

SYLABUS

Rok akademicki 2025 / 2026

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Strategie i techniki negocjacyjne w biznesie i na rynku pracy
Kod przedmiotu*	-
nazwa jednostki prowadzącej kierunek	-
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Wydział Ekonomii, Katedra Marketingu i Przedsiębiorczości
Kierunek studiów	-
Poziom studiów	-
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	zimowy
Rodzaj przedmiotu	fakultatywny
Język wykładowy	polski
Koordinator	dr Piotr Cyrek
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr Piotr Cyrek

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
zimowy	30								2

1.2. Sposób realizacji zajęć

☐ zajęcia w formie tradycyjnej

☒ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

- ZALICZENIE BEZ OCENY

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość podstawowych zagadnień z zakresu nauk społecznych. Zainteresowanie bieżącą sytuacją gospodarczą oraz zachowaniami społeczno-gospodarczymi.

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu

C1	Zaznajomienie studentów z ogólnymi zasadami prowadzenia negocjacji biznesowych.
C2	Zapoznanie z podstawowymi strategiami i technikami negocjacji, a w szczególności argumentacji i obrony własnego stanowiska.
C3	Poprawa umiejętności studentów w zakresie komunikacji biznesowej niezbędnej w procesie poszukiwania pracy i jej wykonywania.

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	Posiada wiedzę o istocie negocjacji oraz ich roli w funkcjonowaniu podmiotów gospodarczych oraz rynku pracy.	-
EK_02	Zna wybrane strategie, zasady i techniki możliwe do wykorzystania w negocjacjach.	-
EK_03	Analizuje sytuację negocjacyjną, dokonuje konstruktywnej krytyki jej przebiegu oraz poszukuje optymalnego rozwiązania.	-
EK_04	Przejawia postawy zaangażowania w rozwiązywanie zadań problemowych dotyczących negocjacji.	-

3.3 Treści programowe

A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne
Wprowadzenie. Terminy oraz podstawowe definicje związane z negocjacjami.
Spółeczne, etyczne i prawne problemy związane z negocjacjami.
Warunki, rodzaje, strategie negocjacji. Sposoby prowadzenia negocjacji. Style negocjowania. Modele negocjacji.
Negocjacje jako proces komunikowania stanowisk. Istota komunikacji biznesowej. Kanały komunikacyjne. Bariery w komunikacji. Skuteczna komunikacja. Spójność komunikacyjna. Aktywne słuchanie. Zadawanie pytań. Komunikacja werbalna i niewerbalna. Asertywność w negocjacjach.
Przebieg procesu negocjacji (etapy, problemy, realizacja). Analiza alternatyw. Analiza interesów własnych i drugiej strony. Zdefiniowanie problemu i kwestii negocjacyjnych. Przygotowanie rozwiązania i oferty wstępnej. Negocjacje wariantowe. BATNA.
Prezentacja. Wybór metody prezentacji. Strategia rozpoczęcia. Elementy prezentacji. Techniki obrony własnego stanowiska i odpowiedzi na zastrzeżenia.
Trudne sytuacje w negocjacjach. Rozwiązywanie problemów. Odchodzenie od Nie. Przechodzenie do Tak. Negocjacje integracyjne i konfrontacyjne w ujęciu praktycznym. Stosowane techniki.
Teoria gier a negocjacje.
Negocjator. Cechy negocjatora. Dobór osób do zespołu negocjacyjnego.
Negocjacje w różnych sferach kulturowych.
Nowoczesne techniki wywierania wpływu – Koncepcja neuromarketingu, przykłady technik NLP.

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

Etykieta w negocjacjach. Savoir vivre w pracy i na spotkaniach towarzyskich.
Negocjacje w sytuacjach biznesowych – analiza wybranych przykładów. (Negocjacje handlowe. Negocjacje w poszukiwaniu pracy).
Prowadzenie negocjacji zespołowych w ujęciu praktycznym – rozwiązywanie aranżowanych problemów biznesowych.

B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

Treści merytoryczne
-

3.4 Metody dydaktyczne

Np.:

Wykład: wykład problemowy, wykład z prezentacją multimedialną, metody kształcenia na odległość

Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny), praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja), gry dydaktyczne, metody kształcenia na odległość

Laboratorium: wykonywanie doświadczeń, projektowanie doświadczeń

Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych. Elementy dyskusji moderowanej. Krytyczna analiza sytuacji negocjacyjnych.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...)
EK_01	OPRACOWANIE ESEJU	WYKŁAD
EK_02	OPRACOWANIE ESEJU	WYKŁAD
EK_03	OPRACOWANIE ESEJU	WYKŁAD
EK_04	OBSERWACJA POSTAWY	WYKŁAD

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Podstawą zaliczenia przedmiot jest uczestnictwo w zajęciach oraz opracowanie eseju.

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające planu z studiów	30
Inne z udziałem nauczyciela	1

(udział w konsultacjach)	
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, napisanie eseju, studia literatury itp.)	19
SUMA GODZIN	50
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	2

** Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	-
zasady i formy odbywania praktyk	-

7. LITERATURA

Literatura podstawowa: 1. Nęcki Z., Negocjacje w biznesie, Antykwa, Warszawa 2000 2. Rosa G., Komunikacja i negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Naukowe USz, Szczecin 2009
Literatura uzupełniająca: 1. Watkins M., Sztuka negocjacji w biznesie. Innowacyjne podejścia prowadzące do przełomu, One Press, Gliwice 2005 2. Fisher R., Ury W., Patton B., Dochodząc do tak. Negocjowanie bez poddawania się, PWE, Warszawa 2007

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej