



Przedmiot: NEGOCJACJE W BIZNESIE				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 0	Rok: 5	Wymiar godzin: 10	Punkty ECTS: 3
Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę		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. Pojęcie, istota, geneza negocjacji.
2. Związek negocjacji z marketingiem.
3. Sylwetka negocjatora (cechy pożądane i niepożądane).
4. Skład zespołu negocyjacyjnego i role poszczególnych uczestników.
5. Rodzaje negocjacji i kryteria ich wyodrębniania.
6. Czynności w ramach procesu przygotowawczego do negocjacji.
7. Przebieg rozmów w fazie zasadniczej.
8. Faza finalna i jej znaczenie dla przyszłych kontaktów.
9. Formułowanie strategii w negocjacjach – rozmowy oparte na zasadach.
10. Style rozmów negocyjacyjnych i ich uwarunkowania.
11. Taktyki negocjacyjne i ich związek ze strategią rozmów.
12. Typologia negocjatorów i jej użyteczność praktyczna.
13. Scenariusz i program rozmowy negocjacyjnej
14. Zachowania negocjacyjne przedstawicieli różnych krajów – ich specyfika
15. Komunikacja niewerbalna w negocjacjach.
16. Trening negocjacyjny (negocjacje handlowe, społeczne, ekologiczne polityczne)

Metody dydaktyczne:

metody podające - wykład problemowy

Cele przedmiotu:

w zakresie wiedzy: przekazanie wiedzy teoretycznej z zakresu negocjacji w biznesie
w zakresie umiejętności: wyrobienie umiejętności rozwiązywania dylematów negocjacyjnych przypadków

Warunki zaliczenia:

Pozytywnie oceniony test

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

1. R. Fisher, W. Ury, B. Patton: Dochodząc do tak. Negocjowanie bez poddawania się, PWE Warszawa 2004
2. Z. Nęcki: Negocjacje w biznesie. Wyd. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 2000 i późniejsze
3. J. Kamiński: Negocjowanie – techniki rozwiązywania konfliktów, Poltext, Warszawa 2003
4. R.A. Rządca: Negocjacje w interesach. PWE, Warszawa 2003,
5. U. Kałużna-Drewińska: Negocjacje w biznesie. Kluczowe problemy, AE Wrocław 2006

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

1. P. Steele, J. Murphy, R. Rusill: Jak odnieść sukces w negocjacjach, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005,
2. H. Jastrzębska-Smolagi (red.) Ekonomiczne podstawy negocjacji, Diffin, Warszawa 2007
3. C. Lyons: Ja wygrywam, ty wygrywasz. MT. BIZNES, Warszawa 2008
4. K. Bargiel-Matusiewicz: Negocjacje i mediacje, PWE Warszawa 2007
5. E.M. Cenker: negocjacje, Wyd. Wyższej Szkoły Komunikacji i Zarządzania, Poznań 2002