

Nazwa przedmiotu		Strategie negocjacyjne					Kod ECTS	14.3.E.SZ.3525				
							Pkt.ECTS	4				
Jednostka prowadząca przedmiot		KBM		Nazwa kierunku		MSG		Nazwa specjalności		B1SBM;		
Nazwisko prowadzącego		dr Monika Grottel										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	0	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	20	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		2 NS2,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		3,				
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		Aktywność w grupach, współpraca, Gry dydaktyczne, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		Brak.										
Wymagania wstępne		Brak.										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę										
Kryteria oceny		Ze względu na formę przedmiotu (konwersatorium) warunkiem zaliczenia przedmiotu jest wypełnienie przez studenta w ciągu całego semestru następujących zadań: prezentacja przygotowywana w grupie, projekty i zadania realizowane na zajęciach, w tym gra negocjacyjna, aktywność i obecność na zajęciach, udział w dyskusjach, indywidualne prace domowe.										
Cele przedmiotu												
W wyniku zaliczenia przedmiotu student zdobędzie pogłębioną wiedzę na temat specyfiki negocjacji handlowych z kontrahentami zagranicznymi, pozna strategię, techniki i taktyki prowadzenia negocjacji w handlu międzynarodowym, zdobędzie umiejętność podejmowania decyzji w zakresie planowania procesu negocjacji handlowych oraz wyboru odpowiednich form i metod prowadzenia negocjacji. Student zapozna się również z metodą studiów przypadku wykorzystywaną w analizie wybranych strategii negocjacyjnych.												
Efekty uczenia się												
Wiedza		MSG2_W09	student dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą strategii negocjacyjnych wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa aktywne na rynku międzynarodowym, rozumie uwarunkowania, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w procesie negocjacyjnym									
		MSG2_W14	student posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce uczestniczącej w procesie negocjacji biznesowych									
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
MSG2_W09								X	X			X
MSG2_W14								X	X			X
Umiejętności		MSG2_U07	student potrafi zaplanować proces negocjacji na rynku międzynarodowym i kierować jego realizacją, prowadzi skuteczne negocjacje, analizuje i krytycznie ocenia ich przebieg									
		MSG2_U12	student potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole negocjacyjnym, w szczególności międzynarodowym, przyjmując w nim wiodącą rolę									
Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności												

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
MSG2_U07							X	X			X
MSG2_U12							X	X			X
Kompetencje	MSG2_K06	student jest gotów do samodzielnego identyfikowania, diagnozowania i odpowiedzialnego rozstrzygnięcia dylematów oraz różnych wariantów rozwiązań związanych z procesem negocjacyjnym, wykonywaniem zawodu negocjatora i rozwijaniem umiejętności negocjacyjnych									
	MSG2_K07	uczestnicząc w procesie negocjacji student jest gotów do poszanowania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz społecznej odpowiedzialności biznesu									

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

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
MSG2_K06							X	X			X
MSG2_K07							X	X			X

Treści programowe
1. Komunikacja podstawą negocjacji w biznesie międzynarodowym:

- istota komunikacji,
- proces komunikacji,
- bariery skutecznej komunikacji,
- kanały komunikacji,
- komunikacja marketingowa.

2. Zasady komunikowania się w procesie negocjacji:

- dopasowanie werbalne,
- dopasowanie niewerbalne,
- komunikacja werbalna,
- komunikacja niewerbalna,
- dominacja w negocjacjach,
- sympatia w negocjacjach.

3. Istota konfliktu w relacjach biznesowych:

- przyczyny konfliktu,
- formy i typy konfliktu,
- fazy konfliktu,
- skutki konfliktu,
- sposoby rozwiązywania konfliktów.

4. Negocjacje w biznesie międzynarodowym:

- definicja negocjacji,
- rodzaje negocjacji.

5. Fazy procesu negocjacji.
6. Otoczenie negocjacji biznesowych.
7. Strony negocjacji biznesowych:

- kupujący,
- sprzedający,
- zespół negocjacyjny,
- sylwetka skutecznego negocjatora: cechy i predyspozycje osobowości, rodzaje negocjatorów.

8. Style negocjacyjne:

- dominacja,
- dostosowanie się,
- unikanie.

9. Taktyki i techniki negocjacyjne.
10. Najlepsza alternatywa negocjowanego porozumienia - BATNA.
11. Uwarunkowania kulturowe negocjacji biznesowych.
12. Negocjacje z trudnym przeciwnikiem.



Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Literatura obowiązkowa:

1. Pałgan R., *Natura negocjacji handlowych*, Wydawnictwo Gdańskiej Szkoły Wyższej, Gdańsk 2012.
2. Lewicki R.J., Saunders D.M., Barry B., Minton J.W, *Zasady negocjacji*, Wydawnictwo Rebis, Poznań 2008.
3. Brdulak H, Brdulak J., *Negocjacje handlowe*, PWE, Warszawa 2007.
4. Nęcki Z., *Negocjacje w biznesie*, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 2006.

Literatura uzupełniająca:

5. Głowik M., *Komunikacja niewerbalna w kontaktach interpersonalnych*, Wydawnictwo Promotor, Warszawa 2004.
6. *Komunikacja międzykulturowa w integrującej się Europie*, red. K. Karcz, CBI E AE, Katowice 2004.
7. Hofstede G., *Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu*, PWE, Warszawa 2000.

Kontakt

monika.grottel@ug.edu.pl,