

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: I stopnia Semestr: 6 Imię i nazwisko wykładowcy: dr hab. inż. Artur Kisiołek Liczba punktów ECTS: 5				

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 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
EU2	Potrafi szczegółowo scharakteryzować najważniejsze taktyki negocjacyjne oraz style prowadzenia negocjacji.	K_W01 K_W10
UMIEJĘTNOŚCI		

EU3	Stosuje pozyskaną wiedzę w organizacjach komercyjnych oraz non profit.	K_U01
EU4	Potrafi dokonać analizy przyczynowo-skutkowej w zakresie konfrontacyjnych oraz integrujących negocjacji handlowych.	K_U07
EU5	Wykorzystuje wiedzę w zakresie prowadzenia negocjacji.	K_U10
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EU6	Przejawia postawy samodzielnego działania w uczeniu się i organizacji pracy.	K_K01
EU7	Rozumie, że etyczne i trwałe relacje oparte na wartościach i empatii, mają kluczowe znaczenie w relacjach biznesowych.	K_K05

4. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia (kod)	Efekty uczenia się (kod)
TP1	Istota i znaczenie negocjacji.	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP2	Rodzaje negocjacji.	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP3	Strategia i taktyka negocjacji - zasady skutecznych negocjacji	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP4	Planowanie negocjacji, etyka, komunikacja, techniki wpływu społecznego.	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP5	Wybrane style negocjacyjne – warsztat negocjatora.	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP6	Negocjacje międzynarodowe i międzykulturowe.	C1-W C2-U C3-K	EU1-EU7
TP7	Błędy w prowadzeniu negocjacji.	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: Egzamin	
Kod efektu uczenia się	Sposób weryfikacji efektów uczenia się
EU1	Egzamin ustny
EU2	Egzamin ustny
EU3	Egzamin ustny
EU4	Egzamin ustny
EU5	Egzamin ustny
EU6	Aktywność na zajęciach, dyskusja
EU7	Aktywność na zajęciach, dyskusja

7. Literatura

a) literatura podstawowa:

1. Dawson Roger, Sekrety negocjacji dla biznesmenów, MT Biznes, Warszawa 2018.
2. Fisher Roger , Ury William , Patton Bruce: Dochodząc do Tak. Negocjowanie bez poddawania się, PWE, Warszawa 2016.
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.

b) literatura uzupełniająca:

1. Cialdini Robert B., Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, GWP Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2013
2. Drucker P.F., Praktyka zarządzania, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2017.
3. Załuski Grzegorz, Negocjacyjne ZOO. Strategie i techniki negocjacji w pigułce, MT Biznes, Warszawa 2017.
4. Załuski Grzegorz, Czajkowski Adam, Perswazyjny poker, Talia najskuteczniejszych technik sprzedaży, prezentacji i komunikacji, MT Biznes, Warszawa 2019.

8. Warunki zaliczenia przedmiotu

80% egzamin ustny, 20% 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	30	40
	Opracowanie materiałów do dyskusji	20	31
	Przygotowanie do egzaminu	40	40
	Konsultacje	5	2
SUMA GODZIN		125	125
LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA ZAJĘĆ/PRZEDMIOTU		5	
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów		2	1