

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Strategie negocjacyjne , PG_00200104						
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2027/2028		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
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						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	20.0	0.0	15.0	0.0	35
	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	35		0.0		65.0	100
Cel 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 przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGMU2_K07] wykazuje gotowość 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/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[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_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_K06] wykazuje gotowość 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 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_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
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 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 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. <p>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.</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak		

Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	aktywność na zajęciach	51.0%	20.0%
	prezentacja grupowego projektu	51.0%	40.0%
	3 gry negocjacyjne	51.0%	30.0%
	indywidualna praca domowa	51.0%	10.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> Pałgan R., Natura negocjacji handlowych, Wydawnictwo Gdanskiej Szkoły Wyższej, Gdansk 2012. Lewicki R.J., Saunders D.M., Barry B., Minton J.W., Zasady negocjacji, Wydawnictwo Rebis, Poznan 2008. Brdulak H, Brdulak J., Negocjacje handlowe, PWE, Warszawa 2007. Necki Z., Negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Krakow 2006. 	
	Uzupełniająca lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> Głowik M., Komunikacja niewerbalna w kontaktach interpersonalnych, Wydawnictwo Promotor, Warszawa 2004. Komunikacja międzykulturowa w integrującej się Europie, red. K. Karcz, CBI E AE, Katowice 2004. 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.