



Negocjacje w biznesie

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Marketing		Cykl dydaktyczny 2025/2026	
Specjalność -		Kod przedmiotu UEPMS.28C.333.25	
Jednostka organizacyjna UEP		Język wykładowy Polski	
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Do wyboru	
Forma studiów stacjonarne		Blok zajęciowy Blok C	
Profil kształcenia ogólnoakademicki			
Osoba odpowiedzialna za treść sylabusu	Renata Nestorowicz		
Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 3	
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 30		

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Uzyskanie wiedzy na temat istoty negocjacji, stylów negocjowania i rozwiązywania konfliktów.
C2	Uzyskanie wiedzy na temat procesu negocjacji i zasad prowadzenia negocjacji.
C3	Rozwinięcie umiejętności odpowiedniego doboru i stosowania technik negocjacji, w zależności od sytuacji negocjacyjnej, siły przetargowej partnerów, własnych celów.
C4	Rozwinięcie umiejętności rozpoznawania technik manipulacji i przeciwdziałania im.
C5	Wykształcenie postawy sprzyjającej osiągnięciu rozwiązania win-win, szacunku dla partnera negocjacyjnego.

Cele kształcenia UEP

Kod	Treść celu
CS2_1.1	student krytycznie rozważa kwestie teoretyczne i praktyczne
CS2_1.2	student krytycznie ocenia alternatywy w celu wypracowania optymalnego rozwiązania
CS2_1.3	student rozumie najważniejsze aspekty wpływu makro- i mikrootoczenia na decyzje biznesowe
CS2_2.1	student wykorzystuje umiejętność budowania zespołu do realizacji zadań grupowych
CS2_2.2	student wykazuje umiejętności przywódcze i efektywnie pracuje w zespole
CS2_2.3	student przygotowuje prace pisemne i prezentacje ustne zgodnie ze standardami akademickimi
CS2_3.1	student rozumie i docenia, jak względy etyczne oraz zasady zrównoważonego rozwoju wpływają na decyzje biznesowe
CS2_3.2	student rozumie społeczną odpowiedzialność biznesu i istotę zrównoważonego rozwoju
CS2_3.3	student rozumie i docenia inne kultury oraz międzynarodową i społeczną różnorodność

Wymagania wstępne

Wiedza na temat podstawowych zasad komunikacji międzyludzkiej w biznesie.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student opisuje istotę negocjacji, charakteryzuje różnorodne style negocjowania.	K2_W04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W2	Student wymienia i charakteryzuje etapy prowadzenia negocjacji, objaśnia sposoby przygotowania zespołu do negocjacji.	K2_W04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W3	Student identyfikuje i charakteryzuje techniki negocjacji.	K2_W04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
W4	Student rozróżnia techniki argumentowania, perswazji i manipulacji w negocjacjach.	K2_W04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Student analizuje i ocenia skuteczność zastosowanych stylów negocjowania.	K2_U04, K2_U05, K2_U07	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Udział w inscenizacjach negocjacyjnych

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
U2	Student planuje przebieg negocjacji i odpowiednio się do niego przygotowuje.	K2_U02, K2_U04, K2_U09	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Udział w inscenizacjach negocjacyjnych
U3	Student współpracuje w zespole negocjacyjnym dla osiągnięcia celów negocjacyjnych.	K2_U05, K2_U07, K2_U08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Udział w inscenizacjach negocjacyjnych
U4	Student dobiera techniki negocjacyjne stosowanie do celów i sytuacji negocjacyjnej.	K2_U05, K2_U07, K2_U08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Udział w inscenizacjach negocjacyjnych
Kompetencje społecznych			
K1	Student postępuje zgodnie z zasadami etycznymi i poszanowaniem praw partnerów negocjacyjnych.	K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Udział w inscenizacjach negocjacyjnych
K2	Student wykazuje odpowiedzialność za swoje postępowanie w trakcie negocjacji oraz za uzyskane wyniki.	K2_K02, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Udział w inscenizacjach negocjacyjnych
K3	Student jest gotów do doskonalenia się w zakresie prowadzenia negocjacji.	K2_K01, K2_K05	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota negocjacji. Style negocjacji. Analiza przypadków negocjacji.	C1	W1, U1
2.	Proces negocjacji. Znaczenie fazy przygotowania się do negocjacji. Analiza przypadków negocjacji.	C2	W2, U2
3.	Zasady prowadzenia negocjacji w różnych warunkach i w różnorodnych grupach negocjatorów. Inscenizacje (scenki negocjacyjne) i omówienie ich przebiegu, efektów.	C5	U3, K1, K2
4.	Techniki negocjacji, argumentowania i kontrargumentowania. Obrona przed manipulacjami. Inscenizacje (scenki negocjacyjne) oraz dyskusja nad ich przebiegiem.	C3, C4	W3, W4, U4
5.	Rozwiązywanie konfliktów w zespole pracowniczym. Analiza przypadków. Inscenizacje (scenki negocjacyjne) oraz dyskusja nad ich przebiegiem.	C5	U3, K1, K2

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
6.	Negocjacje międzykulturowe. Uwarunkowania prowadzenia negocjacji z przedstawicielami innych kręgów kulturowych. Klasyfikacje kultur narodowych a sposoby prowadzenia negocjacji. Rola kobiet w negocjacjach z przedstawicielami różnych krajów.	C3, C5	U1, U2, U3, U4, K1, K2
7.	Trudne sytuacje negocjacyjne. Analiza sposobów rozwiązania trudnych sytuacji. Inscenizacje (scenki negocjacyjne) oraz dyskusja nad ich przebiegiem.	C3, C4, C5	W3, W4, U2, U4, K1, K2, K3

Literatura

Obowiązkowa

1. Fisher, R., Ury, W. i Patton, B. (2016). Dochodząc do tak. Negocjowanie bez poddawania się. PWE.
2. Kowalczyk, E. (2021). Psychologia negocjacji. Między nauką a praktyką zarządzania. PWN.
3. Szewczak, K. (2020). Techniki i praktyki negocjacyjne. Zbiór 65 najskuteczniejszych metod, a także sposoby obrony obrony przed manipulacją. Growin Game.

Zalecana

1. Age, L.-J. (2021). Happy happy. Innowacyjna metoda negocjacji. REBIS
2. Budzyńska, A., Modrzejewska, E. (2018). Retoryka negocjacji. Scenariusze. Wydawnictwo Poltext.
3. Budzyński, W. (2009). Negocjowanie i zawieranie umów handlowych. Wydawnictwo Poltext.
4. Dawson, R. (2007). Sekrety negocjacji dla biznesmenów. MT Biznes.
5. Mayer, R. (2012). Jak wygrać każde negocjacje. Nie podnosząc głosu, nie tracąc zimnej krwi i nie wybuchając gniewem. MT Biznes.
6. Sambor, W., Skrobisz, W., Babrzyński, D., Łabędzki, R. (2009). Scenariusze negocjacji biznesowych. Wydawnictwo Poltext.
7. Ury, W. (2013). Odchodząc od nie. Negocjowanie od konfrontacji do kooperacji. PWE.
8. Voss, Ch. i Tahl, R. (2017). Negocjuj jakby od tego zależało twoje życie! Nigdy nie idź na kompromis. MT Biznes.
9. Warecki, W. i Warecki, M. (2005). Słowo o manipulacji czyli krótki podręcznik samoobrony. Poltext.

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Inscenizacja, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Metody e-learningowe

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Wykład	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle, Udział w inscenizacjach negocjacyjnych	Uzyskanie min. 51% punktów (Quiz, aktywność w trakcie zajęć, praca w grupie)

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności
Uczestnictwo w wykładach	30
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15

Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	8	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	7	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 75	ECTS 3.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 38	ECTS 1.0
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 15	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_K01	absolwent jest gotów do krytycznej analizy posiadanej wiedzy i dostępnych informacji z zakresu marketingu, uznawania pierwszeństwa merytorycznej wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemu
K2_K02	absolwent jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, podejmowania i współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego
K2_K04	absolwent jest przygotowany do postępowania w życiu zawodowym w sposób etyczny i społecznie odpowiedzialny oraz wymaga tego od innych
K2_K05	absolwent jest gotów do wykorzystywania wiedzy marketingowej w życiu zawodowym, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym rozwijania nowych zawodów związanych z marketingiem i gospodarką cyfrową, podtrzymywania etosu zawodu marketingowca
K2_U02	absolwent potrafi właściwie pozyskiwać, analizować i interpretować dane rynkowe i marketingowe oraz na ich podstawie tworzyć modele związane z zachowaniami podmiotów rynkowych w warunkach nie w pełni przewidywalnych
K2_U04	absolwent potrafi w pogłębiony sposób korzystać z technik informacyjno-komunikacyjnych do planowania, organizowania, realizacji i kontroli działań marketingowych oraz procesów rynkowych
K2_U05	absolwent potrafi sprawnie komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu marketingu w gospodarce cyfrowej
K2_U07	absolwent potrafi podejmować dyskusje, prowadzić i organizować debaty na tematy gospodarcze i biznesowe z obszaru marketingu, sprzedaży, handlu, konsumpcji oraz zachowań rynkowych konsumentów
K2_U08	absolwent potrafi współdziałać w zespole i kierować pracami zespołu dotyczącymi projektowania i wdrażania strategii marketingowej oraz wypracować innowacyjne działania marketingowe na poziomie strategicznym
K2_U09	absolwent potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych interesariuszy w tym zakresie
K2_W04	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu reguły i mechanizmy dotyczące zachowań nabywców na rynku oraz czynniki je kształtujące

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0). Autor: Renata Nestorowicz