



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
Sistema Escolarizado: Modalidad Presencial
Programa de Estudios de la asignatura



Técnicas de negociación empresarial

Clave 2637	Semestre 6°	Créditos 8	Campo de conocimiento: Mercadotecnia		
			Eje de formación: Integración		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Seminario () Otros ()		Tipo	T (X) P () T/P ()	
Carácter	Obligatorio (X) Optativo () Obligatorio E () Optativo E ()		Horas		
Duración (Número de semanas)	16		Semana	Semestre	
			Teóricas: 4	Teóricas: 64	
			Prácticas: 0	Prácticas: 0	
			Total: 4	Total: 64	

Seriación

Ninguna ()

Obligatoria ()

Asignatura antecedente

Asignatura subsecuente

Indicativa (X)

Asignatura antecedente

Fundamentos de mercadotecnia, Sistemas de información de mercadotecnia y Plan de mercadotecnia

Asignatura subsecuente

Ninguna

Objetivo general:

Al finalizar el curso, el alumnado 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 particulares:

Al finalizar la unidad, el alumnado:

1. Definirá los conceptos básicos de la negociación.
2. Conocerá los diferentes tipos de comunicación empleados en la negociación.
3. Seleccionará útiles maneras de planear una negociación.
4. Enlistará las etapas básicas del proceso de negociación.
5. Comprenderá el impacto de la PNL en la negociación.
6. Revisará la aplicación de la inteligencia emocional en los negocios.
7. Explicará las características esenciales de un buen negociador.
8. Identificará las herramientas fundamentales empleadas en los negocios.
9. Empleará técnicas para negociar en cualquier tipo de mercado.
10. Experimentará todos los tipos de integración dentro de la negociación.
11. Utilizará diferentes maneras de acercarse y estrategias de negociación.

Índice temático			
Unidad	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1.	Naturaleza de la negociación	4	0
2.	La comunicación en la negociación	6	0
3.	Planeación de la negociación	6	0
4.	Etapas básicas y proceso de negociación	6	0
5.	La Programación Neurolingüística	6	0
6.	Inteligencia emocional	4	0
7.	Características del negociador	6	0
8.	Herramientas de la negociación	6	0
9.	Negociación con el mercado	8	0
10.	Tipos de integración	6	0
11.	Estrategias de la negociación (Datos estadísticos)	6	0
Total		64	

Estrategias didácticas

- Exposición
- Trabajo en equipo
- Lecturas
- Trabajo de investigación
- Aprendizaje basado en problemas
- Casos de enseñanza

Evaluación del aprendizaje

- Exámenes parciales
- Examen final
- Trabajos y tareas
- Presentación de tema
- Participación en clase

Perfil profesiográfico del docente	
Título o grado	Licenciatura en Administración, Mercadotecnia o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado. Especialidad en Mercadotecnia o Alta Dirección, Maestría en Administración o Mercadotecnia.
Experiencia docente	Dos años en Mercadotecnia o área afín, en organizaciones públicas, privadas o del sector social.
Otras características	<p>Experiencia profesional de tres años relacionada con la asignatura de este programa.</p> <p>Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.</p> <p>Para profesores(as) de nuevo ingreso:</p> <p>Haber aprobado el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)” que imparte la Facultad de Contaduría y Administración, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.</p> <p>Para profesores(as) que ya imparten clases en la Facultad:</p> <p>Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.</p>

Bibliografía básica

- Academia de Mercadotecnia. (2014). *Técnicas de Negociación Empresarial*. México: Publicaciones Empresariales UNAM-FCA Publishing.
- Acosta, M. (2017). *Negociar: Cómo satisfacer ambas partes*. México: ESIC.
- Ávila, O. (2007). *Sistema Integral de Ventas*. México: Express de Impresión.
- Budjac, B. (2011). *Técnicas de negociación y resolución de conflictos*. México: Pearson Educación.
- Cordell, A. (2021). *El manual de la negociación*. México: Trillas.
- Elías, A. (2021). *El Negociador*. México: Grijalbo.
- Goleman, D. (2018). *La Inteligencia Emocional: Por qué es más importante que el coeficiente emocional*. México: Ediciones B.
- Lewicki, R., B. Barry y D. Saunders. (2012). *Fundamentos de Negociación*. 5ª ed., México: McGraw-Hill.
- Shell, R. (2014). *Negociar con ventaja: Estrategias de negociación para gente razonable*. México: RGS Libros.
- Tortosa, J. (2015). *El arte de negociar*. México: Alfaomega.
- Tracy, B. (2015). *Negociación*. México: Grupo Nelson.

Bibliografía complementaria

- Fernández, S. (2005). *Técnicas de negociación, habilidades para negociar con éxito*. México: Ideas propias Editorial.
- Fischer, L. y J. Espejo. (2015). *Mercadotecnia*. 5ª ed., México: McGraw-Hill.
- Fonseca, M. (2005). *Comunicación Oral. Fundamentos y Práctica Estratégica*. 2ª ed., México: Pearson Educación.
- Scovel, F. (2017). *El poder de la palabra*. México: Porrúa Nomen Omen.