

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Negocjacje handlowe (ZAMS3-ZUH-NEG)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim:

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych
Przedmiot dla jednostki: Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych
Cykl dydaktyczny: Semestr zimowy 2020/2021
Koordinator przedmiotu cyklu: dr Anna Śleszyńska-Świdorska

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie z oceną

Skrócony opis:

Przedmiot obejmuje zagadnienia z zakresu negocjacji handlowych. Podczas zajęć poruszane są tematy związane z organizacją i przygotowaniem procesu negocjacyjnego. Student poznaje zasady przygotowania i przeprowadzenia negocjacji, rodzaje konfliktów i metody ich rozwiązywania, style i strategie negocjacyjne oraz kulturowe uwarunkowania negocjacji. Przedmiot należy do grupy zajęć obowiązkowych specjalizacyjnych.

Opis:

Celem przedmiotu jest

Wykład:

C1-W – uzyskanie wiedzy z zakresu negocjacji handlowych, w tym wiedzy związanej z procesem komunikacji, przebiegiem negocjacji, zasadami perswazji, rodzajów konfliktu i ich rozwiązywania, stylami i strategiami negocjacyjnymi, zasadami etycznymi negocjacji oraz kulturowymi uwarunkowaniami ich prowadzenia.

Ćwiczenia

C2-U – przygotowanie do zorganizowania i przeprowadzenia negocjacji z wykorzystaniem poznanych na wykładach metod, technik i stylów, w tym tworzenie scenariuszy negocjacyjnych

C3-U - rozwijanie zdolności i umiejętności do rozwiązywania problemów negocjacyjnych

C4-U - dokonywanie analizy uwarunkowań negocjacyjnych

C5-K – kształtowanie odpowiedniej postawy etycznej w negocjacjach i wdrażanie do samodzielnego planowania i rozwiązywania problemów

Literatura:

Literatura obowiązkowa

1. Roger Perrotin, Pierre Heusschen, Kupić z zyskiem negocjacje handlowe, "Poltext" Warszawa 1994 (dostęp w Bibliotece, baza KOHA).

2. Stanisław Chelpa, Negocjacje w biznesie kluczowe zagadnienia, Wydaw. "Terra", Poznań 2000 (dostęp w Bibliotece, baza KOHA).

3. Winch Anna, Winch Sławomir, Negocjacje jednostka, organizacja, kultura, Centrum Doradztwa i Informacji Diffin, Warszawa 2005 (dostęp w Bibliotece, baza KOHA).

Literatura uzupełniająca

4. Grażyna Rosa, Komunikacja i negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2009 (dostęp w Bibliotece, baza KOHA).

5. Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton, Dochodząc do TAK negocjowanie bez poddawania się, Państwowe. Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1994 (dostęp w Bibliotece, baza KOHA).

Efekty kształcenia:

Wykład - Wiedza

K_W04 w pogłębionym stopniu zna i rozumie relacje zachodzące pomiędzy przedsiębiorstwami na rynku krajowym i zagranicznym, zarówno o charakterze współpracy, jak i konkurencji oraz praktyczne zastosowanie modeli współpracy i konkurencji w działalności firmy PS7_WG

K_W05 w pogłębionym stopniu zna i rozumie rolę człowieka w tworzeniu i przekształcaniu kultury organizacyjnej oraz uwarunkowania i mechanizmy zarządzania wielokulturowością PS7_WG

K_W07 w pogłębionym stopniu zna i rozumie znaczenie kluczowych zasobów organizacji, w tym zasobów finansowych, ludzkich i informacyjnych PS7_WG

Ćwiczenia

K_U02 potrafi dobierać i stosować właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne (ICT), do analizy procesów i zjawisk zachodzących w organizacji oraz jej otoczeniu, a także wyciągać praktyczne wnioski z przeprowadzonych analiz P7S_UW

K_U04 wykorzystując praktyczne metody badawcze potrafi opracować rozwiązanie konkretnego problemu w organizacji, a także dokonać

USOSweb: Szczegóły przedmiotu: ZAMS3-ZUH-NEG, w cyklu: 20/21Z, jednostka dawcy: <brak>, grupa przedm.: <brak>

krytycznej oceny skuteczności proponowanych rozwiązań oraz ich konsekwencji P7S_UW

K_U06 potrafi przygotować wysokiej jakości dokument pisemny w zakresie tematyki zarządzania oraz ustne wystąpienie z wykorzystaniem profesjonalnych terminów i pojęć z zakresu zarządzania oraz ekonomii i finansów, a także prowadzić w tym zakresie zebranie, konferencję czy debatę P7S_UK

K_U09 potrafi samodzielnie planować i realizować proces uczenia się przez całe życie oraz inspirować i organizować proces uczenia się innych osób P7S_UU

K_K02 jest gotów do uznania znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów występujących w organizacji oraz skutecznego uzasadniania ocen i opinii, a także proponowanych rozwiązań, zasięgania opinii ekspertów dysponujących wiedzą niedostępną w organizacji P7S_KK

K_K03 jest gotów do określania priorytetów służących realizacji określonego zadania w organizacji, z uwzględnieniem reguł społecznej odpowiedzialności biznesu P7S_KK

K_K04 jest gotów do identyfikowania i rozstrzygania dylematów w procesie zarządzania oraz dokonywania przy tym oceny konsekwencji dla otoczenia organizacji P7S_KO

Metody i kryteria oceniania:

Ocenę końcową z przedmiotu stanowi:

Wykład - 50%, Ćwiczenia - 50%

Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Wykład - zaliczenie pisemne w formie testu (W_04, W_05, W_07)

Ćwiczenia - Ćwiczenia - projekt zespołowy, studium przypadku, udział w dyskusji, prezentacja, referat, odgrywanie ról (U_02, U_04, U_06, U_09, K_02, K_03, K_04)

Wskaźniki ilościowe

ECTS - 5 pkt (125 godz.)

1) Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela:

- udział w wykładach -30 godz.

- udział w ćwiczeniach -30 godz.

- udział zaliczeniu egzaminu 2 godz. (w tym w zaliczeniu egzaminu w sesji poprawkowej) - 2 godz.

RAZEM: liczba godzin: 62 godz. ; punkty ECTS: 2,48

2) Liczba godzin niewymagających bezpośredniego udziału nauczyciela:

- przygotowanie do wykładu -10 godz.

- przygotowanie do ćwiczeń, -20 godz.

- przygotowanie do testu zaliczającego wykład – 8 godz.

- zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa/biblioteczna –8 godz.

- przygotowanie scenariusza negocjacyjnego - 4 godz.

- zebranie materiałów i przygotowanie referatu –8 godz.

- przygotowanie prezentacji i kwerenda internetowa/biblioteczna - 5 godz.

RAZEM: liczba godzin: 63; punkty ECTS: 2,52

ŁĄCZNA LICZBA GODZIN (kontaktowych i niekontaktowych): 125

Dane dotyczące przedmiotu cyklu:

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu cyklu:

Zaliczenie z oceną

Skrócony opis:

Przedmiot obejmuje zagadnienia z zakresu negocjacji handlowych. Podczas zajęć poruszane są tematy związane z organizacją i przygotowaniem procesu negocjacyjnego. Student poznaje zasady przygotowania i przeprowadzenia negocjacji, rodzaje konfliktów i metody ich rozwiązywania, style i strategie negocjacyjne oraz kulturowe uwarunkowania negocjacji. Przedmiot należy do grupy zajęć obowiązkowych specjalizacyjnych.

Opis:

Celem przedmiotu jest

Wykład:

C1-W – uzyskanie wiedzy z zakresu negocjacji handlowych, w tym wiedzy związanej z procesem komunikacji, przebiegiem negocjacji, zasadami perswazji, rodzajów konfliktu i ich rozwiązywania, stylami i strategiami negocjacyjnymi, zasadami etycznymi negocjacji oraz kulturowymi uwarunkowaniami ich prowadzenia.

Ćwiczenia

C2-U – przygotowanie do zorganizowania i przeprowadzenia negocjacji z wykorzystaniem poznanych na wykładach metod, technik i stylów , w tym tworzenie scenariuszy negocjacyjnych

C3-U - rozwijanie zdolności i umiejętności do rozwiązywania problemów negocjacyjnych

C4-U - dokonywanie analizy uwarunkowań negocjacyjnych

C5-K – kształtowanie odpowiedniej postawy etycznej w negocjacjach i wdrażanie do samodzielnego planowania i rozwiązywania problemów

Literatura:

Literatura obowiązkowa

1. Roger Perrotin, Pierre Heusschen, Kupić z zyskiem negocjacje handlowe, "Poltext" Warszawa 1994 (dostęp w Bibliotece, baza KOHA).
2. Stanisław Chelpa, Negocjacje w biznesie kluczowe zagadnienia, Wydaw. "Terra", Poznań 2000 (dostęp w Bibliotece, baza KOHA).
3. Winch Anna, Winch Sławomir, Negocjacje jednostka, organizacja, kultura, Centrum Doradztwa i Informacji Diffin, Warszawa 2005 (dostęp w Bibliotece, baza KOHA).

Literatura uzupełniająca

4. Grażyna Rosa, Komunikacja i negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2009 (dostęp w Bibliotece, baza KOHA).
5. Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton, Dochodząc do TAK negocjowanie bez poddawania się, Państwowe. Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1994 (dostęp w Bibliotece, baza KOHA).

Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Wykład - zaliczenie pisemne w formie testu (W_04, W_05, W_07)

Ćwiczenia - Ćwiczenia - projekt zespołowy, studium przypadku, udział w dyskusji, prezentacja, referat, odgrywanie ról (U_02, U_04, U_06, U_09, K_02, K_03, K_04)

Wskaźniki ilościowe

Liczba godzin:

Wykład - 30 godzin w tym 6 godz w sali i 24 godz. on-line

Ćwiczenia - 30 godzin w tym 24 godz. w sali i 6 godz. online

Zajęcia zdalne prowadzone na platformie Moodle z wykorzystaniem narzędzia BigBlueButton

Od 22 października wszystkie zajęcia są prowadzone w formie zdalnej prowadzone na platformie Moodle z wykorzystaniem narzędzia BigBlueButton.

ECTS - 5 pkt (125 godz.)

1) Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela:

- udział w wykładach -30 godz.

- udział w ćwiczeniach -30 godz.

- udział zaliczeniu egzaminu 2 godz. (w tym w zaliczeniu egzaminu w sesji poprawkowej) - 2 godz.

RAZEM: liczba godzin: 62 godz. ; punkty ECTS: 2,48

2) Liczba godzin niewymagających bezpośredniego udziału nauczyciela:

- przygotowanie do wykładu -10 godz.

- przygotowanie do ćwiczeń, -20 godz.

- przygotowanie do testu zaliczającego wykład – 8 godz.

- zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa/biblioteczna –8 godz.

- przygotowanie scenariusza negocjacyjnego - 4 godz.

- zebranie materiałów i przygotowanie referatu –8 godz.

- przygotowanie prezentacji i kwerenda internetowa/biblioteczna - 5 godz.

RAZEM: liczba godzin: 63; punkty ECTS: 2,52

ŁĄCZNA LICZBA GODZIN (kontaktowych i niekontaktowych): 125

Szczegóły zajęć i grup

Wykład (30 godzin)

Literatura:

Literatura obowiązkowa

1. Roger Perrotin, Pierre Heusschen, Kupić z zyskiem negocjacje handlowe, "Poltext" Warszawa 1994 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA).
2. Stanisław Chelpa, Negocjacje w biznesie kluczowe zagadnienia, Wydaw. "Terra", Poznań 2000 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA).
3. Winch Anna, Winch Sławomir, Negocjacje jednostka, organizacja, kultura, Centrum Doradztwa i Informacji Diffin, Warszawa 2005 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA).

Literatura uzupełniająca

4. Grażyna Rosa, Komunikacja i negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2009 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA).
5. Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton, Dochodząc do TAK negocjowanie bez poddawania się, Warszawa Państw. Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa 1994 (dostęp w Bibliotece, Baza KOHA).

Efekty kształcenia:

Wykład - zaliczenie pisemne w formie testu (W_04, W_05, W_07)

Metody i kryteria oceniania:

METODY - zaliczenie pisemne w formie testu.

Kryteria oceny - podstawą podejścia do zaliczenia wykładu jest uzyskanie zaliczenia z ćwiczeń, test zaliczeniowy zalicza min 51% punktów możliwych do zdobycia

Zakres tematów zajęć:

1. Istota i znaczenie negocjacji (Pojęcie i rodzaje negocjacji, czynniki wzrostu znaczenia negocjacji, kompetencje dobrego negocjatora.).
2. Negocjacje jako proces komunikowania się (Przebieg i zasady efektywnej komunikacji, Zachowanie werbalne i niewerbalne w procesie negocjacji).
3. Racjonalność w procesie negocjacji.
4. Przydatność wywierania wpływu w negocjacjach (Reguły i taktyki wywierania wpływu, Możliwości zastosowania umiejętności wywierania wpływu w negocjacjach).
5. Konflikt w negocjacjach (Źródła i rodzaje konfliktów, sposoby rozwiązywania konfliktów w negocjacjach.).
6. Style i strategie negocjacyjne (Rodzaje strategii i stylów negocjacyjnych, Podstawy wyboru optymalnej strategii w negocjacjach).
7. Etapy negocjacji.
8. Zachowania etyczne i nieetyczne w negocjacjach (Rola etyki w negocjacjach, zasady zachowań etycznych w negocjacjach, uwarunkowania zachowań nieetycznych w negocjacjach)
9. Negocjacje z kontaktach zagranicznych (Identyfikacja trudności w negocjacjach międzynarodowych, przykłady negocjacji z parterami zagranicznymi).

Metody dydaktyczne:

Wykład: wykład wspomagany prezentacjami multimedialnymi, wykorzystanie form aktywizujących studentów (np. dyskusja)

Dane grup zajęciowych

Grupa numer 1

| |
|---|
| Literatura: |
| Literatura obowiązkowa 1. Roger Perrotin, Pierre Heusschen, Kupić z zyskiem negocjacje handlowe, "Poltext" Warszawa 1994. 2. Stanisław Chępa, Negocjacje w biznesie kluczowe zagadnienia, Wydaw. "Terra", Poznań 2000. 3. Winch Anna, Winch Sławomir, Negocjacje jednostka, organizacja, kultura, Centrum Doradztwa i Informacji Diffin, Warszawa 2005. Literatura uzupełniająca 4. Grażyna Rosa, Komunikacja i negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2009. 5. Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton, Dochodząc do TAK negocjowanie bez poddawania się, arszawa Państw. Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa 1994. |
| Metody i kryteria oceniania: |
| Ocenę końcową z przedmiotu stanowi: Wykład - 50% Ćwiczenia - 50% Wykład: wykład wspomagany prezentacjami multimedialnymi, wykorzystanie form aktywizujących studentów (np. dyskusja) WYKŁAD METODY - zaliczenie pisemne w formie testu Kryteria oceny - podstawą podejścia do zaliczenia wykładu jest uzyskanie zaliczenia z ćwiczeń, test zaliczeniowy zalicza min 51% punktów możliwych do zdobycia |
| Zakres tematów: |
| 1. Istota i znaczenie negocjacji (Pojęcie i rodzaje negocjacji, czynniki wzrostu znaczenia negocjacji, kompetencje dobrego negocjatora.). 2. Negocjacje jako proces komunikowania się (Przebieg i zasady efektywnej komunikacji, Zachowanie werbalne i niewerbalne w procesie negocjacji). 3. Racjonalność w procesie negocjacji. 4. Przydatność wywierania wpływu w negocjacjach (Reguły i taktiki wywierania wpływu, Możliwości zastosowania umiejętności wywierania wpływu w negocjacjach). 5. Konflikt w negocjacjach (Źródła i rodzaje konfliktów, sposoby rozwiązywania konfliktów w negocjacjach.). 6. Style i strategie negocjacyjne (Rodzaje strategii i stylów negocjacyjnych, Podstawy wyboru optymalnej strategii w negocjacjach). 7. Etapy negocjacji. 8. Zachowania etyczne i nieetyczne w negocjacjach (Rola etyki w negocjacjach, zasady zachowań etycznych w negocjacjach, uwarunkowania zachowań nieetycznych w negocjacjach) 9. Negocjacje z kontaktami zagranicznymi (Identyfikacja trudności w negocjacjach międzynarodowych, przykłady negocjacji z partnerami zagranicznymi). 10. Wykorzystanie negocjacji w działalności marketingowej przedsiębiorstwa (Istota działalności marketingowej firmy, obszary i bariery zastosowania negocjacji w marketingu, przejawy wpływu negocjacji na działalność marketingową). |
| Metody dydaktyczne: |
| Wykład w formie prezentacji multimedialnej z elementami aktywizującej studentów do zadawania pytań |
| Prowadzący grupy: |
| dr Anna Śleszyńska-Świdorska |

Ćwiczenia (30 godzin)

| |
|---|
| Literatura: |
| Literatura obowiązkowa 1. Roger Perrotin, Pierre Heusschen, Kupić z zyskiem negocjacje handlowe, "Poltext" Warszawa 1994. 2. Stanisław Chępa, Negocjacje w biznesie kluczowe zagadnienia, Wydaw. "Terra", Poznań 2000. 3. Winch Anna, Winch Sławomir, Negocjacje jednostka, organizacja, kultura, Centrum Doradztwa i Informacji Diffin, Warszawa 2005. Literatura uzupełniająca 4. Grażyna Rosa, Komunikacja i negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2009. 5. Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton, Dochodząc do TAK negocjowanie bez poddawania się, arszawa Państw. Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa 1994. |
| Efekty kształcenia: |
| Ćwiczenia - projekt zespołowy, studium przypadku, udział w dyskusji, prezentacja, referat, odgrywanie ról (U_02, U_04, U_06, U_09, K_02, K_03, K_04) |
| Metody i kryteria oceniania: |
| ĆWICZENIA metody - wykonanie projektów w formie prac zespołowych, studium przypadku, dyskusja, prezentacja, referat kryteria oceny - podstawą uzyskania pozytywnej oceny jest oddanie wszystkich przewidzianych zadań i uzyskanie w sumie z nich min |

51% punktów możliwych do zdobycia

Zakres tematów zajęć:

1. Istota i znaczenie negocjacji (Pojęcie i rodzaje negocjacji, czynniki wzrostu znaczenia negocjacji, kompetencje dobrego negocjatora.).
2. Negocjacje jako proces komunikowania się (Przebieg i zasady efektywnej komunikacji, Zachowanie werbalne i niewerbalne w procesie negocjacji).
3. Racjonalność w procesie negocjacji.
4. Przydatność wywierania wpływu w negocjacjach (Reguły i taktyki wywierania wpływu, Możliwości zastosowania umiejętności wywierania wpływu w negocjacjach).
5. Konflikt w negocjacjach (Źródła i rodzaje konfliktów, sposoby rozwiązywania konfliktów w negocjacjach.).
6. Style i strategie negocjacyjne (Rodzaje strategii i stylów negocjacyjnych, Podstawy wyboru optymalnej strategii w negocjacjach).
7. Etapy negocjacji.
8. Zachowania etyczne i nieetyczne w negocjacjach (Rola etyki w negocjacjach, zasady zachowań etycznych w negocjacjach, uwarunkowania zachowań nieetycznych w negocjacjach)
9. Negocjacje z kontaktach zagranicznych (Identyfikacja trudności w negocjacjach międzynarodowych, przykłady negocjacji z parterami zagranicznymi).

Metody dydaktyczne:

Ćwiczenia -projekt zespołowy, studium przypadku, udział w dyskusji, prezentacja, referat, odgrywanie ról

Dane grup zajęciowych

Grupa numer 1

| |
|---|
| Literatura: |
| Literatura obowiązkowa 1. Roger Perrotin, Pierre Heusschen, Kupić z zyskiem negocjacje handlowe, "Poltext" Warszawa 1994. 2. Stanisław Chęłpa, Negocjacje w biznesie kluczowe zagadnienia, Wydaw. "Terra", Poznań 2000. 3. Winch Anna, Winch Sławomir, Negocjacje jednostka, organizacja, kultura, Centrum Doradztwa i Informacji Diffin, Warszawa 2005. Literatura uzupełniająca 4. Grażyna Rosa, Komunikacja i negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2009. 5. Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton, Dochodząc do TAK negocjowanie bez poddawania się, Warszawa Państw. Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa 1994. |
| Metody i kryteria oceniania: |
| Ocenę końcową z przedmiotu stanowi: Wykład - 50% Ćwiczenia - 50% Ćwiczenia - wykonanie projektów zespołowych, studium przypadku, dyskusja, odgrywanie ról ĆWICZENIA metody - wykonanie projektów w formie prac zespołowych, studia przypadku, udział w dyskusji, inscenizacja negocjacji według scenariuszy kryteria oceny - podstawą uzyskania pozytywnej oceny jest oddanie wszystkich przewidzianych zadań i uzyskanie z nich min 51% punktów możliwych do zdobycia |
| Zakres tematów: |
| 1. Istota i znaczenie negocjacji (Pojęcie i rodzaje negocjacji, czynniki wzrostu znaczenia negocjacji, kompetencje dobrego negocjatora.). 2. Negocjacje jako proces komunikowania się (Przebieg i zasady efektywnej komunikacji, Zachowanie werbalne i niewerbalne w procesie negocjacji). 3. Racjonalność w procesie negocjacji. 4. Przydatność wywierania wpływu w negocjacjach (Reguły i taktyki wywierania wpływu, Możliwości zastosowania umiejętności wywierania wpływu w negocjacjach). 5. Konflikt w negocjacjach (Źródła i rodzaje konfliktów, sposoby rozwiązywania konfliktów w negocjacjach.). 6. Style i strategie negocjacyjne (Rodzaje strategii i stylów negocjacyjnych, Podstawy wyboru optymalnej strategii w negocjacjach). 7. Etapy negocjacji. 8. Zachowania etyczne i nieetyczne w negocjacjach (Rola etyki w negocjacjach, zasady zachowań etycznych w negocjacjach, uwarunkowania zachowań nieetycznych w negocjacjach) 9. Negocjacje z kontaktami zagranicznymi (Identyfikacja trudności w negocjacjach międzynarodowych, przykłady negocjacji z parterami zagranicznymi). 10. Wykorzystanie negocjacji w działalności marketingowej przedsiębiorstwa (Istota działalności marketingowej firmy, obszary i bariery zastosowania negocjacji w marketingu, przejawy wpływu negocjacji na działalność marketingową). |
| Metody dydaktyczne: |
| projekty zespołowe w formie prezentacji multimedialnych, dyskusja, studia przypadków, odgrywanie ról negocjacyjnych |
| Prowadzący grupy: |
| dr Anna Śleszyńska-Świdarska |

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

| Opis grupy przedmiotów | Cykl pocz. | Cykl kon. |
|--|------------|-----------|
| Przedmioty na zarządzaniu II stopnia stacjonarnym semestr 3 (ZA-MS-S3) | 20/21Z | |

Punkty przedmiotu w cyklach:

| <bez przypisanego programu> | | | |
|-----------------------------|--------|------------|-----------|
| Typ punktów | Liczba | Cykl pocz. | Cykl kon. |
| ECTS (ECTS) | 5 | 20/21Z | |