



# Kursplan

för kurs på avancerad nivå

**Förhandlingsteknik för start-ups**  
**Negotiations for Start-ups**

**7.5 Högskolepoäng**  
**7.5 ECTS credits**

**Kurskod:** FE6605  
**Gäller från:** HT 2009  
**Fastställt:** 2009-08-28  
**Institution** Företagsekonomiska institutionen

**Huvudområde:** Företagsekonomi  
**Fördjupning:** AXX - Avancerad nivå, kurs/er som inte kan klassificeras

## Beslut

Kursplanen är fastställd av masterutbildningsnämnden vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet 2009-08-28.

## Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

120 högskolepoäng. Engelska B.

## Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Högskolepoäng
6605	Förhandlingsteknik för start-ups	7.5

## Kursens innehåll

Kursen består av följande examinationsmoment:

- Förhandlingsteknik för start-ups 7,5 hp, provkod 6605

### Kursens innehåll

Alla förhandlar. Oavsett om det är forskaren som söker forskningsanslag, en designer som söker frilansuppdrag, en ingenjör som diskuterar sin första lön, eller en grupp av entreprenörer som försöker säkra finansieringen för sin nya satsning så kräver alla dessa situationer kunskaper i övertalning och förhandling. Alla företag står och faller med deras försäljning, och de flesta studenter vid SSES partnerskolor kommer någon gång att befinna sig i förhandlingar och i en försäljningsroll, antingen som entreprenörer i sina egna företag, eller som anställda vid exempelvis bioteknikföretag, kreativa företag eller konsultföretag. Att inneha en ledande befattning i någon typ av organisation handlar i huvudsak om att identifiera och lösa konflikter, även läkare kan komma att tvingas hantera tveksamma patienter som vägrar en behandling vilket också kräver kunskaper om förhandling, medling och övertalning.

Kursen bygger på filosofin och innehållet i SSES mycket framgångsrika Weekend Workshop "Negotiations & Sales". Eftersom tanken är att kursen ska vara användbar för ett stort antal deltagare, ligger fokus på innehåll och process snarare än sammanhang och produkt. Det kommer att omfatta de nyaste teorierna inom psykologi och ekonomi, i kombination med praktiska övningar och fallstudier från ledande läroanstalter som Harvard Business School.

Både konsten och vetenskapen som förhandlingar och försäljning utgör skall täckas; deltagarna kommer lära sig vetenskap, teori, ramar och modeller för att analysera förhandlings- och försäljningssituationer, de kommer också att studera förhandlingskonsten - den mänskliga faktorn i förhandlingar och försäljning, vilken bäst kan observeras genom att delta i experiment och övningar som belyser dessa aspekter.

Kursen baseras på föreläsningar, litteratur, fallstudier och övningar. Gästföreläsare kommer att bidra till undervisningen. Exempel på ämnen som kommer att behandlas i kursen, med tyngdpunkt på förhandling och försäljning:

- Beslutsfattandepsykologi
- Spelteori och beteendekonomi
- Genuseffekter i förhandling och försäljning
- Hur man undviker ett förhandlingssammanbrott
- Flerpartsförhandlingar

### **Förväntade studieresultat**

Efter kursen ska studenterna kunna:

- Förstå processen för mänskligt beslutsfattande
- Diskutera vanliga psykologiska tumregler och påverkan (bias)
- Förklara ramverk för förhandlingar såsom BATNA och reservationspris
- Bättre förbereda, planera och agera i förhandlings- och försäljningssituationer
- Förstå dynamiken i bilaterala och multilaterala förhandlingssituationer
- Identifiera användandet av olika förhandlingsstrategier och -ansatser

### **Undervisning**

Kursen består av

- Lektioner/ seminarier som ger en översikt av de frågeställningar kursen behandlar.

Undervisningens innehåll och uppläggning framgår av information som meddelas senast vid kursstart. Undervisningsspråk för alla lärandeaktiviteter är engelska. Undervisning ges i mån av resurser.

### **Kunskapskontroll och examination**

a) Examination:

- Aktivt deltagande (40% av totalbetyget)
  - Pedagogiken i kursen baseras på aktivt lärande och mycket av kunskapen skapas genom deltagande i övningar och i klassrummet; av den anledningen kommer deltagande att antecknas och betygssättas. 75% deltagande krävs för att få godkänt i kursen.
  - Litteraturtentamen (40% av totalbetyget)
  - En litteraturtentamen kommer att hållas halvvägs genom kursen – syftet med den tidpunkten är att säkerställa att alla deltagare har läst litteraturen och att säkerställa att deras uppmärksamhet ligger på övningarna i resten av kursen
  - Skriftliga uppgifter (20% av totalbetyget)
- Betygsättning i kursen anges enligt en målrelaterad betygsskala.  
- A, B, C, D och E är godkända betyg. Fx samt F är underkända betyg.

c) Betygskriterier

- Betygskriterier fastställs av examinator och anges i skriftliga anvisningar som finns som tillhandahålls vid kursstart.

d) Kurskrav

För att erhålla slutbetyg på kursen krävs

- Lägst betyget E på samtliga i kursen ingående examinationsmoment.
- Närvaro och aktivt deltagande i kursens seminarier i enlighet med anvisningar som meddelas vid kursstart.

e) Övrigt

Studierande som godkänts i prov på kursen får inte genomgå förnyat prov för högre betyg.

### **Övergångsbestämmelser**

När kursen inte längre ges, eller när kursinnehållet väsentligen ändrats, har studenten rätt att en gång per termin under de tre följande terminerna efter det att förändringen skett examineras enligt denna kursplan.

### **Begränsningar**

Kursen får inte tillgodoräknas i examen vid Stockholms universitet samtidigt med annan, inom eller utom

landet genomgången och godkänd kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs.

### **Övrigt**

Kursen ges enbart inom Stockholm School of Entrepreneurship (SSES)

### **Kurslitteratur**

I samband med beslutet om kursens inrättande har följande litteratur och andra läromedel fastställts:

- Bazerman & Moore (2009) Judgment in Managerial Decision Making, 7th Edition, Wiley, Chapters 1-6, 9-10
- Cialdini (2003) Influence: Science and Practice, 4th Edition,
- Burnham (2007) High-testosterone Men Reject Low Ultimatum Game Offers, Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences, vol. 274, pp. 2327-2330
- Eckel & Grossman (2001) Chivalry and Solidarity in Ultimatum Games, Economic Inquiry, vol. 39(2), pp. 171-188
- Kray (2007) Leading Through Negotiations: Harnessing the Power of Gender Stereotypes, California Management Review, 50(1), pp. 159-173
- Babcock & Loewenstein (1997) Explaining Bargaining Impasse: The Role of Self-Serving Biases, The Journal of Economic Perspectives, vol. 11(1), pp. 109-126
- Babcock, Wang & Loewenstein (1996) Choosing the Wrong Pond: Social Comparisons in Negotiations That Reflect a Self-Serving Bias, The Quarterly Journal of Economics, vol. CXI(1), pp. 1-19