

Назва освітнього компонента	ДІЛОВІ ПЕРЕГОВОРИ
Факультет	Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій
Кафедра	Кафедра маркетингу
ПБ НПП або ПП, науковий ступінь, вчене звання (за наявності)	—
Рівень (рівні) вищої освіти	перший (бакалаврський)
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС/ 90 годин
Семестр (семестри) вивчення	7
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Форми здобуття освіти та розподіл годин	Денна форма: лекцій – 14 годин, практичних/семінарських – 16 годин, самостійної роботи – 60 годин Заочна форма: лекцій – 6 годин, практичних/семінарських – 6 годин, самостійної роботи – 78 годин
Коротка анотація та мета	Дисципліна формує знання та практичні навички підготовки, організації та ефективного ведення ділових переговорів. Розглядаються стратегії й тактики переговорного процесу, методи психологічного впливу, особливості поведінки та аналізу ділових партнерів, способи реагування на запитання й заперечення. Особлива увага приділяється ефективному завершенню переговорів та врахуванню національних особливостей взаємодії з іноземними партнерами. <i>Мета:</i> формування у здобувачів здатності ефективно планувати й проводити переговори, застосовувати стратегії і тактики комунікації, враховувати поведінкові та культурні особливості партнерів і досягати взаємовигідних рішень.
Компетентності та/або результати навчання, що формуються або поглиблюються	<i>Компетентності, що формуються:</i> ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. <i>Програмні результати навчання:</i> ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
Пререквізити / рекомендований рівень підготовки	Ділова українська мова, Іноземна мова, Професійна комунікація іноземною мовою, Основи комерційної діяльності, Маркетинг.
Мінімальна та максимальна чисельність групи	—