

Nazwa przedmiotu		Podstawy komunikacji i negocjacji z kontrahentami					Kod ECTS	14.3.E.SZ.3651				
							Pkt.ECTS	3				
Jednostka prowadząca przedmiot		KBM	Nazwa kierunku		MSG		Nazwa specjalności		B20THZ;			
Nazwisko prowadzącego		dr Marcin Krzaczek										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	0	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	16	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności							Rok i rodzaj studiów:		3 NS1,			
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):							Semestr:		5,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):							Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:							0		Język wykładowy:		polski	
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.										
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Aktywność w grupach, współpraca, Studia przypadków, Gry dydaktyczne, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		- marketing										
Wymagania wstępne		Brak.										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę										
Kryteria oceny		Projekt zaliczeniowy (30%) - projekt całościowej komunikacji marketingowej wybranego przedsiębiorstwa; gra negocjacyjna (25%) - warsztaty z wykorzystaniem wybranych technik negocjacyjnych; praca na zajęciach (25%); aktywność na zajęciach (20%).										
Cele przedmiotu												
Po zaliczeniu przedmiotu student powinien umieć: <ul style="list-style-type: none"> <li>- wskazać elementy komunikacji marketingowej i opisać je;</li> <li>- stworzyć zarys komunikacji marketingowej dla wybranej organizacji i uzasadnić swój wybór;</li> <li>- podać przykłady adekwatnych technik negocjacyjnych;</li> <li>- odpowiednio zastosować w/w techniki we wskazanej sytuacji negocjacyjnej.</li> </ul>												
Efekty uczenia się												
Wiedza		MSG1_W06	student zna i rozumie relacje między podmiotami gospodarczymi i instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej									
		MSG1_W15	student ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategię oraz narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu									
Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza												
Efekty		egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
MSG1_W06									X	X		X
MSG1_W15								X	X	X		
Umiejętności		MSG1_U08	student wykorzystuje podstawowe metody, techniki i narzędzia marketingowe do pozyskiwania i analizy danych, niezbędnych w pracy zawodowej w celu diagnozowania procesów gospodarczych oraz podejmowania właściwych decyzji ekonomicznych									
		MSG1_U10	student potrafi aktywnie brać udział w debacie, prezentować własne stanowisko, popierając je argumentacją opartą na wybranych teoriach i/lub danych statystycznych									
		MSG1_U14	student potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku									

	międzynarodowym), przyjmując w niej różne role										
<b>Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności</b>											
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
MSG1_U08							X	X	X		
MSG1_U10							X	X	X		X
MSG1_U14							X		X		X
Kompetencje	MSG1_K03	student uczestniczy w przygotowaniu projektów ekonomiczno- społecznych, potrafi godzić wymagania ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne									
	MSG1_K04	student jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia									
	MSG1_K05	student prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu									
<b>Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje</b>											
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
MSG1_K03							X	X			X
MSG1_K04							X	X	X		X
MSG1_K05								X	X		X
<b>Treści programowe</b>											
1. Rola komunikacji w relacjach z zagranicznymi kontrahentami, specyfika marketingu B2B - 1h. 2. Narzędzia komunikacji B2B - 3h. 3. Obsługa klienta B2B - 2h. 4. Nowoczesne kanały komunikacji B2B - 2h. 5. Istota negocjacji - 1h. 6. Strategie i techniki negocjacyjne - 1h. 7. Gra negocjacyjna - warsztaty z wykorzystaniem wybranych technik negocjacyjnych - 3h. 8. Prezentacja projektów zaliczeniowych z komunikacji marketingowej - 3h.											
<b>Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej</b>											
<b>Literatura obowiązkowa:</b> 1. Pałgan R., <i>Natura negocjacji handlowych</i> , Wydawnictwo Gdańskiej Szkoły Wyższej, Gdańsk 2012. 2. Lewicki R.J., Saunders D.M., Barry B., Minton J.W., <i>Zasady negocjacji</i> , Rebis, Poznań 2008. 3. Brdulak H., Brdulak J., <i>Negocjacje handlowe</i> , PWE, Warszawa 2007. 4. Nęcki Z., <i>Negocjacje w biznesie</i> , Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 2006. 5. Kotler P., <i>Marketing</i> , Rebis, Poznań 2012. 6. <i>Komunikacja marketingowa</i> , red. M. Rydel, ODDK, Gdańsk 2001.											
<b>Literatura uzupełniająca:</b> 1. Głowik M., <i>Komunikacja niewerbalna w kontaktach interpersonalnych</i> , Wydawnictwo Promotor, Warszawa 2004. 2. <i>Komunikacja międzykulturowa w integrującej się Europie</i> , red. K. Karcz, CBI AE, Katowice 2004. 3. Hofstede G., <i>Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu</i> , PWE, Warszawa 2000. 4. <i>Raport Strategiczny - Internet 2019/2020 IAB</i> , www.iab.org.pl.											
Kontakt		<a href="mailto:marcin.krzaczek@ug.edu.pl">marcin.krzaczek@ug.edu.pl</a>									