Negocjacje handlowe na przykładzie małej firmy branży odzieżowej

Wstęp 2

Rozdział I. Istota i znaczenie negocjacji we współczesnym biznesie 4
1. Pojęcie i sens negocjacji w biznesie 4
2. Zakres wykorzystania i rodzaje negocjacji w biznesie 6
3. Style negocjacyjne 12
3.1. Styl rywalizacyjny 12
3.2. Styl integracyjny 14
4.Teoria gier a teoria negocjacji 18
5. Etyka a negocjacje 22

Rozdział II. Proces negocjacji handlowych 27
1. Przedmiot i specyfika negocjacji handlowych 27
2. Podstawowe zasady postępowania w negocjacjach handlowych 29
3. Przygotowanie do negocjacji handlowych 31
4. Prowadzenie rozmów negocjacyjnych w handlu 35
5. Techniki negocjacji handlowych 37
6. Krajowe a zagraniczne negocjacje handlowe 38
7. Trudne sytuacje w negocjacjach handlowych i sposoby ich przezwyciężania 40
8. Zawieranie kontraktu końcowego 42

Rozdział III. Próba oceny negocjacji handlowych realizowanych w małej firmie handlowej Moraj 48
1. Charakterystyka zakresu działalności i struktury organizacyjnej firmy Moraj 48
2. Specyfika i zakres negocjacji handlowych w firmie Moraj 52
3. Proces negocjacji 55
3.1. Przygotowanie do negocjacji 55
3.2. Prowadzenie rozmów negocjacyjnych 60
3.3. Kontraktowanie końcowe 61
4. Ocena realizowanego procesu negocjacji i wyznaczenie kierunków jego doskonalenia 63

Zakończenie 67
Bibliografia 69
Spis tabel 71
Spis rysunków 72

Negocjacje handlowe są kluczowym elementem w funkcjonowaniu każdej firmy, a ich efektywność i skuteczność mają bezpośredni wpływ na jej sukces i rozwój. W szczególności, negocjacje handlowe są ważne dla małych firm, które często muszą stawić czoła trudnym wyzwaniom konkurencyjnym i konieczności zdobywania nowych kontraktów i klientów.

Niniejsza praca skupia się na negocjacjach handlowych w małej firmie z branży odzieżowej i analizuje specyficzne aspekty, które mają wpływ na proces negocjacji i jego efekty. Praca ta będzie opierać się na teoretycznych podstawach negocjacji handlowych, a także na własnych badaniach i doświadczeniach zdobytych w tej branży. Celem pracy jest zidentyfikowanie i opisanie kluczowych czynników sukcesu w negocjacjach handlowych w małej firmie branży odzieżowej, a także wskazanie na najważniejsze wyzwania i ograniczenia, z jakimi musi się ona zmierzyć.

Podsumowując, negocjacje handlowe są istotnym elementem funkcjonowania każdej firmy, w tym także małych firm z branży odzieżowej. Niniejsza praca będzie stanowić ważne źródło informacji dla osób zainteresowanych tematyką negocjacji handlowych i będzie przyczyniać się do rozwijania wiedzy i świadomości na ten temat.

Jeśli potrzebujecie więcej informacji o tej **gotowej pracy** – piszczcie do nas!

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis!