

**Sylabus przedmiotu (modułu) na Wydziale Zarządzania  
Wyższej Szkoły Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego w Gdyni  
w roku akademickim 2021/22**

### 1. Informacje o przedmiocie (module) według *Planu studiów* na kierunku: ZARZADZANIE

Wypełnia kierownik katedry/zakładu

Nazwa przedmiotu: <b>Negocjacje w biznesie międzynarodowym</b>							Kod przedmiotu: <b>D1_1</b>		
Poziom i forma studiów: <b>studia I stopnia, stacjonarne i niestacjonarne</b>		Profil kształcenia: <b>PRAKTYCZNY</b>					Zakres specjalnościowy: <b>wszystkie</b>		
Rok: <b>II</b> semestr: <b>4</b>		Status przedmiotu /modułu: <b>przedmiot do wyboru</b>					Język przedmiotu / modułu: <b>polski</b>		
Forma zajęć	Wykłady	ćwiczenia			Łącznie godzin dydaktycz.	Konsultacje	Liczba punktów ECTS		
		ćwiczenia audytoryjne	zajęcia laboratoryjne	seminarium			Zajęcia kontaktowe	Praca samodzielną	Łącznie pkt.
Wymiar zajęć Studia stacjonarne	<b>15</b>	-	-	-	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>	<b>1</b>
w tym zajęć praktycznych	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wymiar zajęć Studia niestacjonarne	<b>15</b>	-	-	-	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>	<b>1</b>
w tym zajęć praktycznych	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sposób zaliczenia przedmiotu	<b>Egzamin</b>								
Koordynator przedmiotu / modułu	<b>dr hab. Dorota Simpson</b>								
Prowadzący zajęcia	<b>dr hab. Dorota Simpson</b>								
Priorytetowe efekty uczenia się określone w programie studiów dla kierunku		<b>Z_W04, Z_U07, Z_K05</b>							

## 2. Zadania nauczyciela

Cele kształcenia przedmiotu jest wyposażenie studentów w wiedzę dotyczącą istoty negocjacji, celów, faz i stylów oraz możliwych manipulacji, uświadomienie im potrzeby wykształcenia umiejętności prowadzenia negocjacji z przedstawicielami różnych kultur i w różnych językach oraz pokazanie, jak uwarunkowania kulturowe mogą wpływać na proces negocjacji i pojawiające się konflikty

Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się - przedmiotowe	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku <b>Zarządzanie</b>
<b>Wiedza</b>		
<b>W_01</b>	W zaawansowanym stopniu zna i rozumie rolę człowieka w kreowaniu kultury organizacyjnej oraz strategiach zarządzania kulturową różnorodnością. Rozumie kulturowe uwarunkowania zachowań partnerów w negocjacjach międzynarodowych biznesowych i wie, w jaki sposób reagować i dostosowywać swoje zachowanie.	Z_W04
<b>Umiejętności</b>		
<b>U_01</b>	Korzystając z właściwych koncepcji teoretycznych potrafi w zaawansowanym stopniu prawidłowo interpretować i wyjaśniać uwarunkowane kulturowo zachowania partnerów negocjacyjnych oraz podejmować odpowiednie decyzje.	Z_U07
<b>Kompetencje społeczne</b>		
<b>K_01</b>	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym ustawicznego doskonalenia własnych kompetencji komunikacyjnych rozumiejąc ich praktyczne zastosowanie w procesie negocjacji i wartość obiektywną w erze globalizacji.	Z_K05
Tematy poszczególnych zajęć z podziałem na liczbę godzin		
<p style="text-align: center;"><b>WYKŁADY</b> (zajęcia o charakterze teoretycznym)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wprowadzenie – istota negocjacji: definicje, przesłanki podejmowania negocjacji, komunikacja i jej znaczenie w negocjacjach – 1h</li> <li>2. Fazy negocjacji - przygotowania – pozyskanie informacji dobór członków zespołów negocjacyjnych, wybór miejsca, ustalenie BATNA i ZOPA, otwarcie procesu negocjacyjnego, propozycje/oferty i ustępstwa, kontrpropozycje, wnioski, podsumowanie i podpisanie kontraktu – 3h</li> <li>3. Charakterystyka zespołu negocjacyjnego (role poszczególnych członków: lider, sekretarz, słuchacz, krytyk, kontroler) i style negocjacji - rywalizacja lub współpraca: wygrany – wygrany, przegrany – przegrany, wygrany - przegrany - 3h</li> <li>4. Trudne sytuacje w procesie negocjacji, trudny partner, triki i manipulacje, wojna psychologiczna i pozycyjna, makiawelizm – 2h</li> <li>5. Konflikt w negocjacjach: determinanty konfliktu, przebieg konfliktu, rozwiązanie konfliktu – 2h</li> <li>6. Negocjacje w biznesie międzynarodowym: różnice kulturowe w biznesie, modele analizowania wymiarów kultury, jako narzędzie ułatwiające, jako narzędzie ułatwiające zrozumienie zachowań zagranicznych negocjatorów – 2h</li> <li>7. Charakterystyka sylwetek negocjatorów z wybranych krajów – 2h</li> </ol>		
Metody prowadzenia zajęć	Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, studia przypadków, studiowanie literatury.	
Literatura obowiązkowa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. B. Jeliński, Negocjowanie i zawieranie kontraktów [w:] Marketing eksportowy małych i średnich przedsiębiorstw w Regionie Południowego Bałtyku, red. H. Treder i P. Kulawczuk, Wydawnictwo UG, Gdańsk 2012 <a href="http://www.ctfsbp.eu/wp-content/uploads/2013/03/CTF-C3A">http://www.ctfsbp.eu/wp-content/uploads/2013/03/CTF-C3A</a></li> </ol>	

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. D. Simpson, Różnice kulturowe w prowadzeniu biznesu w Regionie Południowego Bałtyku [w:] Marketing eksportowy małych i średnich przedsiębiorstw w Regionie Południowego Bałtyku, red. H. Treder i P. Kulawczuk, Wydawnictwo UG, Gdańsk 2012 <a href="http://www.ctfsbp.eu/wp-content/uploads/2013/03/CTF-C3A">http://www.ctfsbp.eu/wp-content/uploads/2013/03/CTF-C3A</a></li> <li>3. M. Kendik, <i>Negocjacje międzynarodowe</i>, Difin, Warszawa 2009</li> </ol>
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. J. Schroeder, Etykieta w kontaktach międzynarodowych. Przewodnik po krajach świata, Polska Izba Gospodarcza Importerów, Eksporterów i Kooperacji, Poznań 2018</li> <li>2. M. Purgat, Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym, PWE, Warszawa 2010</li> <li>3. R. Fisher, B. Patton, W. Ury, <i>Dochodząc do TAK. Negocjowanie bez poddawania się</i>, PWE, Warszawa 2016</li> <li>4. E. Drzewiecka, <i>Negocjacje w biznesie</i>, C.H.Beck, 2014</li> <li>5. B. Brożek, J. Stelmach, <i>Negocjacje</i>, Copernicus Center Press, Kraków 2014</li> <li>6. G. Hofstede, G.J. Hofstede, M. Minkov, <i>Kultury i organizacje</i>, PWE, Warszawa 2011</li> <li>7. A. Kulawik, <i>Strategie i techniki negocjacyjne na arenie międzynarodowej (Hiszpania, Chiny, USA)</i>, e-bookowo.pl Wydawnictwo Internetowe, 2011</li> <li>8. Richard R. Gesteland, <i>Różnice kulturowe a zachowania w biznesie</i>, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2000</li> <li>9. D. Hirsh, Kontekst kulturowy w komunikacji marketingowej na rynkach międzynarodowych, <i>Prace Instytutu Lotnictwa</i>, 2012, nr 4, s.303-316 (dostępny on-line)</li> </ol>

Końcowa ocena wyników pracy studenta nad przedmiotem wymaga syntezy osiągniętych przez niego efektów

### 3. Zadania i czas **SAMODZIELNEJ** pracy studenta

Wyszczególnienie zadań	Liczba godzin		Punkty ECTS	
	st.	ns.	st.	ns.
<b>Zadania o charakterze teoretycznym</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>
Studiowanie literatury przedmiotu	5	5	0,2	0,2
Przygotowanie do zaliczenia	5	5	0,2	0,2
<b>Zadania kształtujące umiejętności praktyczne</b>	-	-	-	-
-	-	-	-	-
<b>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz. i pkt. ECTS</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>

### 4. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta

Symbol efektu uczenia się	Metody weryfikacji i oceny efektów uczenia się
W_01	Egzamin, aktywność studenta na platformie Moodle,
U_01	Egzamin

U_01	Egzamin
------	---------

**Podstawowe kryteria oceny końcowej:**

Kryteria oceniania:

do 50% – niedostateczny

51% – 60% – dostateczny

61% – 70 % – dostateczny plus

71% – 80 % – dobry

81% – 90% – dobry plus

od 91 % – bardzo dobry