



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

PROGRAMA DEL CURSO

DN-0507 ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE NEGOCIACION



La Escuela de Administración de Negocios

Fundada en 1943, es una de las Escuelas con mayor trayectoria en Costa Rica y Centroamérica en la formación de profesionales de alto nivel en las carreras de Dirección de Empresas y Contaduría Pública. Cuenta con un equipo docente altamente capacitado, así como un curriculum actualizado según las necesidades y cambios actuales del mercado. Actualmente ambas carreras se encuentran acreditadas por el SINAES en la Sede Rodrigo Facio.

Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con ética y responsabilidad social, excelencia académica y capacidad de gestión global, mediante la docencia, la investigación y la acción social, para generar los líderes y los cambios que demanda el desarrollo del país.

Visión

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

Valores Humanistas

Ética Tolerancia Solidaridad
Perseverancia Alegría

Valores Empresariales

Innovación Liderazgo Excelencia
Trabajo en equipo Emprendedurismo
Responsabilidad Social

Una larga trayectoria de excelencia...



2511-9180 / 2511-9188



www.ean.ucr.ac.cr



negocios@ucr.ac.cr



[/eanucr](https://www.facebook.com/eanucr)

PROGRAMA DEL CURSO
DN-0507
CÁTEDRA ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE NEGOCIACION
I CICLO 2018

DATOS DEL CURSO					
Carrera (s):	Dirección de Empresas				
Curso del IX ciclo del Plan de Estudios.					
Requisitos:	DN-0111 o DN-0406				
Co-requisitos	No aplica				
Créditos	3				
Horas de teoría:	1,5 horas	Horas de laboratorio:	0 horas	Horas de práctica:	1.5 horas

PROFESORES DEL CURSO				
SEDE RODRIGO FACIO				
GR	Docente	Horario	Aula	Horario de Atención*
01	David Peralta Di Luca	M: 16 a 18:50	115 CE	M: 14:30 a 16:00
02	Sonia Cisneros Zumbado (coordinadora)	M: 19 a 21:50	043 CE	M: 17:30 a 19:00
03	Alejandro Elizondo Castillo	M: 19 a 21:50	142 CE	M: 17:30 a 19:00
RECINTOS				
21	Jesús Romero Prado, Paraíso	K: 18:00 a 20:50		K: 16:30 a 18:00
31	M ^a Virginia Hernández Román, Guápiles	K: 18 a 20:50		S: 08:00 a 09:30
SEDES				
01	Enos Brown Richards, Caribe	L: 19:50 a 21:10		L: 16 a 17:00
01	Jorge Alvarado Bourivant, Guanacaste	K: 13:00 a 16:50		K: 17:30 a 19:00
02		M: 17:00 a 19:50		M: 15:30 a 17:00
01	Vivian Murillo Méndez, Occidente	M: 18:00 a 20:50	309	M: 16:30 a 18:00
01	José Joaquín Vargas Vargas, Pacífico	S: 09:00 a 11:50		S: 13 a 14:30
02	Luz Mary Arias Alpizar, Pacífico	M: 9 a 11:50		J: 13:30 a 15:00

*A solicitud del estudiante, el profesor podrá atender consultas según la hora, lugar y día acordado para cada caso particular, dentro del marco de la normativa de la Universidad de Costa Rica.

I. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso de Estrategias y Tácticas de Negociación pretende que los estudiantes desarrollen sus habilidades como negociador eficaz. Los gerentes en su práctica profesional negocian de muchas formas, por ejemplos: con el propósito de encontrar apoyo al nuevo plan de mercadeo, para la definición del presupuesto del año siguiente, para definir con otros gerentes las responsabilidades del área. En definitiva, la negociación es parte del trabajo diario del gerente.

Este curso se ha diseñado de manera que permita al estudiante reconocer y administrar adecuadamente la dimensión humana en las negociaciones, así como conocer y aplicar diferentes técnicas de negociación en el ámbito de los negocios.

Se busca que la persona profesional de Dirección de Empresas sea además de una persona preparada en las áreas técnicas de este curso, alguien emprendedor, con sentido de la ética y la responsabilidad social, que se desempeñe y tome decisiones tomando en cuenta valores como la solidaridad, la tolerancia y la perseverancia, y destrezas tales como la comunicación asertiva y el trabajo en equipo. La población estudiantil debe dirigir su actuar durante el curso acorde con dichos valores y competencias, y aplicarlos en su desarrollo del curso.

II. OBJETIVO GENERAL

Analizar diferentes estrategias y tácticas de negociación, que permitan una mejor comprensión de los contextos para la toma de decisiones en diferentes situaciones de negocios, que a la larga contribuya al desarrollo del perfil gerencial del estudiante.

III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Integrar la ética y la responsabilidad social en el análisis del contenido programático del curso, y profundizar en el diálogo y la reflexión sobre los valores de solidaridad, tolerancia y perseverancia, así como sobre la importancia de desarrollar y aplicar las competencias de comunicación asertiva y trabajo en equipo.
2. Comprender la dinámica de la negociación como proceso.
3. Reconocer, comprender y administrar la dinámica humana en los procesos de negociación.
4. Facilitar la identificación de los estilos de resolución de conflictos.
5. Reconocer y evaluar diferentes estilos de negociación.
6. Reconocer las barreras que pueden afectar el cierre de una negociación y algunas estrategias para superarlas.
7. Fortalecer la capacidad negociadora de los estudiantes a través de ejercicios prácticos.
8. Comprender la aplicación de un modelo de negociación en diferentes situaciones.
9. Reflexionar sobre la práctica de la ética en las negociaciones.
10. Reflexionar sobre las posibilidades de mejora que posee el estudiante, para ser un mejor negociador.

IV. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

TEMA 1. El contexto de las negociaciones

- a. Introducción a la negociación.
- b. Estilos de manejo de conflictos.
- c. Estilos de negociación distributiva versus negociación integrativa.
- d. Elementos en el proceso de negociación.

TEMA 2. El proceso de las negociaciones

1. La preparación en la negociación.
2. Estrategias y tácticas de negociación distributiva.
3. Estrategias y tácticas de negociación integradora.
4. Negociación basada en principios. Generalidades.
5. Desarrollo de Mejor Alternativa

TEMA 3. La dimensión humana de las negociaciones

- a. Las emociones y la percepción en la negociación.
- b. La Comunicación empática y asertiva.
- c. Barreras para lograr acuerdos.
- d. Errores irracionales en la negociación.
- e. Trucos sucios en la negociación
- f. Poder y estrategias de persuasión tácticas de influencia
- g. La ética en las negociaciones
- h. Casos de negociación en diferentes contextos.
- i. Aspectos culturales en la negociación internacional.

TEMA 4. Casos de negociación en diferentes contextos

- a. Dos partes, un tema.
- b. Dos partes, múltiples temas.
- c. Negociaciones complejas.
- d. Las relaciones en una negociación

TEMA 5. La Negociación en las empresas y sus negocios

- Negociaciones para resolver disputas.
- Negociaciones para contrataciones.
- Negociaciones con clientes y proveedores.
- Negociaciones para incremento salarial.
- Negociaciones para fusiones y adquisiciones.
- Mejores prácticas de negociación

A través de los siguientes componentes de la evaluación, en lo que resulte pertinente en cada uno de los temas, se integrarán aspectos sobre ética, responsabilidad social y emprendedurismo. También se tomará en consideración la aplicación de los valores y competencias referidos en la descripción del curso.

V. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Rubro	Contenido	%	Semana
Exámenes cortos	<ul style="list-style-type: none"> Examen corto 1 = Capítulos 1, 2, 3 y 4 Examen corto 2 = Capítulos 6,7 y 8 Examen corto 3 = Capítulos 9, 10 y 11 	30%	Según Cronograma
Asignaciones	<ul style="list-style-type: none"> Ensayo argumentativo. Lectura: "Obtenga el sí" Foro de una película. Ensayo argumentativo. Panel de Negociación. Ensayo argumentativo. Lectura: "Getting to Sí, Qui, Hai, Da" Ver detalle en Anexo 1 y Anexo 2 	20%	
Simulaciones y participación	<ul style="list-style-type: none"> Al menos 4 simulaciones 	30%	
Trabajo de investigación y presentación en la feria multicultural	<ul style="list-style-type: none"> Ver detalle en Anexo 3 y Anexo 4. 	20%	
NOTA		100%	

RUBRO 1. EXAMENES CORTOS.

Tendremos tres exámenes cortos que evaluarán lo visto en clase y en las lecturas asignadas según el cronograma. Los exámenes de reposición se registrarán según el Art. 24 del Reglamento Académico Detalle de examen de reposición. Ver fecha en sección VI. Cronograma.

RUBRO 2. ASIGNACIONES.

El estudiante deberá tomar apuntes identificando los aprendizajes que sobre la materia ha logrado aplicar en las negociaciones de su vida cotidiana. Esos aprendizajes deberán sintetizarse a lo largo del curso. Sobre estos apuntes el profesor solicitará tareas, ensayos y otras herramientas didácticas basados en ese diario de aprendizaje. Ver detalle en sección VI. Cronograma, haciendo referencia a *Anexo 1. Guía básica de preguntas generadoras para el análisis de una película* y *Anexo 2. Guía básica de un ensayo argumentativo*.

RUBRO 3. SIMULACIONES Y PARTICIPACION.

En las simulaciones y participación en clase, se llevará un registro de las intervenciones de cada estudiante en cada una de las sesiones, así como del resultado de las negociaciones, las cuales podrán ser individuales, en parejas o en grupos indicados por el profesor en cada clase.

RUBRO 4. TRABAJO DE INVESTIGACION Y PRESENTACION EN LA "FERIA DE NEGOCIACION MULTICULTURAL".

El trabajo de investigación en grupo corresponderá a investigar elementos característicos de la negociación y entorno cultural de un país determinado y que se les asignará por parte del profesor. El resultado de este trabajo se expondrá en una actividad tipo feria según la sección VI. Cronograma, y haciendo referencia al *Anexo 3. Pautas para el trabajo de investigación de negociaciones multiculturales* y el *Anexo 4. Pautas para la Feria de Negociaciones Multiculturales*.

VI. CRONOGRAMA - DN-0507 CÁTEDRA ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE NEGOCIACION - I CICLO 2018

SEMANA	FECHA	TEMA
1	12 al 17 de marzo	<ul style="list-style-type: none"> Programa y orientación metodológica Capítulo 1. La naturaleza de una negociación. Actividad: Cuestionario y test



2	19 al 24 de marzo	<ul style="list-style-type: none"> Capítulo 2. Estrategia y tácticas de una negociación distributiva. Simulación.
3	26 al 01 de abril	Semana Santa
4	02 al 07 de abril	<ul style="list-style-type: none"> Capítulo 3. Estrategia y tácticas de una negociación integradora. Simulación. Entrega de ensayo argumentativo de la lectura: "Obtenga el sí"
5	09 al 14 de abril (Feriado Miércoles 11 de abril)	<ul style="list-style-type: none"> Capítulo 4. Negociación. Estrategia y planificación
6	16 al 21 de abril	<ul style="list-style-type: none"> Capítulo 6. La comunicación asertiva en una negociación. Examen Corto #1 (Capítulos 1, 2, 3 y 4)
7	23 al 28 de abril	Semana Universitaria Foro presencial o virtual: Análisis de película <i>A elegir por el profesor entre:</i> <i>The Founder, The Draft Day, 12 hombres sin piedad, Amor sin escalas, Joy</i>
8	30 de abril al 05 de mayo (Feriado Martes 01 de mayo)	ACTIVIDAD DE CATEDRA MIÉRCOLES 02 DE MAYO 7 a 9 P.M. SEDE RODRIGO FACIO Panel de expertos <i>(se graba para compartirla con todas las sedes y recintos)</i>
9	07 al 12 de mayo	<ul style="list-style-type: none"> Capítulo 7. Obtención y utilización del poder. Capítulo 8. La ética en la negociación. Simulación. Entrega de ensayo argumentativo sobre Panel de Expertos
10	14 al 12 de mayo	<ul style="list-style-type: none"> Capítulos 9. Las relaciones en una negociación. Examen Corto #2 (Capítulos 6, 7 y 8)
11	21 al 26 de mayo	<ul style="list-style-type: none"> Capítulo 10: Múltiples partes y equipos. Consensos para lograr acuerdos colectivos. Parte 1
12	28 de mayo al 02 de junio	<ul style="list-style-type: none"> Capítulo 10: Múltiples partes y equipos. Consensos para lograr acuerdos colectivos. Parte 2. Simulación.
13	04 al 09 de junio	<ul style="list-style-type: none"> Capítulo 11. Negociaciones internacionales y transculturales Entrega de ensayo argumentativo de la lectura: "Getting to Sí, Qui, Hai, Da"
14	11 al 16 de junio	ACTIVIDAD DE CATEDRA MIÉRCOLES 13 DE JUNIO 5 a 8 P.M. SEDE RODRIGO FACIO Feria de Negociación Intercultural <i>(todas los recintos y las sedes invitadas a participar)</i>
15	18 al 23 de junio	<ul style="list-style-type: none"> Negociaciones en las empresas y sus negocios (por ejemplo: para resolver disputas, contrataciones, con clientes y proveedores., para incremento salarial, fusiones y adquisiciones). Simulación. Semana de exámenes de reposición.
16	25 al 29 de junio	<ul style="list-style-type: none"> Capítulo 12. Las mejores prácticas en las negociaciones. Los negociadores eficaces. Retroalimentación de los aprendizajes del curso. Examen Corto #3 (Capítulos 9,10 y 11)
17	02 al 06 de julio	Entrega de promedios
18	09 al 13 de julio	Examen de ampliación

Nota. Todos los capítulos hacen referencia al libro detallado en la bibliografía principal.

VII. ASPECTOS METODOLÓGICOS

- a. El personal docente y la población estudiantil desarrollarán las clases dentro de un ambiente de tolerancia, respeto y comunicación asertiva. El profesorado promoverá el trabajo en equipo, en un plano de igualdad de oportunidades y sin discriminación de ninguna especie de forma tal que se garantice un ambiente de diálogo y libre expresión de las ideas y opiniones.



- b. En la primera sesión se conformarán equipos de trabajo de máximo 5 integrantes, entregando una lista al profesor con los nombres y apellidos, teléfonos y correos electrónicos de los integrantes de cada equipo, identificando al coordinador(a) de cada uno.
- c. La negociación es una habilidad que requiere de práctica para dominarse. Los estudiantes experimentarán la dinámica de ejercicios y simulaciones para aprender los conceptos, las estrategias, y tácticas de negociación. Es por esta razón que este curso posee una variedad de métodos que favorecen el aprendizaje por medio de la participación y el auto-aprendizaje.
- d. Las siguientes técnicas serán utilizadas: análisis de casos, iniciativas en grupo y juegos de roles, test de auto-evaluación, lecturas de apoyo a los temas que se desarrollan en cada clase, conferencias de Invitados sobre recomendaciones técnicas y análisis de experiencia concretas en negociaciones, presentaciones magistrales por parte del profesor, trabajos de investigación y presentaciones orales y escritas en grupos sobre algunos temas relacionados con el curso y exámenes cortos.
- e. Este curso utiliza intensamente el método de simulaciones, como una metodología participativa que conduce al desarrollo de la capacidad de negociación participando en diferentes escenarios donde se le solicita a los estudiantes asuma un rol específico para el cual va a preparar y desarrollar su negociación con uno o más opositores.
- f. Los estudiantes deberán leer con antelación los capítulos y las lecturas asignadas para cada sesión.
- g. Los docentes pueden utilizar mecanismos electrónicos tales como correo electrónico o plataformas virtuales (por ejemplo, Mediación Virtual o Moodle), como medio de comunicación complementario al horario de clases y a las horas de atención de consultas indicadas en el programa, poner a disposición material del curso, realizar foros virtuales, entregar o recibir trabajos de los estudiantes, entre otras facilidades que permiten este tipo de herramientas.

Objetivos de los aspectos metodológicos

- a. Fomentar el aprendizaje colaborativo
- b. Fortalecer el trabajo en equipo
- c. Mejorar la habilidad de planear y organizar actividades
- d. Demostrar la capacidad para la toma de decisiones
- e. Expresar ideas que fomenten el desarrollo del liderazgo
- f. Emplear la capacidad de la comunicación asertiva y negociadora
- g. Aplicar la competencia de delegar funciones y responsabilidades

Objetivos de las competencias éticas

- a. Fomentar el respeto entre los compañeros, en la relación profesor-estudiante y demás miembros de la comunidad universitaria.
- b. Fortalecer la responsabilidad en el cumplimiento de tareas y compromisos.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía principal:

Roy Lewicki, Bruce Barry, David Saunders. (2012). *Fundamentos de Negociación*. Mexico, D.F.: McGrawhill.

Bibliografía complementaria:

Budjac, B. (2011). *Técnicas de negociación y resolución de conflictos*. México: Pearson.



- García-Lomas, O. L. (2013). *Cómo negociar con éxito en 50 países*. Barcelona: Global Marketing.
- Mnookin, R. (2010). *Bargaining with the devil: when to negotiate, when to fight*. Massachusetts: Simon & Schuster.
- Roger Fisher, William Ury. (2012). *Obtenga el sí: el arte de negociar sin ceder*. Mexico: Norma.
- Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton. (1993). *Si... ¡de acuerdo! cómo negociar sin ceder*. Mexico: Editorial Norma.
- Shell, R. (1999). *Bargaining for advantage*. Madrid: Penguin Books.
- Ury, W. (2012). *Supere el No. Cómo negociar con personas que adoptan posiciones inflexibles*. Barcelona: Gestion 2000.

IX. INFORMACIÓN DE CONTACTO DE LOS PROFESORES		
SEDE RODRIGO FACIO		
GR	Docente	Correo
01	David Peralta Di Luca	david.peralta@ucr.ac.cr
02	Sonia Cisneros Zumbado (coordinadora)	sonia.cisneros@ucr.ac.cr
03	Alejandro Elizondo Castillo	alejandro.elizondo@ucr.ac.cr
GR	Docente	Correo
RECINTOS		
21	Jesus Romero Prado, Paraíso	jesus.romero@ucr.ac.cr
31	M ^a Virginia Hernández Román, Guápiles	maria.hernandezroman@ucr.ac.cr
SEDES REGIONALES		
01	Enos Brown Richards, Caribe	enos.brown@ucr.ac.cr
01	Vivian Murillo Méndez, Occidente	vivian.murillomendez@ucr.ac.cr
01/02	Jorge Alvarado Boirivant, Guanacaste	jorge.alvaradoboirivant@ucr.ac.cr
01	José Joaquín Vargas Vargas, Pacífico	josejoaquin.vargas@ucr.ac.cr
02	Luz Mary Arias Alpízar, Pacífico	luzmaryarias@gmail.com



Anexo 1.

Guía básica de preguntas generadoras para el análisis de una película

Se presentan una serie de preguntas que pretenden organizar una serie de reflexiones que permita a los estudiantes aplicar sus habilidades de análisis con base en una película seleccionada por el profesor.

- Cuáles son los nombres de los principales actores y cuál es el rol que cumple.
- Identificar qué tipo de negociación se presenta a lo largo del guion: distributiva o integradora.
- ¿Cuál es el objeto de la negociación, por qué, cuáles son los momentos claves donde se define el rumbo de la negociación?
- ¿Cómo se lleva a cabo la negociación?
- Identificar las Tácticas: los movimientos que se deben hacer de parte de las personas que negocian. ¿Hubo medidas de presión, regateo, monto inicial de partida, punto de quiebre?
- Tomando en cuenta que cuando se negocia lleva un objetivo. Hacer una lista de los más relevantes. ¿Qué no les pareció de las tácticas?
- ¿Qué hubiesen hecho ustedes diferente en las negociaciones destacadas?
- ¿Hubo acuerdo?, cuál fue el acuerdo?, ¿están de acuerdo?
- Resumen verbal de los antecedentes
- El precio es importante, pero a veces son más importante las relaciones a largo plazo.
- Identifique los elementos importantes al administrar las negociaciones dentro de las relaciones: La reputación, la confianza y la justicia.
- ¿Qué opinión puede emitir sobre el lenguaje verbal y no verbal?
- Comente aspectos relacionado con la ética de las negociaciones.

ANEXO 2

Guía básica de un ensayo argumentativo

Se presentan a continuación, una serie de indicaciones que pretenden guiar la estructura de la agrupación y exposición de ideas que permita a los estudiantes escribir su análisis de las lecturas asignadas por el profesor.

Se espera que los ensayos argumentativos se estructuren con una introducción, un desarrollo y una conclusión presentados en una redacción continua de un máximo de dos páginas.

Se sugiere incorporar un título creativo que llame la atención del lector desde un principio. Luego de enganchar a la persona lectora en el tema, se debe contextualizar en un máximo de dos párrafos pequeños que hacen las veces de la introducción.

Continúa la exposición de argumentos basados en una idea central que hace alusión al título creado y que será el cuerpo del ensayo, donde el estudiante se deleita desarrollando sus hipótesis de la lectura.

Para la conclusión del ensayo argumentativo, se espera lograr una recapitulación de las ideas y realizar las conclusiones alcanzadas en el proceso.

Bajo ninguna circunstancia se espera recibir un documento que se parezca más a un resumen de la lectura ya que se espera profundidad y amplitud en el análisis y reflexión, así como capacidad de síntesis, uso adecuado de las habilidades de comunicación, redacción y ortografía y evidencia de una adecuada preparación.

La evaluación de parte del profesor contemplará al menos el cumplimiento de:

- Creación de un título que invita a la lectura.
- Presentación de una introducción relevante.
- La calidad de los argumentos del desarrollo.
- Hilo conductor de lectura fácil.
- Cuido de ortografía.
- Al menos dos conclusiones personales que permiten un cierre oportuno del tema.
- El hacer referencias a otros autores será valorado como un esfuerzo adicional.

Se sugiere revisar información de referencia sobre este tema en:

http://sitios.ruv.itesm.mx/portales/crea/planear/como/ensayo_arg.htm

ANEXO 3

Pautas para el trabajo de investigación de negociaciones multiculturales

1. La investigación debe presentar una descripción de los rasgos culturales más importantes del país seleccionado y destacar en qué se diferencia la cultura seleccionada de la cultura costarricense. Los temas que se deben abordar (cfr. Llamazares, O.) son:
 - a. **Datos Básicos.** Población, PIB per cápita, forma de Estado, divisa, idioma oficial y negocios, religión, principales ciudades, problemáticas sociales, extensión territorial, mapa y ubicación geográfica, etc.
 - b. **Entorno Empresarial.** Marco geopolítico, situación económica, principales sectores, oportunidades de negocio, barreras a empresas extranjeras, etc.
 - c. **Estrategias de Negociación.** Forma de acceso al mercado, argumentación, margen de negociación y cultura del regateo, pautas sobre contratos, modos de crear confianza en ese entorno, etc. Estrategias (competitiva, cooperativa) y tácticas más apropiadas (regateo, concesiones, etc.)
 - d. **Normas de Protocolo.** Saludos y presentaciones, nombres y títulos, temas inapropiados, comportamientos en la mesa, gestos y comunicación no verbal, regalos, etc.
 - e. **Páginas Web de referencia.** Ministerios, organismos de comercio exterior e inversión extranjera, aduanas, institutos de estadística, cámaras de comercio, directorios de empresas, ferias y exposiciones, prensa general y de negocios, etc.
 - f. **Información práctica que sea de utilidad, por ejemplo:** diferencias horarias, prefijos telefónicos y códigos de Internet, clima, tabla de conversión de medidas, etc.

2. Debe incluir otros temas de interés específicos, tales como los siguientes:
 - a. **Lenguaje.** Pautas lingüísticas, lenguaje no verbal, costumbres y connotación cultural.
 - b. **Estilos de Comunicación.** Directa o indirecta, tono de voz, uso del contacto visual y otros tipos de comunicación verbal ¿cuál es la conducta de las personas hacia los demás? ¿Cortés y amable, o sobrio y empresarial? ¿Se lleva a cabo la comunicación ante todo por escrito, o boca en boca?
 - c. **“Normas sociales”,** entendidas como reglas del “adecuado comportamiento”. Elementos de puntualidad, formalidad versus informalidad.
 - d. **Toma de decisiones.** ¿Qué implicaciones tiene decir o no la verdad? Actitud frente a los superiores: ¿Es el jefe una deidad en miniatura o un colega dotado de autoridad? Estilos de liderazgo y de solución de problemas.
 - e. **Cultura.** ¿Es la cultura más individualista que colectiva? ¿Qué se puede considerar ofensivo? ¿Cómo se representa el poder de quien negocia?
 - f. **Prioridades en el estilo de vida.** ¿Vivir para trabajar o trabajar para vivir?
 - g. **Religión.** ¿Cuál es el papel desempeñado por la religión?
 - h. **Expectativas de roles.** ¿Cuál es el papel de las mujeres, por ejemplo, en la sociedad? ¿Son esposas y madres, o colegas de pleno derecho? ¿Desempeñan un papel preponderante en la vida empresarial o prácticamente ninguno?
 - i. **Relaciones interpersonales.** ¿Llamar por el apellido o por el nombre? ¿En la primera reunión o solamente entre antiguos compañeros?
 - j. **Contacto inicial y tipo de relación.** ¿Es oficial o informal? ¿Con una copa de cerveza tras una jornada de trabajo, o de otra manera?



k. **Motivación.** ¿Tiene sus raíces en la empresa, en la familia, o en ambos? ¿Qué es lo que motiva a la gente dentro de un determinado contexto cultural, en términos generales? ¿Ritmo de trabajo relajado o acelerado?

l. **Estilo de negociación.** ¿Se llega fácilmente a la confrontación o es que son más comunes el consenso y el término medio? ¿Se vuelven a negociar los contratos una vez que cambiaron las condiciones, o se respetan pase lo que pase?

3. Con respecto a la presentación, deberá considerarse:

a. **Duración.** La exposición deber extenderse como máximo 40 minutos, incluyendo preguntas.

b. **Documentación.** El material a entregar quedará a discreción de cada grupo. Si es un documento en Word o en Power Point, puede hacerse en manera digital.

c. **Calificación.** La evaluación del estudio se efectuará principalmente basado en la presentación que se haga en clase.

4. Se evaluarán los siguientes aspectos.

a. **Creatividad y calidad de la presentación.** Visual, verbal, interacción con el aula, medios audiovisuales, videos del país, ejemplos de negociación, etc.

b. **Profundidad en los contenidos.** Ir más allá de la bibliografía y páginas Web que se ofrecen como base.

c. **Actualidad y realismo.** Entregar información práctica y de utilidad, adecuada a la situación nacional e internacional presente.

Fuentes sugeridas

García-Lomas, O. L. (2013). *Cómo negociar con éxito en 50 países*. Barcelona: Global Marketing.

Roy Lewicki, Bruce Barry, David Saunders. (2012). *Fundamentos de Negociación*. Mexico, D.F.:

McGrawhill. **(Principalmente capítulo 11).**



ANEXO 4

Pautas para la Feria de Negociaciones Multiculturales

Objetivo general. Organizar una feria multicultural que permita a los estudiantes aplicar sus habilidades de negociación en un contexto de creatividad.

Objetivos específicos.

- Demostrar el dominio de actitudes persuasivas en la negociación, mediante la creación de un espacio lúdico e innovador, que promueva la empatía necesaria para obtener acuerdos con facilidad.
- Practicar técnicas y estrategias de negociación con personas desconocidas, de manera que se pueda comprobar el dominio individual y grupal de esta competencia.

Estrategia didáctica y actividades.

- Los estudiantes desarrollarán una investigación sobre las estrategias y tácticas de negociación de un país previamente asignado, y deberán proponer una manera creativa mediante la cual dar a conocer sus aprendizajes a otros profesores y estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas. Ver detalle en Anexo 1.
- Se prepararán "stands" en las zonas comunes de la Facultad, y deberán ejecutar las actividades preparadas y documentar su gestión.
- En total se presentarán 30 "stands", para los grupos del curso de Estrategias y Tácticas de Negociación (Sede Rodrigo Facio) más grupos invitados de la Sedes y Recintos, los cuales se ubicarán en el primer piso de la Facultad de Ciencias Económicas; a saber: lobby, pasillo principal y plazoleta.

Programación.

- La feria se llevará a cabo el día miércoles 13 de junio, de 5:00 p.m. a 8:00 p.m.
- A cada grupo se le asignará un espacio previamente indicado según la distribución de la planta baja de la Facultad y deberá llegar con la debida antelación para hacer su intervención en el tiempo previsto (hora sugerida 3 p.m.)
- Cada grupo deberá diseñar su stand y llevar todo el material y equipo que desee utilizar para la exposición, con excepción de la mesa y sillas.
- Deberán respetarse todas las indicaciones del Decanato de Ciencias Económicas establecidas para este tipo de actividades.

Evaluación.

Se convocará a un grupo de personas que harán el rol de jurados y evaluarán el trabajo de los participantes. Además, cada grupo deberá autoevaluar su desempeño, mediante la elaboración de una bitácora.

Durante la clase a impartir la semana posterior a la feria multicultural (18 al 23 de junio), cada grupo deberá hacer una exposición cuya duración máxima será de quince minutos, en la que se presenten los hallazgos documentados en la bitácora y se analicen en función de las habilidades desarrolladas durante el curso.

La rúbrica de evaluación es la siguiente:



Evaluador	Descripción	%
Jurados Externos	Dominio del tema. Proceso de negociación, base de la confianza, toma de decisiones, tácticas de poder, estilos de comunicación. 30%	80%
	Stand. Creatividad y calidad de la presentación: aspectos visuales, verbales, interacción con las personas que se acercan, ejemplos de negociación. 30%	
	Estilos de Negociación. Conocimiento de las características de los estilos de negociación en el país investigado y sus diferencias con otras culturas. 20%	
Autoevaluación	Descripción de las actividades realizadas antes, durante y después de la feria. 10%	20%
	Desarrollo de al menos tres indicadores que midan el éxito de la intervención durante la feria e indicar su cumplimiento (Ej. número de visitas, venta de productos, generación de contactos, etc.). 5%	
	Ilustrar mediante imágenes los hechos más relevantes para el proceso de negociación durante la feria. 5%	
		100%

En el caso de los grupos de las sedes y recintos regionales que no puedan participar de la feria, el profesor a cargo les informará la modalidad de evaluación que les aplicará.

