



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Contaduría y Administración

Plan de Estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales



Programa de la asignatura

Técnicas de Negociación Empresarial

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (x)	
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas		
	Obligatorio E () Optativo E ()					
				Semana		Semestre
				Teóricas 2		Teóricas 32
				Prácticas 2		Prácticas 32
				Total 4		Total 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general:

Al finalizar el curso, el alumno aplicará los componentes fundamentales de la negociación, sus bases teóricas, su desarrollo estratégico y las diversas técnicas desarrolladas en el ambiente empresarial. También será capaz de implantar las técnicas de negociación, para la maximización de oportunidades mediante el aprovechamiento de conflictos, deficiencias y fortalezas, tanto a nivel individual, como en grupos y equipos de trabajo.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá los elementos básicos de la negociación.
2. Reconocerá los diferentes tipos de comunicación empleados en la negociación.
3. Reconocerá las diversas herramientas para elaborar una adecuada planeación de una negociación.
4. Identificará las características de los elementos del proceso de negociación.
5. Reconocerá la forma en la que puede influir la programación neurolingüística en la negociación.
6. Identificará las características de la inteligencia emocional y la forma en la que ésta se refleja en una negociación.
7. Conocerá las principales características de un negociador eficaz, los diferentes estilos de negociación, así como las estrategias que se pueden utilizar en el proceso de negociación.
8. Conocerá las herramientas de una negociación competitiva y colaborativa, así como la forma en que deben emplearse en una situación determinada.
9. Reconocerá la importancia de la negociación empresarial integral y global con los participantes del mercado, así como el papel que juega en ella la cultura organizacional.
10. Comprenderá la importancia de la planeación en la negociación y será capaz de diseñar estrategias para una negociación exitosa.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Naturaleza de la negociación	2	2
2	La comunicación en la negociación	2	2
3	Planeación de la negociación	4	4
4	Etapas básicas y proceso de negociación	4	4
5	La programación neurolingüística	4	4
6	Inteligencia emocional	2	2
7	Características del negociador	2	2
8	Herramientas de la negociación	4	4
9	Negociación en el mercado internacional	4	4
10	Estrategias de la negociación internacional	4	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Administración, mercadotecnia o áreas afines, Maestría en Mercadotecnia o Administración.
Experiencia docente	Dos años en mercadotecnia o área afín, en organizaciones públicas, privadas o del sector social. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ávila, Octavio. <i>"Sistema Integral de Ventas"</i>, México: Express de Impresión 2007, 247pp. 2. Budjac Corvette, Bárbara A. <i>"Técnicas de negociación y resolución de conflictos."</i> México: Pearson Educación 2011, 178 pp. 3. Cohen, Steven P, Altimira, Ricardo. <i>"Claves de Negociación...Con el Corazón y la Mente"</i>, México: Mc Graw Hill, 2003, 177 pp. 4. Del Socorro, Y.M., <i>"Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica"</i>, México, Pearson Educación 2000, 132 pp 5. Fernández Martos, Susana, (2005), <i>"Técnicas de negociación, habilidades para negociar con éxito."</i> Ideaspropias Editorial, Vigo 2005 164 pp. 6. Fischer, Laura, Vite, Romeo, <i>"Técnicas de Negociación Empresarial"</i>, México FCA. UNAM Publishing, 2014, 186 pp. 7. Lerma, Alejandro. <i>"Mercadotecnia, ventas personales y promoción de ventas"</i>, México, Edit. GASCA 2004, 169 pp. 8. Lewicki, Roy, Barry Bruce y Saunders David. <i>"Fundamentos de Negociación"</i>, México: Mc Graw Hill, 2008, 294 pp. 9. Ovejero, Bernal Anastasio. <i>"Técnicas de Negociación. Como Negociar Eficaz y Exitosamente"</i>, México: Mc Graw Hill, 2004, 260 pp. 	
Bibliografía complementaria:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Correa, Juan C y Navarrete, María <i>"Técnicas y Métodos de Negociación"</i>,1997, Edit. Linka, 2002 2. Czinkota Michael R, Kotable Masaki. <i>"Administración de Mercadotecnia"</i>, México: Thomson, 2ª Edición, 2001, 599pp. 3. Dilts Robert. (2003). <i>"El poder de la palabra"</i> (4ª. ed.) España: Ediciones Urano.2003, 157 pp. 4. Fernandez Valiñas Ricardo. <i>"Fundamentos de Mercadotecnia"</i>, México: Thomson, 2002, 336 pp. 5. Goleman Daniel, <i>"La Inteligencia Emocional"</i>, México, Kairos, 1996, 514 pp. 	