

Numer modułu zgodnie z planem studiów	M_HPS2_26/1
Kierunek lub kierunki studiów	Hortitechniki precyzyjne
Nazwa modułu kształcenia, także nazwa w języku angielskim	Negocjacje w biznesie Negotiations in business
Język wykładowy	Język polski
Rodzaj modułu kształcenia	fakultatywny
Poziom studiów	studia drugiego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Rok studiów dla kierunku	II
Semestr dla kierunku	3
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe	1 (0,7/0,4)
Tytuł/stopień, imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za moduł	Dr inż. Wioletta Wróblewska
Jednostka oferująca moduł	Katedra Zarządzania i Marketingu
Cel modułu	Celem modułu jest przekazanie studentom teoretycznej wiedzy z zakresu technik i strategii negocjacyjnych stosowanych w biznesie.
Treści programowe modułu kształcenia	Treści programowe modułu obejmują pojęcie, istotę i genezę negocjacji oraz znaczenie i powiązanie negocjacji z działalnością marketingową podmiotu gospodarczego. Ponadto omówione zostaną pożądane i niepożądane cechy negocjatora, skład zespołu negocjacyjnego i role poszczególnych jego uczestników, rodzaje negocjacji, czynności w ramach procesu przygotowawczego do negocjacji, przebieg rozmów w fazie zasadniczej, faza finalna i jej znaczenie dla przyszłych kontaktów. Treści programowe obejmują także analizę stylów rozmów negocjacyjnych, taktyki negocjacyjne i ich związek ze strategią rozmów, zachowania negocjacyjne przedstawicieli różnych krajów – ich specyfikę oraz m.in. zagadnienia komunikacji niewerbalnej w negocjacjach.
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej	Literatura wymagana: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stelmaż J., Brożek B. 2014. Negocjacje, Copernicus Center Press, Kraków.</li> <li>2. Łąguna M., Markowicz B. 2003, Negocjacje i komunikacja w biznesie, Wydaw. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.</li> <li>3. Peeling N., 2010. Co dobry negocjator wie, robi i mówi, PWE, Warszawa.</li> </ol>

	<p>Literatura zalecana:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Steele P., Murphy J., Rusill R., 2005. Jak odnieść sukces w negocjacjach, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.</li> <li>2. Jastrzębska-Smolagi H. (red.), 2007. Ekonomiczne podstawy negocjacji, Diffin, Warszawa.</li> </ol>
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	Wykład - konwencjonalny i konwersatoryjny, dyskusja, metody przypadków, praca z książką; metody praktyczne – case study, metody ćwiczebne i realizacji zadań.