



Przedmiot: NEGOCJACJE W BIZNESIE				
Forma zajęć: ćwiczenia	Semestr: 9	Rok: 5	Wymiar godzin: 8	Punkty ECTS:
Forma zaliczenia: egzamin	Typ przedmiotu: obowiązkowy		Język nauczania: polski	
Kierunek: Zarządzanie i Marketing		Tryb: niestacjonarne zaoczne		Rodzaj: jednolite magisterskie
Specjalność: Zarządzanie marketingowe				
Katedra: Zarządzania marketingowego				
Stopień naukowy wykładowcy: prof. dr hab.		Imię i nazwisko wykładowcy: URSZULA Kałużna-Drewińska		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

makroekonomia, mikroekonomia

Program przedmiotu:

1. Zasady prowadzenia rozmów
2. Określenie BATNA (The Best Alternative to Negotiated Agreement)
3. Rozwiązywanie dylematów negocjacyjnych. Scenariusze rozmów negocjacyjnych
4. Rozpoznawanie komunikatów niewerbalnych. Pokonywanie barier komunikacyjnych
5. Rozmowy dwu- i wielostronne w negocjacjach
6. Gra x 14
7. Trening (negocjacje handlowe, ekologiczne i polityczne)

Metody dydaktyczne:

Metody aktywizujące (metoda przypadków, gry dydaktyczne, dyskusja)

Cele przedmiotu:

Nauczenie umiejętności praktycznego rozwiązywania case's negocjacyjnych

Warunki zaliczenia:

test, sprawdziany, projekty indywidualne

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

1. R. Stocki: Doskonalenie umiejętności negocjacyjnych. Oficyna Ekonomiczna warszawa 2005
2. U. Kałużna-Drewińska: Negocjacje w biznesie. Kluczowe problemy, Wyd. AE Wrocław 2006

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):