



# **Psychologie v obchodní činnosti firmy (MKH\_POCF)**

**jaro 2017**

**Syllabus pro studenty**

**Ekonomicko-správní fakulta MU  
2017**

## Garant kurzu

doc. PhDr. Božena Šmajsová Buchtová, CSc., Katedra podnikového hospodářství

## Vyučující

Mgr. Ing. Jan Kuba

## Kontakt

Mgr. Ing. Jan Kuba

[jan.kuba@yoursolution.cz](mailto:jan.kuba@yoursolution.cz)

724 05 15 05

## Rozsah kurzu

Tři setkání v průběhu semestru:

- sobota 4. 3. 2017 od 8.30h do 11.50h (učebna P104)
- sobota 11. 3. 2017 od 12.50h do 16.15h (učebna P104)
- sobota 22. 4. 2017 od 12.50h do 16.15h (učebna P104)

## Anotace

Cílem předmětu je předat poznatky o psychologických předpokladech úspěšného obchodního jednání, o jeho taktice a strategii, o psychologii osobního prodeje, o zásadách efektivní komunikace v obchodním managementu, o etiketě společenských kontaktů a o osobním image muže a ženy v obchodním prostředí. Osvojíte si poznatky o kulturně podmíněných rozdílech v obchodním styku. Pozornost je věnována nárokům, které obchodní činnost klade na osobnostní charakteristiky jedince významné pro úspěch v obchodní činnosti. Aktivní metody výuky Vám poskytnou možnost lepšího sebepoznání a podněty pro vlastní rozvoj a sebevýchovu.

## Zakončení kurzu

### **Písemná zkouška.**

Závěrečný písemný test spočívá ve volné odpovědi na tři otázky v časovém limitu půl hodiny. Podmínkou úspěšného absolvování závěrečného testu je uspokojivé zodpovězení alespoň 70% otázek. Žádná z otázek nemůže být hodnocena známkou F.

Pro připuštění ke zkoušce musí student splnit průběžné požadavky (POT) a odevzdání domácích úkolů z konzultací. Otázky v písemném testu vychází z povinné literatury, z látky probrané při výuce a doplňující literatury uvedené v prezentacích z jednotlivých hodin.

## Požadavky na ukončení kurzu

### 1) Zpracování závěrečné seminární práce (POT)

**Zadání (student si vybere jednu ze dvou možností):**

Zadání A)

*Popište svoji zkušenost z obchodního jednání v tuzemsku nebo v zahraničí.*

Zadání B)

*Chyba v obchodní praxi, která mě poučila.*

**Formát zpracování:**

- MS Word (.doc)
- práce bude zpracována formou kazuistiky, není tedy podmínkou využití odborné literatury a její citování
- v hlavičce dokumentu uvést: Jméno a příjmení, UČO
- rozsah: 4-6 normostran (7200 -10 800 znaků včetně mezer)

**Hodnocení:** přijato/nepřijato. V případě nepřijetí práce z obsahových důvodů, máte možnost jedné opravy. Zkoušky se však můžete zúčastnit až po přijetí práce.

Kritéria hodnocení práce:

- uplatnění vlastních myšlenek, reflexe tématu, logická provázanost textu
- formální stránka (úprava, srozumitelnost)

**Termín odevzdání: 29. 4. 2016 včetně** přes Odevzdávárnu v ISu (odevzdání je vyžadováno pouze elektronicky).

***Později odevzdané práce nebudou hodnoceny, resp. pozdní odevzdání má za následek neúspěšné hodnocení v předmětu!***

**Upozornění týkající se plagiátorství:**

Pokus o předložení práce, která nebude splňovat podmínky pro zacházení s myšlenkami jiných autorů (např. vydávání cizí práce za vlastní, použití části cizí práce ve vlastní práci bez náležitého odkazování nebo doslovným použitím části cizí práce bez zjevného vyznačení citace), bude bez předchozího upozornění postoupen disciplinární komisi ESF MU.

Pro podrobnější informace odkazují na [směrnici děkana ESF MU č. 3/2008 k zamezení plagiátorství](#), kde naleznete jak doporučenou citační normu, tak příklady formálně správného zacházení s cizími myšlenkami ve vaší práci.

**Odevzdání a přijetí této seminární práce vyučujícím je podmínkou pro účast na zkoušce. Student, který nemá potvrzeno přijetí práce k datu zkušební termínu, se nemůže zkoušky zúčastnit.**

### 2) Vypracování úkolů, které budou zadány na konzultacích

- na prvních dvou konzultacích bude zadán domácí úkol

1. úkol: *Strategie prezentace obchodní nabídky*, **termín odevzdání: čtvrtek 18. 3. vč.**

2. úkol: *Námítky a argumentace*, **termín odevzdání: čtvrtek 8. 4. vč.**

Oba úkoly je třeba vypracovat písemně (viz bližší pokyny na konzultaci) a odevzdat je **elektronicky** do určeného data do určené Odevzdávárny v ISu.

***Později odevzdané práce nebudou hodnoceny, resp. pozdní odevzdání má za následek neúspěšné hodnocení v předmětu!***

### **Formát zpracování:**

- MS Word (doc)
- v hlavičce dokumentu uvést: Jméno a příjmení, UČO
- rozsah: viz jednotlivá zadání úkolů

**Hodnocení:** přijato/nepřijato. V případě nepřijetí práce z obsahových důvodů, máte možnost jedné opravy. Zkoušky se však můžete zúčastnit až po přijetí práce.

## **Výukové bloky**

### **Úvod a motivace ke studiu**

Kurz „Psychologie v obchodní činnosti firmy“ je určen studentům magisterského navazujícího studia na Ekonomicko-správní fakultě Masarykovy univerzity. Obsahově je zaměřen na tři navazující celky:

1. Image firmy. Taktika a strategie obchodního jednání
2. Umění uzavřít obchod. Psychologie osobního prodeje. Efektivní komunikace v osobním styku.
3. Jednání s obchodními partnery. Osobní image muže a ženy. Etické zásady v obchodním jednání. Kulturně podmíněné rozdíly v obchodním styku.

Prostudováním úvodní kapitoly získáte poznatky vedoucí k úspěšnému absolvování obchodního jednání s akcentem na úroveň sebejistoty a na umění pracovat s časem a s informacemi. Dále si osvojíte fáze kultivovaného obchodního jednání, získáte lepší dovednost pro přípravu na obchodní jednání a pro prezentaci obchodní nabídky. Tím budete také lépe připraveni na proces vyjednávání. Při studiu se inspirujete strategií principiálního vyjednávání rozpracované na Harvardově univerzitě.

Prostudováním psychologie osobního prodeje, kde dochází k bezprostřednímu vztahu mezi zákazníkem a prodávajícím, získáte poznatky o důležitých osobních proměnných vstupujících do mezilidského vztahu. Nezbytnou výbavou dobrého obchodního zástupce - vyjednavče jsou dobré komunikační dovednosti. Získáte poznatky o řeči těla jako prostředku komunikace, o umění aktivního naslouchání, o technice kladení otázek a o technice telefonování.

Pro jednání s obchodními partnery je důležitá znalost etikety společenských kontaktů, jejíž pravidla si osvojíte ve třetím bloku. V této výukové části předmětu se také naučíte posuzovat osobní image muže a ženy v obchodním styku. Ve třetím bloku získáte také poznatky o zvláštích společenských konvencí ve vybraných zemích, které jsou

důležité pro obchodní činnost. Nezbytnou součástí úspěšného obchodního jednání je dodržování etických pravidel obchodního styku, které po nastudování a posouzení poznatků z praxe Vás povedou k jejich osvojení si a uplatnění v praxi.

Každý studijní blok je doplněn doporučenou literaturou k samostatnému studiu.

Studijní texty uvedené v jednotlivých studijních blocích mohou být sice studovány samostatně, ale jsou koncipovány tak, aby navazovaly na výklad vyučujícího a vytvářely podklad pro aktivní formu výuky.

## Podrobnější popis jednotlivých bloků

### I. Image firmy. Taktika a strategie obchodního jednání

Cílem kapitoly je:

- porozumět image firmy a jejím souvislostem s organizační kulturou firmy
- osvojit si předpoklady úspěšného obchodního jednání s akcentem na zdravou úroveň sebejistoty, efektivní práci s časem a s informacemi
- umět vymezit fáze kultivovaného obchodního jednání
- umět analyzovat přípravu na obchodní jednání
- naučit se prezentovat obchodní nabídku a porozumět procesu vyjednávání
- orientovat se v zásadách psychologie osobního prodeje

### Pokyny pro samostudium

#### 1. Image firmy

Literaturu k první části kapitoly „Image firmy“ naleznete v knize  
*Khelerová, V.: Trénink obchodního jednání. Praha: Grada, 1993. str. 11-16*

#### 2. Taktika a strategie obchodního jednání

Literaturu ke druhé části studijního bloku naleznete ve skriptech:

- *Buchtová, B., Kulhavý, V. Psychologie v obchodní činnosti firmy. Brno: ESF MU, 2006. str. 6-41.*

Text k této části kapitoly naleznete také ve Studijních materiálech předmětu.

Další rozšiřující literatura k druhému tématu:

- *Bedrnová, E., Nový, I. : Psychologie a sociologie v řízení firmy. Praha: Grada, 1996, kap. IV.*
- *Brabec, J. 33 základních dovedností pro obchodní jednání. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2003.*
- *Černý, V. Prodejní techniky. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2003.*
- *Durinkowitz, H. S. Jak se stát úspěšným vedoucím prodeje: praktické rady a tipy pro každodenní praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2007.*
- *Filipová, A. Umění prodávat. 2. přeprac. a rozšíř. vyd. Praha: Grada, 2006*

- Fisher, R., Ury, W., Patton, B.: *Dohoda jistá. Zásady úspěšného vyjednávání*. Praha: Management Press, 1994
- Khelerová, V.: *Trénink obchodního jednání*. Praha: Grada, 1993

## Doplňkové studijní materiály

*Cvičení 1: Zadání cvičení: Silné a slabé stránky firmy*

- Zpracujte seznam silných a slabých stránek vaší firmy. V čem jste lepší a v čem zaostáváte za konkurencí?
- Viz materiál „Formulář Bodové ohodnocení“ ve Studijních materiálech předmětu.

## II. Umění uzavřít obchod. Psychologie osobního prodeje. Efektivní komunikace v osobním styku.

Cílem kapitoly je:

- porozumět nárokům kladeným na prodejce-profesionála
- naučit se zvládat námitky v obchodním jednání
- umět stanovit obchodní podmínky a navázat perspektivní obchodní vztah
- získat dovednost vést obchodní rozhovor
- umět identifikovat odlišné zákaznické typy
- osvojit si komunikativní dovednosti v obchodním styku

## Pokyny pro samostudium

### 1. Umění uzavřít obchod

Téma „Umění uzavřít obchod“ můžete nastudovat ve skriptech:

- Buchtová, B., Kulhavý, V. *Psychologie v obchodní činnosti firmy*. Brno: ESF MU, 2006. str. 47-54.

Další rozšiřující literatura k prvnímu tématu:

- Bureš, I.: *10 zlatých pravidel prodeje*. Praha: Management Press, 1997

### 2. Psychologie osobního prodeje

Téma „Psychologie osobního prodeje“ můžete nastudovat ve skriptech:

- Buchtová, B., Kulhavý, V. *Psychologie v obchodní činnosti firmy*. Brno: ESF MU, 2006. str. 41-46.

Další rozšiřující literatura k druhému tématu:

- Bureš, I.: *10 zlatých pravidel prodeje*. Praha: Management Press, 1997
- Černý, V. *Prodejní techniky*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2003.
- Filipová, A. *Umění prodávat*. 2. přeprac. a rozšíř. vyd. Praha: Grada, 2006
- Gretz, K.F., Drozdeck, S.R.: *Psychologie prodeje*. Praha: Victoria Publishing, 1992

### 3. Efektivní komunikace v obchodním styku

Téma můžete nastudovat ve skriptech:

- *Buchtová, B., Kulhavý, V. Psychologie v obchodní činnosti firmy. Brno: ESF MU, 2006. str. 55-81.*

Rozšiřující literatura ke třetímu tématu:

- Černý, V. *Rétorika pro obchodníky i běžný život.* Brno: Computer Press, 2011.
- Khelerová, V. *Komunikační dovednosti manažera.* Praha: Grada, 1995
- Khelerová, V.: *Trénink obchodního jednání.* Praha: Grada, 1993
- Křivohlavý, J. *Jak si navzájem lépe porozumíme: kapitoly z psychologie sociální komunikace.* 1. vyd. Praha: Svoboda, 1988.
- Šroněk, I. *Etiketa a etika v podnikání.* 1. vyd. Praha: Management Press, 1995.

K podkapitole „Řeč těla jako prostředek komunikace“ doporučujeme následující literaturu:

- Lepilová, K. *Přesvědčivá komunikace manažera: jak úspěšně vystupovat v obchodním styku i ve společnosti: vytvořte si image a styl jednání.* Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008.
- Pease, Allan.: *Řeč těla: jak porozumět druhým z jejich gest, mimiky a postojů těla.* Praha: Portál, 2001.
- Wage, Jan L.: *Řeč těla jako účinný nástroj prodeje.* Praha: Management Press, 2002.

### **III. Jednání s obchodními partnery. Osobní image muže a ženy. Etické zásady v obchodním jednání. Kulturně podmíněné rozdíly v obchodním styku.**

Cílem kapitoly je:

- poskytnout zásady etikety společenského chování v obchodním styku
- zdůraznit význam osobního image muže a ženy
- poukázat na etické zásady v obchodním podnikání
- porozumět významu kulturně podmíněných rozdílů v obchodním styku

#### **Pokyny pro samostudium**

##### **1. Jednání s obchodními partnery**

Informace k tématu „Jednání s obchodními partnery“ můžete nastudovat ve skriptech:

- *Buchtová, B., Kulhavý, V. Psychologie v obchodní činnosti firmy. Brno: ESF MU, 2006. str. 82-92.*

Poznatky o etiketě společenského styku naleznete ve skriptech:

- *Buchtová, B., Kulhavý, V. Psychologie v obchodní činnosti firmy. Brno: ESF MU, 2006. str. 82-86.*

Téma „Osobní image muže a ženy“ je zpracováno ve skriptech:

- *Buchtová, B., Kulhavý, V. Psychologie v obchodní činnosti firmy. Brno: ESF MU, 2006. str. 87-92.*

K oběma tématům Vám doporučujeme následující doplňkovou literaturu:

- Dunckelová, J.: *Podnikatelská etiketa*. Praha: Svoboda, 1997
- Lepilová, K. Přesvědčivá komunikace manažera: jak úspěšně vystupovat v obchodním styku i ve společnosti: vytvořte si image a styl jednání. Brno: Computer Press, 2008.
- Spillaneová, M.: *Image ženy*. Praha: Ikar, 1995
- Spillaneová, M.: *Image muže*. Praha: Ikar, 1994
- Špaček, L. Nová velká kniha etikety. Praha: Mladá fronta, 2008, str. 74-112
- Šroněk, I.: *Etiketa v obchodě a podnikání*. Praha: Management Press, 1999

## 2. Etické zásady v obchodním jednání

Téma „Etické zásady v obchodním jednání“ lze nastudovat z literatury:

- Šroněk, I.: *Etika a etiketa v podnikání*. Praha: Management Press, 1995
- Luknič, A.: *Štvrtý rozmer podnikania - etika :pre manažérov, pre školy, pre každého*. Bratislava: Slovak Academic Press, 1994.
- Rolný, I.: *Etika v podnikové strategii*. Boskovice: Albert 1998

## 3. Kulturně podmíněné rozdíly v obchodním styku

Informace k tématu „Kulturně podmíněné rozdíly v obchodním styku“ můžete nalézt v následujících materiálech:

- Buchtová, B., Kulhavý, V. *Psychologie v obchodní činnosti firmy*. Brno: ESF MU, 2006. str. 93-100.
- Buchtová, B., Pokorný, J. *Podnikání a kulturní odlišnosti*. Brno: Vydavatelství MU – Kraví Hora, 2004.
- Mole, J. *Jiný kraj, jiný mrav: praktický průvodce podnikatelským prostředím a zvyklostmi zemí Evropské unie*. Praha: Management Press, 1995.
- Šroněk, I. *Etiketa a etika v podnikání*. Praha, Management Press 1995, s. 147-167
- Šroněk, I.: *Kultura v mezinárodním podnikání*. Praha: Grada, 2000

Další doporučená literatura k tomuto tématu:

- Hofstede, G.: *Culture's Consequences*. Beverly Hills: Sage, 1980
- Mazák, E; Soldát, V. *Etika a etiketa podnikání v pojišťovnictví, bankovníctví a finančních službách*. 1. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2010.
- Mole, J.: *Jiný kraj, jiný mrav. Praktický průvodce podnikatelským prostředím a zvyklostmi zemí Evropské unie*. Praha, Management Press, 1995
- Šmajš, J. *Podnikatelská a environmentální etika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008.
- Šroněk, I.: *Etiketa a etika v podnikání*. Praha, Management Press 1995, s. 147-167
- Umeda, Y.: *Jak úspěšně vyjednávat s Japonci*. Praha: KAVA-PECH, 1996

## Doplňkové studijní materiály

*Cvičení 1: Pokuste se odpovědět na následující otázky a zpracujte zadané úkoly.*

- Navrhněte osnovu vzdělávacího semináře „Image obchodního zástupce firmy“.
- Vybavte si jednání se zahraničními partnery, kterých jste se v poslední době zúčastnili. Pokuste se analyzovat zvláštnosti chování a jednání druhé strany, zejména situace, které pro vás byly obtížné ke zvládnutí. Co vám přinesla nová zkušenost?



## Literatura ke studiu - souhrn

### Základní literatura:

Buchtová, B., Kulhavý, V. Psychologie v obchodní činnosti firmy. Brno: ESF MU, 2006.

### Doplňková literatura:

Buchtová, B., Pokorný, J. Podnikání a kulturní odlišnosti. Brno: Vydavatelství MU – Kraví Hora, 2004.

Khelerová, V. Trénink obchodního jednání. Praha: Grada, 1993.

Luknič, A. Štvrtý rozmer podnikania – etika pre manažerov, pre školy, pre každého. Bratislava: Slovak Academic Press, 1994.

Mole, J. Jiný kraj, jiný mrav: praktický průvodce podnikatelským prostředím a zvyklostmi zemí Evropské unie. Praha: Management Press, 1995.

Rolný, I. Etika v podnikové strategii. Boskovice: Albert, 1998

Šroněk, I. Etika a etiketa v podnikání. Praha: Management Press, 1995

Šroněk, I. Kultura v mezinárodním podnikání. Praha: Grada, 2000

### Další doporučená literatura:

Bedrnová, E., Nový, I. Psychologie a sociologie v řízení firmy. Praha: Grada, 1996, kap. IV.

Bureš, I. 10 zlatých pravidel prodeje. Praha: Management Press, 1997

Fisher, R., Ury, W., Patton, B. Dohoda jistá. Zásady úspěšného vyjednávání. Praha: Management Press, 1994

Gretz, K.F., Drozdeck, S.R. Psychologie prodeje. Praha: Victoria Publishing, 1992

Hofstede, G. Culture's Consequences. Beverly Hills: Sage, 1980

Khelerová, V. Komunikační dovednosti manažera. Praha: Grada, 1995

Khelerová, V. Trénink obchodního jednání. Praha: Grada, 1993

Křivohlavý, J. Jak si navzájem lépe porozumíme. Praha: Svoboda, 1988

Mole, J. Jiný kraj, jiný mrav. Praktický průvodce podnikatelským prostředím a zvyklostmi zemí Evropské unie. Praha, Management Press, 1995

Spillaneová, M. Image muže. Praha: Ikar, 1994

Spillaneová, M. Image ženy. Praha: Ikar, 1995

Šroněk, I. Etiketa a etika v podnikání. Praha, Management Press 1995, s.147-167

Šroněk, I. Etiketa v obchodě a podnikání. Praha: Management Press, 1999

Umeda, Y. Jak úspěšně vyjednávat s Japonci. Praha: KAVA-PECH, 1996

Wage, Jan L. Řeč těla jako účinný nástroj prodeje. Praha: Management Press, 2002.

Pease, A. Řeč těla :jak porozumět druhým z jejich gest, mimiky a postojů těla. Praha : Portál, 2001.