

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES

1. ASIGNATURA

- **Nombre:** Cultura y Negociación
- **Tipo de asignatura:** Optativa
- **Trimestre:** 1
- **Créditos:** 4 ECTS
- **Idioma de docencia:** Castellano
- **Coordinador de la asignatura:** Jose Luis Marin

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA (objetivos)

Contenidos

La negociación es la esencia de la resolución voluntaria de conflictos. Este curso enfatiza las aplicaciones teóricas y prácticas de los principios de negociación en una variedad de contextos: por escrito (incluido el correo electrónico), por teléfono y en persona. Los estudiantes desarrollarán tanto el conocimiento cognitivo (teoría, conceptos, enfoques y modelos) como la competencia conductual (entrevistas, planificación, preguntas, asesoramiento, presentación, persuasión, creación, resolución de problemas y cierre).

Combinando el conocimiento cognitivo con la competencia conductual, los estudiantes explorarán los principios de vanguardia de la preparación para la negociación; negociar modelos, estrategias y estilos; tácticas y técnicas de negociación; consecuencias de la psicología; habilidades de comunicación, culturas y géneros; y consideraciones éticas.

Conseguir que los asistentes puedan complementar los conocimientos adquiridos durante el curso, con ideas y conceptos relacionados con las habilidades para dirigir equipos de personas, comunicarse y negociar con efectividad y resolver con éxito los clásicos conflictos humanos que se dan en todas las organizaciones.

Por otro lado, se debe de entender la importancia de la cultura en el contexto de las negociaciones internacionales. Conocer como la cultura, puede ser un obstáculo o una ventaja a la hora de negociar.

Competencias a adquirir

- Evaluar todos los principios y teorías de negociación estudiados durante el semestre y demostrar una comprensión de estos principios y teorías.
- Comprender la importancia fundamental de la preparación de la negociación

mediante la preparación de esquemas de preparación de la negociación.

- Participar en la negociación de manera objetiva y estratégica, reconociendo en lugar de enfatizar las emociones.
- Evaluar y relacionarse con los estilos de comunicación interpersonal y las teorías y estrategias de negociación mientras se comunica como parte de una negociación.
- Gestionar y reconocer la cultura como parte de los procesos de negociación.

Resultados de aprendizaje

- Negociar eficazmente analizando situaciones de negociación.
- Aplicar estrategias y tácticas apropiadas.
- Comprender y practicar el clima de comunicación necesario para negociaciones efectivas.
- Desarrollar una comprensión más profunda del proceso de negociación (preparación, ofertas de apertura, puntos objetivo, negociación y liquidación).
- Mejorar las habilidades analíticas y su comprensión de las diferencias culturales e internacionales.
- Comprender las fortalezas y debilidades individuales en términos de personalidad y comportamientos que pueden influir en los procesos y resultados de la negociación.

Metodología docente

Los estudiantes de este curso aprenden a negociar realmente negociando entre ellos. Este entorno interactivo enfatiza la realidad de que la capacidad de negociar de manera efectiva es fundamental para el éxito, tanto en los negocios como en la vida cotidiana. Este curso proporciona una introducción integral a los conceptos de negociación, efectividad interpersonal y resolución de conflictos organizacionales. Se explorarán varios tipos de negociaciones, incluidas las integradoras (enfoque de ganar / ganar), distributivas (enfoque de ganar / perder) y varias iteraciones de estos dos extremos. Además, hablamos de comunicación (cara a cara, virtual, verbal / no verbal), emoción / percepción (intangibles psicológicos), negociaciones en equipo / multipartitas, negociaciones internacionales y diferencias culturales.

Durante las sesiones de clase, se espera que los estudiantes participen en discusiones en clase sobre temas teóricos. Gran parte del curso se dedicará a la representación de roles en escenarios de hechos ficticios para que los estudiantes puedan adquirir las habilidades prácticas de los negociadores. Aunque este curso no se enfoca en el resumen de casos, se pueden asignar

algunos casos. Se espera que los estudiantes lean, resuman y estén preparados para discutir las implicaciones legales de los casos en un diálogo socrático modificado.

Evaluación (sistema de evaluación, sistema de cualificación...)

Tipo: Continua

Criterios: Participación activa en las sesiones de clase y trabajos de tipo individual, en grupo, además de una prueba escrita individual.

EVALUACIÓN	Ponderación máxima
Trabajo en grupo	25 %
Trabajo individual	25 %
Examen final	50 %

3. PROFESORADO

- **Currículo resumido del profesorado que imparte la asignatura (líneas de investigación y publicaciones recientes principales)**

<p>José Luis M Marín Arandia</p> 	<p>Ingeniero Industrial y de Sistemas y Maestro en Administración por el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Maestro en Negocios Internacionales por la Universidad de Texas en Austin. Profesor COREFACULTY en el área de Marketing de la UPF Barcelona School of Management e instructor de comercio exterior y simulador de negocios a diferentes grupos de ejecutivos en México.</p> <p>Líneas de investigación: Emprendimiento, Negocios Internacionales, Estrategia.</p> <p>Publicaciones:</p> <p>1. Caso Mas d'en Gil. 2008. ICEX. Going out from start? Patterns and</p>
--	--

	performance of Spanish Born Globals. 2007. <i>Frontiers of Entrepreneurship Research</i> . Volume 27. Issue 20.
--	---

4. BIBLIOGRAFIA (obligatoria/ recomendada)

- Martínez Valverde, J. 2018. *Negociación Internacional*. Ediciones Paraninfo.
- Peña Andres, C; Soler García, D. 2016. *Negociación para el comercio Internacional*. ICG Marge.
- Brett, J. 2001. *Negotiating Globally*. Jossey-Bass. USA.
- Curry, J. 1999. *A short course on international negotiation*. World Trade Press. Estados Unidos.
- De Manuel, F.; Martínez-Vilanova, R. 2006. *Técnicas de negociación, un enfoque práctico*. ESIC. Sexta edición. Madrid.
- Ferdinand, S.; Llamazares, O. 2007. *Cómo negociar en inglés – guía práctica para el ejecutivo internacional*. Global Marketing Strategies. Madrid.
- Harvard Business Review on Negotiation and conflict resolution*. 2000. Harvard Business Press. Estados Unidos.
- Harvard Business Essentials: Negotiation*. 2003. Harvard Business School Press. Estados Unidos.
- Llamazares, O.; Nieto, A. 2002. *Negociación Internacional. Estrategias y casos*. Pirámide. España.
- Lewicki, R.; Saunders, D.; Minton, J. 2005. *Negotiation*. McGraw-Hill – Irwin. 5a edición. Estados Unidos.
- Nierenberg, J.; Ross, I. 2003. *The secrets of successful negotiation*. Duncan Baird publishers. Londres.
- Pla, J.; León, F. *Dirección de empresas internacionales*. 2004. Pearson - Prentice Hall. Madrid.
- Svejenova, S.; Marín, J.L.; Ollé, M.; Planella, M. 2006. *Noves vies d'internacionalització: las empresas nascudes globals i les que se redefiniesen globals*. Ome Publicacions. Tendencias aplicades. COPCA. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

- Bartlett, Ch.;Ghoshal, S. 2003. ¿Qué es un director global?
Harvard Deusto Business Review.España.
- Canals, J. 1994. Organización de empresas internacionales. IESEP.
Barcelona. Roure, J. 1997. Negociación: preparación. IESE.
Barcelona Roure, J. 1997. Negociación: principios. IESE. Barcelona
Roure, J. 1997. Negociación: proceso de interacción. IESE. Barcelona
Sebenius, J.2002. The Hidden Challenge of Cross-border
negotiations. Harvard Business Review.Boston.
- Watkins, M.; Rosen, S. 2001. Rethinking “preparation” in negotiation.
Harvard Business School. Boston.
- Wheeler, M. 2004. Nonverbal communication in negotiation.
Harvard Business School. Boston.

DIRECCIONES ÚTILES EN INTERNET

- <http://www.doingbusiness.org/>
<http://www.geerthofstede.com/>
<http://www.globalnegotiator.com/>
<http://www.prsgroup.com>

NOTA: Algunos de los materiales de los ejercicios a realizar en clase se entregará en lengua inglesa.