



## PRESENTACIÓN

El programa de negociación aborda su importancia en la vida y el ámbito profesional, cuestionando si el negociador nace o se hace. Se exploran los tipos de negociación, los perfiles de negociadores y los estilos predominantes. Se enfatiza la preparación estratégica con ocho pasos clave y el uso de la hoja de negociación. Además, se analizan técnicas y tácticas, el impacto de la psicología y las emociones, y las fases del proceso negociador, desde la propuesta hasta las concesiones y el cierre. También se abordan la comunicación interpersonal, el lenguaje no verbal y la complejidad de negociaciones multinivel, multilaterales y multiculturales, concluyendo con estrategias para lograr acuerdos efectivos y mantener relaciones a largo plazo.

·**Titulación:** Gr. de Marketing

·**Módulo y materia:** Módulo III: Mercados y clientes / Nivel 2: Variables de Marketing

·**Créditos ECTS:** 3

·**Tipo de asignatura:** obligatoria

·**Curso:** 3º Grado de Marketing

·**Organización temporal** (semestral, anual): 2º semestre

·**Profesor responsable:** Dra. [Mónica Recalde Viana](mailto:mrecaldev@unav.es), profesora contratado doctor ( [mrecaldev@unav.es](mailto:mrecaldev@unav.es))

·**Departamento, Facultad:** Marketing y empresas de comunicación, Facultad de Comunicación

·**Página web de la asignatura:** <https://asignatura.unav.edu/negociacion-fcom/>

·**Horario:** martes 11-13

·**Lugar:** aula 3

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

### COMPETENCIAS BÁSICAS

CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

### COMPETENCIAS GENERALES



CG3. Conocer las herramientas y técnicas propias de los procesos de innovación y emprendimiento que se producen en torno a la gestión del marketing.

CG4. Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.

CG5. Aplicar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, planificación y gestión del tiempo a la toma de decisiones responsables y resolución de problemas de marketing.

## COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE14: aplicar un pensamiento analítico, estratégico y creativo a la solución de problemas de comercialización y marketing

## PROGRAMA

### PROGRAMA

#### 1. Contexto

- Parte de nuestra vida
- ¿El negociador nace o se hace?
- La negomanía

#### 2. Tipos de negociación

- La negociación profesional
- Definición
- Tipos de negociación
- Tipos de negociadores
- Estilo Negociador

#### 3. Las etapas de preparación

- Negociación no preparada, llamada al fracaso
- El entorno negociador
- Fases de la preparación, 8 pasos
- La hoja de negociación: tú, yo y el área de negociación

#### 4. Técnicas y tácticas



## 5. Psicología

Perfil psicológico de la negociación

Las emociones en el proceso de negociación

## 6.El proceso negociador

-Las etapas

-Propuesta

-Respuesta

-Los extras

-Las concesiones

-Negociar el precio

## 7. Comunicación interpersonal

La comunicación y sus elementos

Tips no verbal

## 8. Las negociaciones multi

-Multinivel

-Multilateral

-Multicultural

## 9. Cierre y acuerdo

-Cierre

-Acuerdo

-Relación

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases presenciales teóricas: las actividades en dichas clases serán (30 h.) y flipped classroom



# Universidad de Navarra

**-Clases presenciales prácticas:** discusión de casos: algunos están en ADI y otros se entregarán en clase (15 H.)

**-Trabajos:** diagnóstico y test de estilo negociador, simuladores, búsqueda de ejemplos (ambos en ADI) (10 H.)

**-Estudio personal** (20 H.)

## EVALUACIÓN

### CONVOCATORIA ORDINARIA

La nota final se calculará en función de los siguientes criterios:

#### **Participación y asistencia (10%)**

Puntualidad: si llegamos tarde, esperamos a la siguiente clase o nos vamos

No se recogen justificantes médicos de faltas de asistencia ni se atienden correos autojustificativos

Asistencia: actividades en ADI, conteo de número de alumnos y hojas de asistencia (escribir nombre y apellidos, número de carnet y firma)

Si uno falta a clase pregunta a sus compañeros

Actitud en el aula: comportamiento, atención, respeto, trabajo

#### **Entrega de todos los trabajos, actividades y casos vía ADI (30%).**

Responsabilidad y autonomía

No se recogen justificantes médicos de faltas de asistencia ni se atienden correos autojustificativos

Los trabajos no se recuperan

**Examen final (60%):** es necesario aprobar el examen para aprobar la asignatura\*. El contenido del examen serán slides en ADI de los temas+manual obligatorio. El formato del examen es tipo test.

\*En caso de suspenso no se hará media con el resto de porcentajes. La nota final publicada será la correspondiente al examen suspendido.

### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

100% examen tipo test.

## HORARIOS DE ATENCIÓN



Universidad  
de Navarra

Dra Mónica Recalde .([mrecaldev@unav.es](mailto:mrecaldev@unav.es))

- Despacho0730 Edificio.Bibliotecas Planta1
- Horario de tutoría: jueves 12 a 14

## BIBLIOGRAFÍA

### Obligatoria

Método de Negociación: Negociadores No Nacen, Se Hacen. Lempereur, Alain ; Colson, Aurélien ; Pérez Nüchel, Ricardo. Ciudad de México: Ediciones Granica S.A, 2022

### Bibliografía y recursos recomendados

Roger Fisher y William Ury. Obtenga el Sí.: el arte de negociar sin ceder. [Localízalo en la Biblioteca](#)

Alejandro Hernández. Negociar es fácil si sabe cómo. [Localízalo en la Biblioteca](#)

Russell Granger . 7 detonadores de la persuasión. Localízalo en la Biblioteca

Roger Fisher y Daniel Shapiro. Las emociones en la negociación.

### Casos y simuladores

Caso Ed Catmull: Lessons from Pixar: <https://hbsp.harvard.edu/import/1242706>

Simulador Maribat-Allegra: <https://hbsp.harvard.edu/import/1242706>

Simulador Strategy Simulation: <https://hbsp.harvard.edu/import/1242706>