</i> <i>a) opće kompetencije</i> • razumjeti temeljna načela pregovaranja • primijeniti procesne korake u pregovaračkoj situaciji korištenjem komunikacijskih vještina u verbalnom i neverbalnom obliku • izbjeci najčešće pogreške i zamke pregovaranja • razviti komunikacijsko-prezentacijske vještine nužne za modernog poduzetnika • primijeniti znanja za uspješno upravljanje radnim timovima i sastancima. <i>b) specifične kompetencije</i>

- *razviti učinkovite strategije i taktike u zadanim pregovaračkim/prodajnim situacijama*
- *poznavati i interpretirati elemente pregovaračke taktike prodavača*
- *analizirati odnose između pregovaračkih strana i njihov napredak u smjeru dostizanja definiranih ciljeva*
- *prepoznati funkcionalne i disfunkcionalne oblike konflikata u pregovaranju*
- *primijeniti stečena znanja i vještine za unaprjeđivanje i implementaciju kreativnog pristupa u teškim pregovaračkim/prodajnim situacijama*
- *identificirati ključne koncepte važne za razvoj komunikacijskih i prezentacijskih vještina kao neizostavnog dijela poslovnih procesa i odnosa*
- *razviti vještinu uspješnog pregovarača.*

1.2. *Uvjeti za upis kolegija*

/

1.3. *Očekivani ishodi učenja za kolegij*

Studenti trebaju biti u stanju:

1. Identificirati strategije i metode pregovaranja.
2. Razlikovati načine pregovaranja sukladno različitim osobnostima i kulturama.
3. Pripremiti pregovarački pristup i plan pregovaranja s obzirom na kontekst i odnose u pregovaranju te pregovaračku situaciju.
4. Analizirati prodajnu situaciju.
5. Osmisliti primjer prodajnog procesa primjenjujući napredne prodajne tehnike i izbjegavajući manipulativne taktike i pogreške.
6. Osmisliti komunikacijsku strategiju i adekvatne načine prezentiranja uz primjenu inovativnih prezentacijskih softvera i platformi.

1.4. *Sadržaj kolegija*

Priroda pregovaranja

Cilj i svrha pregovaranja

Strategije i metode distributivnog pogađanja

Karakteristike distributivnog pogađanja

Ključne metode u distributivnom pogađanju

Raspon pogađanja

Strategije i metode integrativnog pregovaranja

Identifikacija integrativne strategije pregovaranja

Ključne metode u integrativnom pregovaranju

Proces integrativnog pregovaranja

Karakteristike integrativnog pregovaranja

Pregovaranje: strategije i planiranje

Definiranje cilja pregovora

Određivanje strategije i metoda pregovaranja

Planiranje pregovora

Subprocesi pregovaranja

Percepcija, kognicija i emocije, komunikacija

Stjecanje i korištenje moći u pregovaranju

Tehnike uvjeravanja - utjecaj i persuazija u pregovaranju

Etika u pregovaranju

Kontekst pregovaranja

Odnosi u pregovaranju

Predstavnici, stranke, publika

Koalicije

Višestruke strane i timovi

Različitost pregovaračkih okolnosti i situacija

Individualne razlike

Rod i pregovaranje

Persolog® model osobnosti (DISC)

Ličnost i sposobnosti

Međunarodno i međukulturalno pregovaranje

Strategije pregovaranja u međunarodnom okruženju

Priprema pregovaranja za međukulturalno okruženje

Prevladavanje nesuglasica

Što učiniti kada pregovori dođu do slijepe ulice?

Vođenje pregovora kada strane imaju različite pristupe pregovaranju

Rješavanje teških pregovora uključivanjem treće strane

Prepoznavanje sumnjivih/manipulativnih taktika

Priprema za prodajne pregovore

„12,5 CRVENIH NAČELA VELIČANSTVENE PRODAJE“

Pregovaračke taktike prodavača

Pregovaračke taktike kupaca

Komunikacija modernog poduzetnika Asertivnost, vjerodostojnost i racionalnost Interna komunikacija Timska i međusektorska komunikacija – kako učinkovito voditi sastanak? Komunikacija s „teškim“ osobama – konflikt Prezentacijske vještine Trema strah i samopouzdanje Pomagala Poslovni imidž		
1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☐ seminari i radionice ☒ vježbe ☐ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☒ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☐ ostalo _____
1.6. Obveze studenata		
Obveze studenata detaljno su propisane Statutom, Pravilnikom o studiranju te Uputama o obvezama studenata. Ključne obveze studenata su: DOLAZNOST NA NASTAVU: studenti imaju obavezu pohađati nastavu, aktivno pratiti predavanja i vježbe te konstruktivno sudjelovati u nastavi, a za stjecanje prava izlaska na ispit potrebno je prisustvovati na nastavi u postocima propisanim Pravilnikom o studiranju. Za svakog studenta bilježi se njegova prisutnost na nastavi kroz sustav digitalne referade Infoeduka. Minimalne obveze su; • Redovni studenti trebaju prisustvovati na barem 70% od ukupnog broja sati nastave da bi ostvarili pravo na potpis. • Izvanredni studenti trebaju prisustvovati na barem 50% od ukupnog broja sati nastave da bi ostvarili pravo na potpis. POLAGANJE ISPITA: Za ostvarivanje pozitivne ocjene iz predmeta potrebno je ostvariti najmanje 54 boda iz nastavnog predmeta, ali i najmanje 50% bodova po svakom ishodu učenja. Detaljnije je način polaganja ispita opisan u točki Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu. AKTIVNOST U NASTAVI: Diskusija i interaktivnost, grupni rad, rješavanje praktičnih zadataka, domaće zadaće PRAKTIČNI RAD: Izrada praktičnog timskog zadatka na temu osmišljavanja primjera prodajnog procesa primjenjujući napredne prodajne tehnike. ZAVRŠNI PROJEKT: Priprema, izrada i prezentacija projektnog zadatka koji provjerava praktičnu primjenu razumijevanja, znanja i vještine implementacije poslovne etike primjenjujući inovativne prezentacijske softvere i platforme.		

1.7. Praćenje rada studenata (dodati X uz odgovarajući oblik praćenja)

Pohađanje nastave	X	Aktivnost u nastavi	X	Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	X	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projekt	X	Kontinuirana provjera znanja		Referat		Praktični rad	X
Portfolio							

1.8. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o studiranju EFFECTUS veleučilišta.

Radi učinkovitijeg napredovanja studenata u nastavi provode se predavanja, vježbe, kontinuirana provjera znanja (međuispiti, projekt, aktivnost u nastavi, praktični rad) i ispit. Na taj način studenti usvajaju manje nastavne jedinice i lakše savladavaju gradivo predmeta.

Ukupan broj bodova raspodjeljuje se kroz sljedeće aktivnosti:

Aktivnost	ECTS bodovi	Ishodi učenja	Aktivnost studenata	Metoda vrednovanja	Maksimalni broj ocjenskih bodova*
Pohađanje nastave	2	1-6	Sudjelovanje na nastavi - predavanja i vježbe	Evidencija prisutnosti studenta	0
Međuispiti	1,5	1, 2 i 4	Sudjelovanje na pisanoj provjeri znanja s pitanjima različitog tipa: MI1: Pisani ispit s pitanjima u obliku eseja na zadanu temu (ishodi 1 i 2); MI2: Individualni praktični zadaci (ishod 4)	Međuispit 1 – max. 32 bodova (max. 16 bodova po ishodu) Međuispit 2 – max. 16 bodova (max. 16 bodova po ishodu)	48
Aktivnost na nastavi	0,5	Ishodi 1-2	Diskusija i interaktivnost, grupni rad, rješavanje praktičnih zadataka, domaće zadaće	Max. 4 boda (2 boda za ishod 1 i 2 boda za ishod 2)	4

Praktični rad	2	Ishod 3 i 5	Izrada praktičnog timskog zadatka na temu osmišljavanja primjera prodajnog procesa primjenjujući napredne prodajne tehnike	Ishod 3 – max. 16 bodova Ishod 5 – max. 16 bodova	32
Završni projekt	1	Ishod 6	Priprema, izrada i prezentacija projektnog zadatka koji provjerava praktičnu primjenu razumijevanja, znanja i vještine implementacije poslovne etike primjenjujući inovativne prezentacijske softvere i platforme.	Ishod 6 – max. 16 bodova	16
Ukupno	7	/	/	/	100

**ZAVRŠNI ISPIT – student koji tijekom kontinuirane provjere znanja nije ostvario uvjete za prolaz ispita (ostvario ukupno najmanje 54 boda iz predmeta i zadovoljio donji bodovni prag usvojenosti svakog ishoda učenja tj. minimalno 50% bodova svakog ishoda učenja), na završnom ispitu može polagati ishode učenja predmeta. Na završnom ispitu moguće je ostvariti max 96 bodova (100 – aktivnost u nastavi 4 boda = 96 bodova). Student može dobiti dodatne bodove na Challenge ishodu učenja.*

*Na predmetu **Pregovaračke i prodajne vještine** za provjeru znanja studenata, odnosno razine usvojenosti ishoda učenja koriste se sljedeće metode procjene:*

- Ispit u obliku eseja na zadanu temu (ishodi 1 i 2): pitanjima esejskog tipa provjerava se usvojenost teorijskih koncepata vezanih uz pregovaračke i prodajne vještine: prirodu pregovaranja, strategije, metode i taktike pregovaranja i prodaje, kontekst i načela pregovora i prodaje te različite okolnosti pregovaračkih i prodajnih situacija.*
- Individualni praktični zadaci (ishod 4), timski praktični zadatak (ishodi 3 i 5) i timski projekt (ishodi 6): zadaci i projekt provjeravaju praktičnu primjenu znanja, razumijevanja i vještina pregovaranja i prodaje u zadanom području primjene te komunikacijsko-prezentacijske vještine nužne za modernog poduzetnika.*

NAZIV ISHODA UČENJA	MEĐUISPIT/ISPIT	AKTIVNOST NA NASTAVI	PRAKTIČNI RAD	ZAVRŠNI PROJEKT	UKUPNO
<i>ISHOD 1</i>	16	2	0	0	18
<i>ISHOD 2</i>	16	2	0	0	18
<i>ISHOD 3</i>	0	0	16	0	16
<i>ISHOD 4</i>	16	0	0	0	16
<i>ISHOD 5</i>	0	0	16	0	16
<i>ISHOD 6</i>	0	0	0	16	16
UKUPNO	48	4	32	16	100

OCJENJIVANJE:

Za ostvarivanje pozitivne ocjene iz predmeta student mora kumulativno ispuniti dva uvjeta: ostvariti ukupno najmanje 54 (pedesetčetiri) boda iz predmeta i zadovoljiti donji bodovni prag usvojenosti svakog pojedinog ishoda učenja koji iznosi 50% ukupnih bodova ishoda učenja.

Ocjene se računaju temeljem sljedeće distribucije bodova:

BROJ BODOVA	OCJENA
<i>0,00 – 53,90</i>	<i>Nedovoljan (1)</i>
<i>54,00 – 64,90</i>	<i>Dovoljan (2)</i>
<i>65,00 – 79,90</i>	<i>Dobar (3)</i>
<i>80,00 – 89,90</i>	<i>Vrlo dobar (4)</i>
<i>90,00 i više</i>	<i>Izvrstan (5)</i>

Ocjenjivanje se izvodi na transparentan način prikupljanjem bodova. Predmet se vrednuje s 100,00 bodova (uz mogućnost ostvarivanja dodatnih 8 bodova na Challenge ishodu učenja).

CHALLENGE ISHOD UČENJA - student kroz Challenge ishod učenja ima mogućnost ostvariti dodatnih najviše 8 bodova; student samostalno odabire neku od aktivnosti koje su predložene na prvom satu nastave, a ima mogućnost i samostalno predložiti aktivnost kojom želi povećati broj bodova te ih, uz suglasnost nositelja predmeta, ostvaruje prema kriterijima nastavnog predmeta. Bodovi za Challenge ishod učenja ne raspoređuju se po ishodima učenja nego ostvareni broj čini dodatni broj bodova na ukupan broj bodova ostvaren prema ishodima učenja.

Prije pristupanja završnom pisanom ispitu svaki student mora ispuniti propisane uvjete, a to prvenstveno znači da je pohađao % nastave određen Pravilnikom o studiranju i da je dobio elektronski šifriranu dozvolu za pristupanje ispitu.

1.9. Obvezna literatura i broj primjeraka u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na kolegiju

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajlić, S., Drašković, N. (2019) <i>Principi prodaje i pregovaranja</i> . Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu; Tomašević Lišanin, Marija (ur.)	50	50

1.10. Dopunska literatura

Naslov		
Tomašević Lišanin, M. (2010) <i>Profesionalna prodaja i pregovaranje, HUPUP</i>		
Španjol Marković, M. (2016) <i>Moć uvjeravanja - priručnik za javno nastupanje i poslovno prezentiranje, Ciceron komunikacije</i>		
Tudor, G. (2009) <i>VELIKI POSLOVNI PREGOVORI, TIPS & TACTICS, Na temeljima strategije principijelnog pregovaranja, M.E.P.</i>		
Lewicki, R. J., Saunders, D. M., Barry, (2009) <i>PREGOVARANJE, MATE d.o.o.</i>		

<i>Siedel, G. (2018) PREGOVARANJEM DO USPJEHA - Ključne strategije i vještine, MATE d.o.o.</i>		
<i>Gitomer, J. (2007) Mala crvena knjiga prodaje - 12,5 načela veličanstvene prodaje (Kako uspješno prodavati ZAUVIJEK)</i>		
<i>Antolović, K., Sviličić, N. (2020) Komunikacijske vještine: Verbalne i neverbalne persuazivne tehnike, K & K Promocija</i>		
1.11. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija		
• <i>statistička obrada i analiza rezultata ispita (provjera Gaussove krivulje-normalna raspodjela uspješnosti, uspoređivanje i praćenje rezultata ispita različitih generacija, analiza razumijevanja pojedinih modula/pitanja na ispitu i dr.),</i> • <i>provođenje ankete među studentima,</i> • <i>evaluacije i samoevaluacije nastavnika,</i> • <i>postignuti rezultati, stupanj razumijevanja i znanja tijekom izrade seminarskog rada,</i> • <i>postignuti rezultati i stupanj znanja prikazan tijekom izrade i obrane završnog rada (studenata koji odaberu diplomski rad iz ovog predmeta),</i> • <i>analiza izvješća voditelja centra kvalitete te</i> • <i>povratna informacija od strane studenata koji su već diplomirali o korisnosti sadržaja ovog predmeta u obavljanju poslova kojim se bave.</i>		