



EMNEBESKRIVELSE
FOP2100 Forhandling og påvirkning
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Markedsføring
2. Semester	3.semester
3. Antall studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Cathrine Moestue
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Studenten skal etter endt emne kunne forstå grunnleggende prinsipper for påvirkning, hvordan de virker og bruk av påvirkning i samfunnet generelt. Studenten skal forstå strategiutforming, prosesshåndtering og typer utfordringer i forhandlinger.</p> <p>Ferdigheter Studenten skal etter endt emne kunne anvende teoriene, teknikker og prosedyrer for å planlegge, lede og gjennomføre forhandlinger og påvirkning mot ulike målgrupper.</p> <p>Generell kompetanse Studenten skal etter endt emne kunne forstå viktigheten av fagets bidrag for å kunne påvirke omgivelsene og håndtere en forhandlingssituasjon.</p>
7. Innhold	<p>Emnet består av to hovedtemaer, nemlig forhandling og påvirkning.</p> <p>Temaer i <i>forhandling</i> vil være ulike typer forhandling med fokus på fordelingsforhandlinger, integrasjonsforhandlinger og de forskjellige stadier i forhandlinger. Videre vil bli lagt vekt på analyse, forberedelser, prosedyrer, teknikker og gjennomføring av forhandlinger.</p> <p>Temaer i <i>påvirkning</i> vil være påvirkning i samfunnet generelt og grunnleggende prinsipper/våpen for påvirkning.</p>
8. Gjennomføring	<p>Emnet vil bli gjennomført med en kombinasjon av teori og praktisk anvendelse av dette i realistiske prosesser og scenarioer. Det vil bli jobbet i grupper både med påvirkning, og i forhandlinger hvor man trener og gjennomfører konkrete forhandlinger og utvikler påvirkningsstrategier.</p>
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	<p>Det vil kunne bli benyttet eksterne gjesteforelesere med næringslivserfaring for å forsterke læringen.</p>

10. Vurdering	<p>Hjemmeeksamen/prosjekt over 2-12 uker, som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt.</p> <p>Skriftlig individuell tre timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.</p>
11. Pensumlitteratur ¹	<p>Cialdini, Robert B. 2011. <i>Påvirkning: teori og praksis</i>. 2. utg. Oslo: Abstrakt. ISBN: 9788279353089. Sider: 338. Pris ca. 397,-</p> <p>Rognes, Jørn Kjell. 2008. <i>Forhandlinger</i>. 3. utg. Oslo: Universitetsforl. ISBN: 9788215005676. Sider: 214. Pris: 359,-</p> <p>Samlet sidetall: 500</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>HBR artikkel ; Harnessing the Science of Persuasion by Robert Cialdini</p> <p>HBR Intervju med Cialdini : The Uses (and Abuses) of Influence</p> <p>HBR artikkel : 98% of HBR readers Love this Article by Steve Martin</p>

¹ Med forbehold om prisendringer.