

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Strategie negocjacyjne (Ćw. audytoryjne) , PG_00170533						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów		
Forma studiów	niestacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	3		Liczba punktów ECTS		4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> 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	20.0	0.0	0.0	0.0	20
	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	20		15.0		65.0	100
Cel przedmiotu	W wyniku zaliczenia przedmiotu student zdobędzie pogłębioną wiedze 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 metoda studiów przypadku wykorzystywana w analizie wybranych strategii negocjacyjnych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[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 proces negocjacji na rynku międzynarodowym i kierować jego realizacją, prowadzi skuteczne negocjacje, analizuje i krytycznie ocenia ich przebieg. Potrafi formułować pytania i wątpliwości związane z realizacją zadań dotyczących opracowania strategii negocjacyjnej oraz rozwijać swoje rozumienie treści programowych podczas konsultacji z prowadzącym.	[SU5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_K06] jest gotów do samodzielnego identyfikowania, diagnozowania i odpowiedzialnego rozstrzygania dylematów oraz różnych wariantów rozwiązań związanych z wykonywaniem zawodu i rozwijaniem dorobku zawodowego	Student jest gotów do samodzielnego identyfikowania, diagnozowania i odpowiedzialnego rozstrzygania dylematów oraz różnych wariantów rozwiązań związanych z procesem negocjacyjnym, wykonywaniem zawodu negocjatora i rozwijaniem umiejętności negocjacyjnych.	[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 uczestniczącej w procesie negocjacji biznesowych.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [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 kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole negocjacyjnym, w szczególności międzynarodowym, przyjmując w nim wiodącą rolę.	[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 strategii negocjacyjnych wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa aktywne na rynku międzynarodowym, rozumie uwarunkowania, zasady i konsekwencje decyzji podejmowanych w procesie negocjacyjnym.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[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, uczestnicząc w procesie negocjacji, jest gotów do poszanowania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz społecznej odpowiedzialności biznesu.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport

Treści przedmiotu	1. Komunikacja podstawa 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 osobowosci, 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. W ramach udziału studenta w ćwiczeniach 15 godzin przeznaczonych jest na indywidualne konsultacje mające na celu wsparcie procesu uczenia celem wyjaśniania trudniejszych zagadnień z zakresu opracowywania i realizacji strategii negocjacyjnych w biznesie międzynarodowym.																	
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak																	
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>indywidualna praca domowa</td><td>51.0%</td><td>10.0%</td></tr><tr><td>3 gry negocjacyjne</td><td>51.0%</td><td>30.0%</td></tr><tr><td>prezentacja grupowego projektu</td><td>51.0%</td><td>40.0%</td></tr><tr><td>aktywność na zajęciach</td><td>51.0%</td><td>20.0%</td></tr></table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	indywidualna praca domowa	51.0%	10.0%	3 gry negocjacyjne	51.0%	30.0%	prezentacja grupowego projektu	51.0%	40.0%	aktywność na zajęciach	51.0%	20.0%		
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej																
indywidualna praca domowa	51.0%	10.0%																
3 gry negocjacyjne	51.0%	30.0%																
prezentacja grupowego projektu	51.0%	40.0%																
aktywność na zajęciach	51.0%	20.0%																
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Pałgan R., Natura negocjacji handlowych, Wydawnictwo Gdanskiej Szkoły Wyższej, Gdansk 2012. 2. Lewicki R.J., Saunders D.M., Barry B., Minton J.W, Zasady negocjacji, Wydawnictwo Rebis, Poznan 2008. 3. Brdulak H, Brdulak J., Negocjacje handlowe, PWE, Warszawa 2007. 4. Necki Z., Negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Krakow 2006.																
	Uzupełniająca lista lektur	1. Głowik M., Komunikacja niewerbalna w kontaktach interpersonalnych, Wydawnictwo Promotor, Warszawa 2004. 2. Komunikacja międzykulturowa w integrującej się Europie, red. K. Karcz, CBI&AE, Katowice 2004. 3. Hofstede G., Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu, PWE, Warszawa 2000.																
	Adresy eZasobów																	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania																		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy																	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.