

Sylabus 18 Wykład specjalizacyjny do wyboru

Tytuł kursu:	NEGOCJACJE W BIZNESIE
Semestr:	8
Autor kursu:	Prof. dr hab. Urszula Kałużna-Drewińska
Opis kursu:	<p>Przekazanie wiedzy teoretycznej i praktycznej z zakresu negocjacji w biznesie.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Przygotowanie do prowadzenia rozmów negocjacyjnych poprzez: poznanie podstawowych zasad procesu komunikowania się z kontrahentami. ▪ Poznanie i wyrobienie umiejętności posługiwania się strategiami i taktykami, tak aby osiągnąć zamierzony cel. ▪ Poznanie i zrozumienie zachowań negocjacyjnych oraz nabycie umiejętności wywierania wpływu na te zachowania. ▪ Nauczenie umiejętności praktycznego rozwiązywania różnych dylematów negocjacyjnych. ▪ Umożliwienie studentom jak najszerszego spojrzenia na negocjacje, zarówno w ich wymiarze menedżerskim jak też etycznym.
Tematyka poszczególnych zajęć:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pojęcie, istota, geneza negocjacji. 2. Związek negocjacji z marketingiem. 3. Sylwetka negocjatora (cechy pożądane i niepożądane). 4. Skład zespołu negocjacyjnego 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 negocjacyjnych 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)
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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
Wymagania wstępne	zaliczenie kursu „Marketing”, „Podstawy biznesu”

Efekty kształcenia	<p>Wiedza: Zapoznanie studentów z kluczowymi problemami negocjacji</p> <p>Umiejętności: Wykorzystanie w praktyce wiedzy teoretycznej z zakresu negocjacji a zwłaszcza umiejętności praktycznego sporządzania scenariuszy negocjacyjnych i profesjonalnego rozwiązywania różnych przypadków, w taki sposób, aby, aby odnieść sukces w negocjacjach.</p>
Forma kursu	wykład + ćwiczenia
Liczba godzin w semestrze	30
Liczba miejsc	nieograniczona
Forma zaliczenia	Ocena ciągła, pisemny test końcowy