Syllabus

UE: **Négociation et gestion des conflits** **Enseignante : Mme Halleb RIM** **Département: Sciences de Gestion**	**Parcours: 3ème marketing** **Semestre : 1** **Volume horaire :** 21h cours **Crédit : 3** **Coefficient : 1.5**

Objectifs du cours:

Après avoir suivi ce cours, les étudiants doivent :

- Comprendre l'intérêt et les enjeux de la négociation ;
- Connaître et pratiquer les techniques fondamentales de la Négociation commerciale;
- Préparer et conduire une négociation ;
- Saisir et maitriser les outils
- Savoir choisir une tactique de négociation commerciale gagnante.
- Identifier les différents types et les sources de conflits
- Connaître les modalités de dépassement et de gestion des conflits

Compétences attendues :

Après l'achèvement de ce cours, l'étudiant sera capable:

- D'identifier les différentes étapes de processus de négociation
- D'utiliser au mieux les stratégie et tactiques de négociation
- De reconnaître les sources, les facteurs et processus favorisant, renforçant, précipitant et déclenchant des conflits en vue de les prévenir et/ou de les gérer ;
- De discerner et d'expérimenter différentes situations conflictuelles.
- Maitriser ses émotions :rester calme, attentif et ferme face aux comportements agressifs.

lan du cours[1] :

Semaine	Chapitre
1	**Chapitre 1 : Généralités sur la négociation**
2	**Section 1 :** Comprendre la négociation
3	**Section 2 :** Les caractéristiques d'un bon négociateur **Section 3 :** Conseils pratiques pour assurer une négociation efficace
4	**Chapitre 2 : Les étapes d'un entretien de la négociation commerciale**
5	
6	**Section 1 :** La Préparation **Section 2 :** La prise de contact

	Section 3 : La découverte **Section 4 :** L'argumentation **Section 5 :** Le traitement des objections **Section 6 :** La Conclusion et la prise congé
7	**Chapitre 3 : Le négociateur ; un bon communicateur**
8	
9	**Chapitre 4 : Notion de conflit et typologie**
10	
11	
12	**Chapitre 5 : Les modes de résolution des conflits**
13	
14	

Mots clés :

Communication, négociation, conflits.

Pré-requis :

Cours de marketing
Cours de communication
Cours gestion de la force de vente

Pédagogie d'enseignement :

Pour atteindre les objectifs du cours on se fonde sur deux formules pédagogiques complémentaires :

- Un cours magistral dans lequel l'étudiant est initié aux principaux concepts et moyens de communication ;
- Des exercices et études de cas grâce auxquels l'étudiant approfondit ses connaissances au moyen d'applications.

Les principales idées de chaque chapitre sont exposées sous forme de diaporama sur un support Power Point. A l'issu de la séance, le texte complet et détaillé du cours est fourni aux étudiants sous forme d'un module polycopié.

Evaluation:

Type d'évaluation	% du Total de la note
Contrôle Continu	20%
Exam final	80%

Ressources Bibliographiques

- Dupont CH. (1994), La négociation : conduite, théorie, applications, Editions Dalloz.
- Fisher R., Ury W. et Patton B. (2006), Comment réussir une négociation, Editions Nouveaux Horizons.
- Gérard D. (2007), Négociez vos achats, Editions De Boeck Université.

- Demeure C (2008), Le marketing, 6e édition Dunod.
- Le Poole S. (1991), Négocier c'est simple, Top Editions.