



"FRANCUSKI
INSTYTUT
GOSPODARKI -
POLSKA" SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★☆ 4,3 / 5

388 ocen

Negocjacje w biznesie. Warsztaty dla zarządzających

Numer usługi 2025/08/27/7597/2964590

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 16.12.2025 do 17.12.2025

5 227,50 PLN brutto

4 250,00 PLN netto

326,72 PLN brutto/h

265,63 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem

Grupa docelowa usługi

Właściciele przedsiębiorstw, prezesi zarządów, członkowie zarządów, członkowie rad nadzorczych, dyrektorzy zarządzający oraz dyrektorzy poszczególnych pionów finansów, produkcji, zakupów, prawa, logistyki, sprzedaży, marketingu, HR, IT administracji, kluczowa kadra managerska chcąca doskonalić know-how w zakresie skutecznych negocjacji.

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

11-12-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie Uczestników – kadrę zarządzającą do negocjacji w różnych sytuacjach biznesowych takich jak np.: negocjacje kontraktów z partnerami biznesowymi, układów zbiorowych, umów z bankami czy z pracownikami.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Skutecznie negocjuje w różnych sytuacjach biznesowych takich jak np.: negocjacje kontraktów z partnerami biznesowymi, układów zbiorowych, umów z bankami czy z pracownikami.	Charakteryzuje skuteczne metody negocjowania z różnymi grupami interesariuszy, m.in. – radą nadzorczą, związkami zawodowymi, kluczowymi klientami, bankami, dostawcami, monopolistami, pracownikami oraz w sytuacjach szczególnych np. negocjacjach wielostronnych i wielokulturowych.	Test teoretyczny
	Określa zasady efektywnego przygotowywania się do procesu negocjacji, aby unikać popełniania błędów.	Test teoretyczny
	Wykorzystuje praktyczne umiejętności na temat stosowania najbardziej skutecznych technik negocjacyjnych.	Test teoretyczny
	Zarządza konfliktem podczas negocjacji, a także konfliktem powstałym wewnątrz organizacji.	Test teoretyczny
Posługuje się różnymi stylami negocjowania	Definiuje preferowany styl negocjowania i określa swoje mocne i słabe strony służące nakreśleniu kierunków indywidualnego rozwoju.	Test teoretyczny
Rozpoznaje, czy jest obiektem manipulacji oraz jak przeciwstawić się próbom manipulacji	Wykorzystuj, używa skutecznych technik antymanipulacyjnych	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Usługa prowadzona jest w trybie godzin zegarowych. dwie przerwy 10 minutowe każdego dnia wliczone są w usługę. Każdy uczestnik będzie miał swoje stanowisko (krzesło, biurko -max.2 osoby przy biurku). Grupa docelowa :Właściciele przedsiębiorstw, prezesi zarządów, członkowie zarządów, członkowie rad nadzorczych, dyrektorzy zarządzający oraz dyrektorzy poszczególnych pionów finansów, produkcji, zakupów, prawa, logistyki, sprzedaży, marketingu, HR, IT administracji, kluczowa kadra managerska chcąca doskonalić know-how w zakresie skutecznych negocjacji. Zajęcia teoretyczne 40%, zajęcia praktyczne 60% czasu.

Walidacja w formie testu

Pierwszy dzień (9.00 - 17.00)

1. Wprowadzenie: cele seminarium, poznanie się Uczestników i test wprowadzający.
2. Jakie są skuteczne typy strategii oraz technik i taktyk negocjacyjnych?
3. 2.1. Wybór strategii negocjacyjnych i zalecane sytuacje ich stosowania w praktyce biznesowej.
4. 2.2. „12 kluczowych technik negocjacyjnych”. Korzyści i zagrożenia poszczególnych technik i taktyk negocjacyjnych.
5. 2.2.1. Taktyka dziegciu i miodu
6. 2.2.2. Na wyczerpanie
7. 2.2.3. Zmiana biegów
8. 2.2.4. Trzecia strona
9. 2.2.5. Szkoda by było
10. 2.2.6. Granie emocjami
11. 2.2.7. Skubanie
12. 2.2.8. Inne
13. Dobre przygotowanie do negocjacji jako kluczowy czynnik sukcesu udanych negocjacji w biznesie.
14. 3.1. Czas.
15. 3.2. Ludzie – zasoby organizacji i strona przeciwna.
16. 3.3. Relacje – ze stronami.
17. Jakie cechy i umiejętności powinien posiadać dobry negocjator?
18. 4.1. Gra.
19. 4.2. Sztuka.
20. 4.3. Siła – 4 sekundy oraz znaczenie przerw w negocjacjach.
21. Czy nadają się na skutecznego negocjatora?
22. 5.1. Test indywidualnych umiejętności negocjacyjnych. – **Ćwiczenie**
23. Jak prowadzić udane negocjacje w różnych sytuacjach biznesowych? Część I. – **Ćwiczenia – warsztaty – scenki**
24. Wywieranie wpływu a manipulacja.
25. 7.1. Mechanizmy wywierania wpływu.
26. 7.2. Wywieranie wpływu a manipulacja.
27. 7.3. „6” kluczowych reguł wywierania wpływu. – **Dyskusja moderowana**
28. Techniki, narzędzia oraz metody wywierania wpływu i manipulacji.
29. 8.1. Zasada autorytetu.
30. 8.2. Demonstracja.
31. 8.3. Naśladownictwo.
32. 8.4. Efekt pierwszeństwa i świeżości. – **Ćwiczenie – przykłady**
33. Jak przezwyciężać trudności w negocjacjach?
34. 9.1. Jak radzić sobie z zastrzeżeniami?
35. 9.2. Kolejność etapów negocjacji „wymuszających” współpracę.
36. Negocjacje – moje preferencje. Test: „Mój preferowany styl prowadzenia negocjacji”. – **Ćwiczenie**
37. Podsumowanie dnia.

Drugi dzień (9.00 - 17.00)

1. Powtórzenie i utrwalenie zagadnień omawianych pierwszego dnia seminarium.
2. Jak prowadzić udane negocjacje w różnych sytuacjach biznesowych? Część II. – **Ćwiczenia – warsztaty – scenki**
3. Jak zarządzać emocjami w negocjacjach?
4. 3.1. Emocjonalne reakcje – czym się objawiają?
5. 3.2. Stres – pomaga czy przeszkadza? Jak walczyć ze stresem?
6. 3.3. Czego się obawiają strony negocjacji? – **Ćwiczenie**
7. Komunikacja werbalna, niewerbalna, mowa ciała w negocjacjach.
8. 4.1. Poziom treści a poziom relacji.
9. 4.2. Komunikacja werbalna i pozawerbalna. Jak ją interpretować?
10. 4.3. Pytania w negocjacjach. – **Ćwiczenie**
11. Asertywność w negocjacjach.
12. 5.1. Co to znaczy asertywne stawianie granic?
13. 5.2. „Zdarta płyta”.
14. 5.3. Krytyka ogólna.
15. 5.4. Zamglenie. – **Ćwiczenie**
16. Negocjacje – sytuacje szczególne. – **Ćwiczenie – Negocjacje wielostronne**
17. 6.1. Etapy i ich zawartość w negocjacjach wielostronnych.
18. 6.2. Procedura prowadzenia negocjacji wielostronnych. – **Ćwiczenie – Negocjacje transgraniczne**
19. 6.3. Różnice w negocjacjach lokalnych i transgranicznych. Kontekst otoczenia i kontekst bezpośredni.
20. 6.4. Wymiary kulturowe – ranking krajów.
21. 6.5. Oddziaływanie kulturowe na czynniki negocjacji. Wnioski i dyskusja – co mogę przenieść do własnej firmy?
22. Kłamstwo w negocjacjach.
23. 7.1. Funkcja kłamstwa / blefu w negocjacjach. – **Ćwiczenie**
24. 7.2. Metody rozpoznawania kłamstwa agentów CIA.
25. 7.3. Kłamliwe zachowania – oznaki kłamstwa.
26. 7.4. Analiza rozmowy dziennikarki z kongresmenem.
27. 7.5. Stworzenie katalogu pytań kontrolnych do wykorzystania w trakcie negocjacji. – **Ćwiczenie**
28. 7.6. Skąd możemy mieć pewność, że oponent mija się z prawdą? – **Wnioski i dyskusja**
29. Dekalog „mistrza negocjacji”. – **Warsztat**
30. 8.1. Co mogę przenieść do własnej firmy? – **Wnioski i dyskusja**
31. Jak prowadzić negocjacje w różnych sytuacjach biznesowych? Część III – warsztaty podsumowujące i wykorzystujące elementy wywierania wpływu. – **Ćwiczenia i scenki z kamerą (udział w scenkach jest fakultatywny)**
32. Podsumowanie zajęć.
33. Opcjonalnie: Wypełnienie Indywidualnego Planu Działań Wdrożeniowych (wydruki dostarczone uczestnikom).
34. Walidacja-test

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 227,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 250,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	326,72 PLN
Koszt osobogodziny netto	265,63 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Zbigniew Turliński

Konsultant i trener specjalizujący się w obszarze marketingu i sprzedaży z doświadczeniem w pracy dla wielu polskich oraz międzynarodowych firm i korporacji.

Menedżer marketingu handlowego z doświadczeniem w pracy na różnych stanowiskach w międzynarodowych koncernach FMCG.

Jako Manager działu Marketingu Handlowego prowadził wiele działań o charakterze projektowym, jak wprowadzenie systemu CRM w British-American Tobacco, projekty merchandisingowe związane z ekspozycją produktów grupy BOLS (CEDC), projekty organizacyjne (National Sales Conference), projekty informatyczne EDI firmy Lyreco, identyfikację i wprowadzenie procesów Trade Marketingowych powodujących wyższą efektywność prowadzenia działań przez Field Force (BAT, CEDC, AVON Cosmetics).

Wykształcenie Zbigniewa z jednej strony wspiera Marketing i Zarządzanie Przedsiębiorstwem (studia wyższe i studia podyplomowe), a z drugiej daje podstawy do szkolenia ludzi. Ukończył Akademię Trenerów Sprzedaży, gdzie nabył kompetencje trenerskie i szkoleniowe. Akredytowany trener metodyki Insights Discovery, a także posiadacz Certyfikatu Prince2 Foundation.

Projektuje szkolenia, prowadzi je i współpracuje jako Coach Sprzedaży.

Posiada ponad 120h doświadczenia w prowadzeniu szkoleń na temat negocjacji biznesowych dla osób dorosłych w ostatnich 24 miesiącach wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia.



2 z 2

Małgorzata Tetlak

Absolwentka Psychologii Uniwersytetu Opolskiego, Psychologii Śledczej w praktyce operacyjnej i procesowej, MasterClass of Management, Psychologii Transportu z elementami psychodiagnostyki Uniwersytetu SWPS oraz Szkoły Trenerów Wszechnicy Uniwersytetu Jagiellońskiego. Członek Stowarzyszenia Psychologów Sądowych w Polsce. Poza uzyskaną wiedzę posiada wieloletnie doświadczenie jako psycholog, manager oraz trener w wiodących organizacjach branży medycznej, farmaceutycznej, Human Resources, jak również przemysłu ciężkiego. W swojej pracy zarządzała zespołami, prowadziła konferencje naukowe oraz wydarzenia biznesowe. Wspierała najwyższy management w wyzwaniach związanych z pracą z ludźmi. Prowadziła także indywidualne warsztaty rozwojowe dla kadry zarządzającej.

Budując swoje kompetencje w ramach pracy w szpitalnych oddziałach psychiatrycznych, towarzyszyła w trudnych etapach życia pacjentów, zarówno w sferze prywatnej, jak i zawodowej.

Zdobyta wiedza i doświadczenie pokazały jej jak ważne jest dopasowanie metod współpracy do oczekiwań klienta. Elastyczność oraz indywidualne podejście to jej priorytet we współpracy. Pasjonuje mnie praca z ludźmi, ich wyjątkowością oraz niepowtarzalnością wyrażanych wartości, postaw i emocji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Segregatory z prezentacją i miejscem na notatki, skrypt, ćwiczenia. Po zakończonym szkoleniu uczestnicy otrzymują prezentację z zajęć drogą mailową.

Warunki uczestnictwa

Przesłanie podpisanej przez Decydenta karty zgłoszenia na adres:

biuro@figpolska.pl, co jest równoznaczne z akceptacją warunków zgłoszenia

Więcej informacji w biurze FIG Polska – tel. +48 22 823 42 83 lub na stronie www.figpolska.pl.

Informacje dodatkowe

więcej informacji na www.figpolska.pl

Adres

ul. Towarowa 2

00-811 Warszawa

woj. mazowieckie

Warszawa, hotel Golden Tulip****

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Beata Michalak

E-mail beata.michalak@figpolska.pl

Telefon (+48) 22 8234 283