

**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"> <li>1. Komunikacja podstawa negocjacji w biznesie międzynarodowym: istota komunikacji, proces komunikacji, bariery skutecznej komunikacji, kanały komunikacji, komunikacja marketingowa.</li> <li>2. Zasady komunikowania się w procesie negocjacji: dopasowanie werbalne, dopasowanie niewerbalne, komunikacja werbalna, komunikacja niewerbalna, dominacja w negocjacjach, sympatia w negocjacjach.</li> <li>3. Istota konfliktu w relacjach biznesowych: przyczyny konfliktu, formy i typy konfliktu, fazy konfliktu, skutki konfliktu, sposoby rozwiązywania konfliktów.</li> <li>4. Negocjacje w biznesie międzynarodowym: definicja negocjacji, rodzaje negocjacji.</li> <li>5. Fazy procesu negocjacji.</li> <li>6. Otoczenie negocjacji biznesowych.</li> <li>7. Strony negocjacji biznesowych: kupujący, sprzedający, zespół negocjacyjny, sylwetka skutecznego negocjatora: cechy i predyspozycje osobowości, rodzaje negocjatorów.</li> <li>8. Style negocjacyjne: dominacja, dostosowanie się, unikanie.</li> <li>9. Taktyki i techniki negocjacyjne.</li> <li>10. Najlepsza alternatywa negocjowanego porozumienia - BATNA.</li> <li>11. Uwarunkowania kulturowe negocjacji biznesowych.</li> <li>12. Negocjacje z trudnym przeciwnikiem.</li> </ol> <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"> <li>Pałgan R., Natura negocjacji handlowych, Wydawnictwo Gdanskiej Szkoły Wyższej, Gdansk 2012.</li> <li>Lewicki R.J., Saunders D.M., Barry B., Minton J.W., Zasady negocjacji, Wydawnictwo Rebis, Poznan 2008.</li> <li>Brdulak H, Brdulak J., Negocjacje handlowe, PWE, Warszawa 2007.</li> <li>Necki Z., Negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Krakow 2006.</li> </ol>	
	Uzupełniająca lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> <li>Głowik M., Komunikacja niewerbalna w kontaktach interpersonalnych, Wydawnictwo Promotor, Warszawa 2004.</li> <li>Komunikacja międzykulturowa w integrującej się Europie, red. K. Karcz, CBI E AE, Katowice 2004.</li> <li>Hofstede G., Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu, PWE, Warszawa 2000.</li> </ol>	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.