



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Negociación Comercial
CÓDIGO	:	CM38
CICLO	:	201501
CUERPO ACADÉMICO	:	Cortés Quiroz, José Luis
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	17
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Comunicación y Marketing

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Las negociaciones y los conflictos son parte de nuestra vida cotidiana. En el entorno de las organizaciones públicas y privadas estos procesos tampoco están ausentes. Son parte de la gestión de todo tipo de organización.

En un contexto altamente competitivo, dinámico y de innovación continua los alumnos que tienen competencias (entendidas éstas como como conocimiento, habilidades y actitudes) de negociación, altamente desarrolladas, les permitirá tener una ventaja competitiva frente a otros profesionales para abordar los escenarios críticos de la vida organizacional. En consecuencia, ello les facilitará tener mejores y mayores condiciones para enfrentar los conflictos y los procesos de toma de decisiones que le agregue valor a las organizaciones que representen.

El presente curso tiene como objetivo brindar herramientas teóricas y prácticas aplicables a la negociación y la resolución de conflictos en el ámbito empresarial.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el alumno diseña con responsabilidad planes estratégicos y operativos de negociación con la finalidad de enfrentar los procesos conflictivos que se dan en las organizaciones a diario.

El alumno desarrolla las competencias generales de Pensamiento crítico y Sentido Ético porque reflexiona sobre sus pensamientos y los de otros, interpreta y evalúa los conocimientos, hechos y fenómenos del entorno de manera constructiva, lógica y flexible. Ofrece un conjunto de razones de alternativas con sentido ético y se hace responsable de sus consecuencias.

Así mismo, a nivel específico desarrolla las competencias de estrategia comunicacional con visión 360, que le permitan una visión holística con los distintos públicos a fin de lograr sinergias y consistencia en los mensajes.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 LA NEGOCIACIÓN Y SUS ASPECTOS RELEVANTES.

LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno enuncia los elementos básicos de un proceso de negociación y gestión de conflictos, administrándolos sobre la base de la comunicación con sentido ético.

TEMARIO

- La Negociación:
 - Definición.
 - Características de la negociación ¿cuándo no se negocia?
 - Negociación y ética.
 - Tipos de negociación estrategias y tácticas.
- Los Conflictos:
 - Definición.
 - Niveles de conflicto.
 - Factores que facilitan/dificultan la administración de conflictos.
 - Administración eficaz de un conflicto.
- La Comunicación en la Negociación:
 - Cómo se comunican las personas.
 - Cómo mejorar la comunicación.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 1, 2 y 3

UNIDAD N°: 2 EL NEGOCIADOR.

LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno demuestra que el componente fundamental de un exitoso proceso de negociación se centra en las competencias particulares y específicas de las personas que gestionan este proceso: los negociadores, representándolos con iniciativa en una dinámica.

TEMARIO

- Tipos de negociador.
 - El negociador enfocado en resultados.
 - El negociador enfocado en las personas.
 - El negociador enfocado en el punto medio.
- Competencias del negociador:
 - Definición de competencias
 - Competencias técnicas del negociador vinculadas a la actividad negociable.
 - Competencias psicológicas del negociador (empatía, asertividad, tolerancia).

- Competencias gerenciales del negociador (diagnosticar, analizar escenarios, plantear, interpretar).
- Gestión de las emociones y la percepción en la negociación.
- La ética en la negociación.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 4, 5 y 6

UNIDAD N°: 3 PLANEAMIENTO DE UNA NEGOCIACIÓN.

LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno evalúa con rigurosidad, elementos constitutivos de un planificado proceso de negociación que le permite tener una buena gestión de los conflictos emergentes en la vida organizacional, a través de casos actuales.

TEMARIO

- El proceso de planeamiento de una negociación.
- Los grupos y la negociación:
 - El entorno y la negociación.
 - La comunicación en los grupos.
 - Los papeles o roles.
 - El liderazgo.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 7

UNIDAD N°: 4 ESTRATEGIA Y METODOLOGÍA DEL PROCESO DE NEGOCIACIÓN.

LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno propone las estrategias y metodología básicas que le permiten tener un desempeño sistemático para una buena gestión de los diversos procesos de negociación, a través de una simulación con sentido ético.

TEMARIO

- El proceso de la negociación:
 - La preparación de la negociación.
 - El desarrollo de la negociación.
 - Las concesiones y el acuerdo.
- Cuatro conceptos claves para negociar con éxito:
 - El BATNA (MAAN).
 - El precio de reserva.
 - ZOPA.
 - Creación de valor a través de intercambios.
- Como negociar paso a paso ante cualquier situación (método R.Fisher - D.Ertel / Harvard).

- Herramientas del negociador:

- Como utilizar las preguntas y la escucha activa.
- Material de apoyo del negociador.
- El entorno físico y la negociación.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 9, 10 y 11

UNIDAD Nº: 5 ANÁLISIS DE CIERRE DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL.

LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno elige con precisión estrategias adecuadas para diferentes mercados que le permiten alcanzar y cerrar negociaciones comerciales exitosas, a través de una simulación.

TEMARIO

- Mercados Industriales.
- Mercados de Consumo.
- Mercados de Servicio.
- Negociación con grandes clientes.

- Charla de expertos en mercados de consumo y servicio.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 12, 13, 14 y 15

VI. METODOLOGÍA

La metodología será latamente participativa combinando las presentaciones y exposiciones del marco teórico y generando la inquietud de los estudiantes por la investigación continua. Se nvtará a expertos negociadores de diferentes mercados. Además, los alumnos en forma grupal aplicarán la teoría en el desarrollo de casos prácticos.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

10% (CL1) + 12.5% (TB1) + 20% (EA1) + 10% (CL2) + 12.5% (TB2) + 5% (DD1) + 30% (TF1)

TIPO DE NOTA	PESO %
CL - CONTROL DE LECTURA	10
TB - TRABAJO	12.5
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	20
CL - CONTROL DE LECTURA	10
TB - TRABAJO	12.5
DD - EVAL. DE DESEMPENO	5
TF - TRABAJO FINAL	30

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
CL	CONTROL DE LECTURA	1	Semana 4		NO
TB	TRABAJO	1	Semana 6		NO
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	Semana 8		SÍ
CL	CONTROL DE LECTURA	2	Semana 11		NO
TB	TRABAJO	2	Semana 13		NO
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	1	Semana 15		NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16		NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

FISHER RogerErtel, Danny y SANTAPAU, Aida (2004) Obtenga el sí en la práctica : cómo negociar, paso a paso, ante cualquier situación. Barcelona : Gestión 2000.

(658.4052 FISH/O 2004)

FISHER, RogerShapiro, Daniel (2007) Las emociones en la negociación : cómo ir más allá de la razón en la planeación y desarrollo de las negociaciones. Bogotá : Norma.

(158.5 FISH)

GOLEMAN DanielBoyatzis, Richard y otros (2007) El líder resonante crea más. Barcelona : Debolsillo.

(658.4092 GOLE/L)

LEWICKI Roy J.Barry, Bruce y SUNDERS, David M. (2012) Fundamentos de negociación. México, D. F. : McGrawHill.

(658.4052 LEWI 2012)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

GOLEMAN, DanielGonzalez Raga, David (2007) Inteligencia social : la nueva ciencia de las relaciones humanas. Barcelona : Círculo de Lectores.

(158.2 GOLE 2007)

MANUEL DASÍ, Fernando deMartínez-Vilanova Martínez, Rafael (2011) Técnicas de negociación : un método práctico. Madrid : ESIC.

(658.4052 MANU 2011)