

Spis treści

Wprowadzenie: przewodnik po książce	7
Rozdział I. Negocjacje — dominujący paradygmat . . .	23
Określenie negocjacji	23
Negocjacje są sposobem postępowania w obliczu konfliktu i wzajemnej zależności	34
Negocjacje są złożonym procesem społecznym	43
Proces negocjacji obejmuje składanie ofert (stawianie żądań), uzyskiwanie informacji o potrzebach drugiej strony, przekonywanie oraz ustępowanie	48
Negocjatorzy zachowują się (nie zawsze) racjonalnie (a powinni)	54
Negocjatorzy poruszają się między dwoma punktami: celem i punktem oporu	65
Celem każdej ze stron jest maksymalizacja swojego udziału w podziale	69
Negocjacje stwarzają szansę osiągnięcia celów wspólnych i różnych dzięki rozwiązywaniu problemów	78
Zachowania stron są również kształtowane przez cele i zmienne niematerialne	83
Stosunki między stronami wpływają na rozmowy stron, a rozmowy na stosunki między stronami	86
Etyka wyznacza granice tego, co dozwolone w negocjacjach . . .	90

Negocjacje są sprawą stron. Interwencja następuje, gdy strony nie mogą dojść do porozumienia	95
Podsumowanie: dwie uwagi o paradygmacie	100

Rozdział 2. Negocjacje — wymiana i komunikacja 103

Model procesu negocjacji: obiekty, atrybuty i relacje	103
Pole negocjacji	109
Strony negocjacji	122
Relacja komunikacyjna	139
Relacja wymiany	151

Rozdział 3. Negocjująca organizacja — postrzeganie sytuacji i działanie 165

Miejsce negocjacji w organizacji	165
Organizacja: definiowanie sytuacji negocjacyjnej	178
Negocjacje jako sposób organizacji wymiany z otoczeniem	183

Rozdział 4. Negocjująca organizacja — poza postrzeganiem 249

Komunikacja i wymiana: problemy z definicją sytuacji	249
Komunikacja i wymiana: zawłaszczanie wartości	260
Komunikacja i wymiana: uczenie się organizacji, czyli nawet porażka może być sukcesem	269
Negocjacje a tożsamość organizacji	281

Rozdział 5. Negocjacje w warunkach gospodarki cyfrowej — kontynuacja i zmiana 286

Przestrzeń negocjacyjna	288
Strony negocjacji	303
Negocjacje w gospodarce cyfrowej	311
Zakończenie	327
Bibliografia	331