

Plano de Ensino de Negociação

Dados da Disciplina

Carga Horária: 60 Horas.

Créditos: 04

Professora: Isabella Sacramento

Ementa

definir o que é um processo de negociação
identificar as reações comportamentais básicas de uma pessoa
distinguir e relacionar os aspectos relevantes à preparação de uma negociação
diferenciar as fases de abertura, exploração, proposta e contraproposta presentes em uma negociação
aplicar as atitudes esperadas de cada uma destas fases negociais em um processo interativo
diferenciar as fases de fechamento e controle presentes em uma negociação
aplicar as atitudes esperadas destas fases negociais para refletir sobre um processo interativo
definir perfis de Dominância Cerebral
estabelecer as características principais dos indivíduos de acordo com sua característica cerebral dominante
identificar o comportamento dos participantes da disciplina como negociadores
relacionar as reações estressadas dos perfis de dominância cerebral
distinguir interesses de posições
identificar e desenvolver opções aplicáveis a um conflito ou negociação
separar as pessoas dos problemas
identificar padrões como critérios aplicáveis a uma negociação
Identificar a MAPAN
Compreender a importância de melhorar uma MAPAN e de identificar a do oponente

Objetivos

- ❖ Compreender negociação como um processo
- ❖ Identificar as fases de uma negociação
- ❖ Diferenciar os tipos de negociação
- ❖ Compreender o funcionamento dos perfis de Dominância Cerebral
- ❖ Adequar a mensagem ao interlocutor de acordo com seu perfil dominante
- ❖ Relacionar as reações emocionais presentes a uma negociação
- ❖ Relacionar as principais barreiras ao processo de negociação
- ❖ Preparar uma negociação
- ❖ Identificar as fases presenciais
- ❖ Identificar seus principais pontos fortes como negociador
- ❖ Compreender e aplicar os cinco princípios da Metodologia de Harvard
- ❖ Conduzir negociações de maneira ética e eficaz

Cronograma

Aulas	Atividades
Aula 1	Apresentação: disciplina, plano de ensino e proposta de trabalho. Básicos de argumentação e negociação. Compreender negociação como um processo
Aula 2	Reações comportamentais básicas. Preparação, a chave do sucesso
Aula 3	Fases de uma negociação presencial
Aula 4	Apresentação em grupo de uma negociação em fases. Negociação
Aula 5	Perfis de Dominancia e pontos cegos
Aula 6	Apresentação em grupo de argumentações baseadas nos perfis
Aula 7	Avaliação parcial individual e sem consulta.
Aula 8	Sequestro de Amigdala e Janela de Johari
Aula 9	Negociação Prática – Princípios de Harvard
Aula 10	A Negociação por Princípios
Aula 11	Integração entre as duas escolas
Aula 12	Apresentação em Grupo de uma negociação pelos princípios de Harvard
Aula 13	Avaliação parcial individual e sem consulta.
Aula 14	Integração de trabalhos e reposições – temas contemporâneos
Aula 15	VS - Verificação Suplementar para todos os alunos com notas entre 4.0 e 5.9. Todo assunto tratado neste plano de ensino.

Avaliação

A avaliação da disciplina incluirá o acompanhamento das atividades realizadas durante a disciplina:

1. Avaliações individuais, parciais e sem consulta (80%)

- i. A primeira avaliação versará de todo assunto tratado neste plano de ensino até o dia da prova. (40%)
- ii. A segunda avaliação versará sobre todo assunto tratado neste plano de ensino até o dia da prova acrescido de dois temas apresentados nos seminários pelos colegas em sala de aula. (40%)

2. Negociações e trabalhos de preparação e defesas de argumento realizadas em sala: (20%)

Serão realizadas as leituras dos livros básicos, Como chegar ao Sim (segunda metade do curso), As Armas da Persuasão: Como Influenciar e Não se Deixar Influenciar (trabalhado através de seminário ao longo da disciplina), e Negociação Internacional (trabalho adicional e de reposição)

Bibliografia

Básico

CIALDINI, Robert. As Armas da Persuasão: Como Influenciar e Não se Deixar Influenciar. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

LEWICKI, Roy J; SAUNDERS, David M; MINTON, John W. Fundamentos da negociação. 2.ed. São Paulo: Bookman, 2002.

MACHADO; Dante; Martinelli– Negociação Internacional. São Paulo: Ed. Atlas, 2004.

URY, William; FISCHER, Roger. Como chegar ao Sim. Rio de Janeiro: Imago, 2005

Complementar

BOMMER, William H; BALDWIN, Timothy T; RUBIN, Robert S. Desenvolvimento de habilidades gerenciais. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

EKMAN, Paul. A Linguagem das Emoções. Rio de Janeiro: Lua de Papel, 2011

GOLEMAN, Daniel. Foco: a atenção e seu papel fundamental para o sucesso. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014

KOTLER, Philip; HAYES, Thomas; BLOOM, Paul N. Marketing de serviços profissionais: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros. 2. ed. Barueri: Manole, 2002.

KOTLER, Philip; LEE, Nancy; RITTER, Jorge. Marketing social: influenciando comportamentos para o bem. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

PEPPERS, Don; ROGERS, Martha. Marketing um a um: marketing individualizado na era do cliente. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

SHERVINGTON, Martin. Coaching integral: além do desenvolvimento pessoal. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

WHITMORE, John. Coaching para performance: aprimorando pessoas, desempenhos e resultados: competências pessoais para profissionais. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

