

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Negocjacje w handlu międzynarodowym , PG_00199668						
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	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS			3.0		
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	30.0	0.0	35.0	0.0	65
	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	65		0.0		10.0	75
Cel przedmiotu	Zapoznanie studentów ze specyfiką negocjacji handlowych z kontrahentami zagranicznymi, rodzajami strategii, technik i taktyk prowadzenia negocjacji w handlu międzynarodowym, rozwój kompetencji i umiejętności 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_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 podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w przedsiębiorstwach działających na rynku międzynarodowym i potrafi na niej opierać decyzje w czasie negocjacji z zagranicznymi kontrahentami.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW5] 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 i skutecznie prowadzić negocjacje, analizuje i krytycznie ocenia ich przebieg. Wykazuje umiejętność korzystania z konsultacji w celu pogłębienia wiedzy i doskonalenia kompetencji w zakresie negocjacji w otoczeniu międzynarodowym.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] 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 wyzwań w procesie negocjacji handlowych z zagranicznym kontrahentem.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK5] realizacja zadania problemowego
	[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 jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki jako negocjator na rynku międzynarodowym, szanuje różnorodność poglądów i kultur, jest profesjonalny.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGMU2_U08] potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych; popiera własne stanowisko, wątpliwości i sugestie argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych	Student potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo zespole negocjacyjnym, z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu międzynarodowej transakcji handlowej; argumentuje swoje propozycje w oparciu o wiedzę dotyczącą prowadzenia działalności na rynku międzynarodowym i dane statystyczne.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[MSGMU2_U12] potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole, w szczególności międzynarodowym, przyjmując w nim wiodącą rolę	Student potrafi współdziałać i pracować w międzynarodowym zespole negocjacyjnym, przyjmując w nim wiodącą rolę.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikacja podstawą negocjacji w biznesie międzynarodowym: istota komunikacji, proces komunikacji, bariery skutecznej komunikacji, kanały komunikacji, komunikacja marketingowa. 2. Zasady komunikowania się w procesie negocjacji: dopasowanie werbalne, 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 konsultacji omawiane będą indywidualne pytania studentów, wyjaśniane wątpliwości oraz udzielane dodatkowe informacje dotyczące treści programowych.</p>		

Wymagania wstępne i dodatkowe	<ol style="list-style-type: none"> 1. wiedza zakresu transakcji handlowej realizowanej na rynku międzynarodowym oraz kulturowych uwarunkowań biznesu międzynarodowego 2. umiejętności przeprowadzania analiz, podejmowania decyzji, planowania. 3. aktywność, umiejętność komunikowania się oraz współpracy w grupie, kreatywność. 		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	aktywność i obecność na zajęciach, udział w dyskusjach	51.0%	30.0%
	zadania realizowane na zajęciach	51.0%	30.0%
	prezentacja projektu przygotowywanego w grupach	51.0%	40.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 1. R. Pałgan, <i>Natura negocjacji handlowych</i>, Wydawnictwo Gdańskiej Szkoły Wyższej, Gdańsk 2012. 2. Roy J. Lewicki, David M. Saunders, Bruce Barry, John W. Minton, <i>Zasady negocjacji</i>, Wydawnictwo Rebis, Poznań 2008. 3. H. Brdulak, J. Brdulak, <i>Negocjacje handlowe</i>, PWE, Warszawa 2007. 4. Z. Nęcki, <i>Negocjacje w biznesie</i>, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 2006. 	
	Uzupełniająca lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 1. M. Głowik, <i>Komunikacja niewerbalna w kontaktach interpersonalnych</i>, Wyd. Promotor, Warszawa 2004. 2. <i>Komunikacja międzykulturowa w integrującej się Europie</i>, red. k. Karcz, CBI E AE, Katowice 2004. 3. G. Hofstede, <i>Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu</i>, PWE, Warszawa 2000. 	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Określenie celu negocjacyjnego i zaplanowanie najlepszych alternatyw dla tego celu (BATNA).</p> <p>Zaplanowanie czasu i miejsca negocjacji.</p> <p>Zastosowanie wybranych technik negocjacyjnych w grze negocjacyjnej.</p>		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.