

KARTA PRZEDMIOTU

I. Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu: NEGOCJACJE HANDLOWE				
Forma zajęć i wymiar godzin	<i>Studia stacjonarne</i>		<i>Studia niestacjonarne</i>	
	<i>Wykład</i>	<i>ćwiczenia</i>	<i>wykład</i>	<i>Ćwiczenia</i>
		30		12
Nazwa jednostki: Wielkopolska Akademia Społeczno – Ekonomiczna w Środzie Wlkp. – Akademia Nauk Stosowanych, Wydział EKONOMICZNY, kierunek EKONOMIA, profil OGÓLNOAKADEMICKI Studia: II stopnia Semestr: 4 Imię i nazwisko wykładowcy: dr hab. inż. ARTUR KISIOŁEK Liczba punktów ECTS: 4				

II. Informacje szczegółowe

1. Wymagania wstępne

Podstawy teoretyczne z zakresu nauk o organizacji i zarządzaniu

2. Cele przedmiotu/zajęć

Kod celu	Treść celu przedmiotu/zajęć
C1-W	Uzyskanie praktycznej wiedzy z zakresu negocjacji handlowych głównie w sektorze B2B
C2-U	Umiejętności: z zakresu praktycznego wykorzystania strategii negocjacyjnych
C3-K	Wdrażanie do samodzielnego studiowania i samodoskonalenia na dalszym etapie rozwoju zawodowego

3. Efekty uczenia się (EU) przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych wraz z ich odniesieniem do efektów uczenia się dla kierunku studiów

WIEDZA		
Kod efektu uczenia się	Treść efektu uczenia się	Kod efektu uczenia się dla kierunku studiów
EU1	Student potrafi definiować najważniejsze pojęcia dotyczące negocjacji handlowych.	K_W01 K_W02 K_W05
EU2	Potrafi szczegółowo scharakteryzować najważniejsze	K_W01

	taktyki negocjacyjne oraz style prowadzenia negocjacji.	K_W02 K_W05
UMIEJĘTNOŚCI		
EU3	Stosuje pozyskaną wiedzę w organizacjach komercyjnych oraz non profit.	K_U02 K_U07
EU4	Potrafi dokonać analizy przyczynowo-skutkowej w zakresie konfrontacyjnych oraz integrujących negocjacji handlowych.	K_U02 K_U07
EU5	Wykorzystuje wiedzę w zakresie planowania i prowadzenia negocjacji przez organizacje.	K_U02 K_U07
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EU6	Przejawia postawy samodzielnego działania w uczeniu się i organizacji pracy.	K_K01 K_K02 K_K03
EU7	Rozumie, że etyczne i trwałe relacje oparte na wartościach i empatii, mają kluczowe znaczenie w relacjach biznesowych.	K_K01 K_K02 K_K03

4. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia (kod)	Efekty uczenia się (kod)
TP1	Istota, znaczenie i rodzaje negocjacji.	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP2	Strategia i taktyka negocjacji - konfrontacyjnych	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP3	Strategia i taktyka negocjacji - integrujących	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP4	Reguły wpływu społecznego wg Roberta B. Cialdini'ego	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP5	Negocjacyjne zoo – strategie i techniki negocjacji wg. Grzegorza Załuskiego	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP6	Różnorodność a negocjacje	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP7	Planowanie negocjacji w organizacji.	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU6

5. Metody nauczania

Kod efektu uczenia się	Metoda nauczania
EU1	Wykład z prezentacją multimedialną, studia przypadków
EU2	Wykład z prezentacją multimedialną, studia przypadków
EU3	Wykład z prezentacją multimedialną, studia przypadków
EU4	Wykład z prezentacją multimedialną, studia przypadków
EU5	Wykład z prezentacją multimedialną, studia przypadków
EU6	Wykład z prezentacją multimedialną, studia przypadków
EU7	Wykład z prezentacją multimedialną, studia przypadków

6. Forma zaliczenia przedmiotu oraz sposób weryfikacji efektów uczenia się

Forma zaliczenia przedmiotu: Zaliczenie z oceną	
Kod efektu uczenia się	Sposób weryfikacji efektów uczenia się
EU1	Zaliczenie ustne, warsztaty
EU2	Zaliczenie ustne, warsztaty
EU3	Zaliczenie ustne, warsztaty
EU4	Zaliczenie ustne, warsztaty
EU5	Zaliczenie ustne, warsztaty
EU6	Aktywność na zajęciach, dyskusja, warsztaty
EU7	Aktywność na zajęciach, dyskusja, warsztaty

7. Literatura**a) literatura podstawowa:**

1. Cialdini Robert B., Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, GWP Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2013
2. Dawson Roger, Sekrety negocjacji dla biznesmenów, MT Biznes, Warszawa 2018.
3. Kozina A., Planowanie negocjacji w przedsiębiorstwie, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012.
4. Lewicki Roy J., Saunders David M., Barry Bruce, Minton John W., Zasady negocjacji, Nowe, zmienione i uaktualnione wydanie, Rebis, Poznań 2018.
5. Załuski Grzegorz, Negocjacyjne ZOO. Strategie i techniki negocjacji w pigułce, MT Biznes, Warszawa 2017.

b) literatura uzupełniająca:

1. Drucker P.F., Praktyka zarządzania, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2017.
2. Fisher Roger , Ury William , Patton Bruce: Dochodząc do Tak. Negocjowanie bez poddawania się, PWE, Warszawa 2016.
3. Voss C., Raz T., Negocjuj, jakby od tego zależało twoje życie, MT Biznes, Warszawa 2022.
4. Załuski Grzegorz, Czajkowski Adam, Perswazyjny poker, Talia najskuteczniejszych technik sprzedaży, prezentacji i komunikacji, MT Biznes, Warszawa 2019.

8. Kryteria oceny

60% zaliczenie ustne, 30% warsztaty, 10% aktywność na zajęciach

9. Praca indywidualna studenta i pkt ECTS

Forma aktywności		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Liczba godzin zajęć (godziny realizowane przy bezpośrednim udziale wykładowcy)		30	12
Praca indywidualna studenta	Czytanie literatury do zajęć	20	30
	Opracowanie materiałów do dyskusji	20	20
	Przygotowanie do zaliczenia	26	36
	Konsultacje	4	2
SUMA GODZIN		100	100
LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA ZAJĘĆ/PRZEDMIOTU		4	
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów		3	1