

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Negocjacje w handlu międzynarodowym (Ćw. audytorjne), PG_00091669						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2025/2026				
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów				
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni				
Rok studiów	2	Język wykładowy	polski				
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS	3.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie				
Jednostka prowadząca	Wydział Ekonomiczny -> Katedra Biznesu Międzynarodowego -> Zakład Handlu Zagranicznego						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Monika Grottel					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr Monika Grottel					
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta		RAZEM	
	Liczba godzin pracy studenta	30	0.0	0.0		30	
Cel przedmiotu	Zapoznanie studentów ze specyfiką negocjacji handlowych z kontrahentami zagranicznymi, rodzajami strategii, technik i taktyk prowadzenia negocjacji w handlu międzynarodowym, rozwój kompetencji i umiejętności 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 przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGMU2_U08] potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych; popiera własne stanowisko, wątpliwości i sugestie argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych	Student potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo zespołe negocjacyjnym, z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu międzynarodowej transakcji handlowej; argumentuje swoje propozycje w oparciu o wiedzę dotyczącą prowadzenia działalności na rynku międzynarodowym i dane statystyczne.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[MSGMU2_U07] potrafi zaplanować transakcję handlową na rynku międzynarodowym i kierować jej realizacją, prowadzi skuteczne negocjacje, analizuje i krytycznie ocenia przebieg transakcji	Student potrafi zaplanować i skutecznie prowadzić negocjacje, analizuje i krytycznie ocenia ich przebieg.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_W09] dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą wybranych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, rozumie uwarunkowania, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w jego strukturach mające na celu rozwój oraz zależności zachodzące między przedsiębiorstwami na rynku międzynarodowym	Student dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą wybranych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa w otoczeniu krajowym i międzynarodowym, rozumie uwarunkowania, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w związku z planowaniem i prowadzeniem negocjacji handlowych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_U12] potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole, w szczególności międzynarodowym, przyjmując w nim wiodącą rolę	Student potrafi współdziałać i pracować w międzynarodowym zespole negocjacyjnym, przyjmując w nim wiodącą rolę.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGMU2_K07] jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej i społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne, szanuje różnorodność poglądów i kultur, jest profesjonalny i lojalny wobec pracodawcy	Student jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki jako negocjator na rynku międzynarodowym, szanuje różnorodność poglądów i kultur, jest profesjonalny.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGMU2_K04] jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, ocenia ryzyko i zagrożenia oraz znajduje sposoby przeciwdziałania ich skutkom	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków negocjacyjnych, jest odporny na porażki, umiejętnie ocenia ryzyko i zagrożenia wynikające z przyjętych warunków negocjacyjnych.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_K06] jest gotów do samodzielnego identyfikowania, diagnozowania i odpowiedzialnego rozstrzygnięcia dylematów oraz różnych wariantów rozwiązań związanych z wykonywaniem zawodu i rozwijaniem dorobku zawodowego	Student jest gotów do samodzielnego identyfikowania, diagnozowania i odpowiedzialnego rozstrzygnięcia wyzwań w procesie negocjacji handlowych z zagranicznym kontrahentem.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_W14] posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności w przedsiębiorstwach działających na rynku międzynarodowym	Student posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w przedsiębiorstwach działających na rynku międzynarodowym i potrafi na niej opierać decyzje w czasie negocjacji z zagranicznymi kontrahentami.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 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. 																	
Wymagania wstępne i dodatkowe	<ol style="list-style-type: none"> 1. wiedza zakresu transakcji handlowej realizowanej na rynku międzynarodowym oraz kulturowych uwarunkowań biznesu międzynarodowego 2. umiejętności przeprowadzania analiz, podejmowania decyzji, planowania. 3. aktywność, umiejętność komunikowania się oraz współpracy w grupie, kreatywność. 																	
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sposób oceniania (składowe)</th> <th>Próg zaliczeniowy</th> <th>Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>prezentacja projektu przygotowywanego w grupach</td> <td>51.0%</td> <td>30.0%</td> </tr> <tr> <td>aktywność i obecność na zajęciach, udział w dyskusjach</td> <td>51.0%</td> <td>20.0%</td> </tr> <tr> <td>zadania realizowane na zajęciach</td> <td>51.0%</td> <td>20.0%</td> </tr> <tr> <td>test zaliczeniowy</td> <td>51.0%</td> <td>30.0%</td> </tr> </tbody> </table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	prezentacja projektu przygotowywanego w grupach	51.0%	30.0%	aktywność i obecność na zajęciach, udział w dyskusjach	51.0%	20.0%	zadania realizowane na zajęciach	51.0%	20.0%	test zaliczeniowy	51.0%	30.0%		
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej																
prezentacja projektu przygotowywanego w grupach	51.0%	30.0%																
aktywność i obecność na zajęciach, udział w dyskusjach	51.0%	20.0%																
zadania realizowane na zajęciach	51.0%	20.0%																
test zaliczeniowy	51.0%	30.0%																
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 1. R. Pałgan, <i>Natura negocjacji handlowych</i>, Wydawnictwo Gdańskiej Szkoły Wyższej, Gdańsk 2012. 2. Roy J. Lewicki, David M. Saunders, Bruce Barry, John W. Minton, <i>Zasady negocjacji</i>, Wydawnictwo Rebis, Poznań 2008. 3. H. Brdulak, J. Brdulak, <i>Negocjacje handlowe</i>, PWE, Warszawa 2007. 4. Z. Nęcki, <i>Negocjacje w biznesie</i>, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 2006. 																
	Uzupełniająca lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 1. M. Głowik, <i>Komunikacja niewerbalna w kontaktach interpersonalnych</i>, Wyd. Promotor, Warszawa 2004. 2. <i>Komunikacja międzykulturowa w integrującej się Europie</i>, red. k. Karcz, CBI AE, Katowice 2004. 3. G. Hofstede, <i>Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu</i>, PWE, Warszawa 2000. 																
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:																
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Określenie celu negocjacyjnego i zaplanowanie najlepszych alternatyw dla tego celu (BATNA).</p> <p>Zaplanowanie czasu i miejsca negocjacji.</p> <p>Zastosowanie wybranych technik negocjacyjnych w grze negocjacyjnej.</p>																	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy																	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.