



Syllabus

Asignatura: Negociación Comercial

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

+ Programa Avanzado de Habilidades y

Herramientas Empresariales

Curso 2012/2013

Profesor/es	María Teresa Palomo Vadillo José María Vega
Periodo de impartición y Curso	3º Curso/ Primer Cuatrimestre
Tipo	G (Asignatura propia de ESIC perteneciente al Programa Avanzado de Habilidades y Herramientas Empresariales)
Idioma en el que se imparte:	Español
Nº de Créditos:	3
Horas semanales:	2

Departamento de Dirección de Marketing

ÍNDICE

<i>Contenido</i>	<i>Página</i>
1. DATOS DE CONTACTO DEL PROFESOR	2
2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA	2
3. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA.....	2
4. COMPETENCIAS	3
5. METODOLOGÍA	4
6. MATERIAL DE APOYO A LA DOCENCIA.....	5
7. PRÁCTICAS PROPUESTAS.....	5
8. NORMAS DE EVALUACIÓN.....	6
A. ASISTENCIA A CLASE	6
B. PRUEBAS ESCRITAS (EXÁMENES).....	6
C. TRABAJOS DE CARÁCTER OBLIGATORIO	7
D. OTRO TIPO DE TRABAJOS.....	9
E. EVALUACIÓN FINAL DE LA ASIGNATURA.....	9
9. PROGRAMA DE LA ASIGNATURA	10
A. PROGRAMA ANALÍTICO.....	10
B. PROGRAMA DESARROLLADO.....	10
10. FUENTES DE INFORMACIÓN RECOMENDADA	17
A. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.....	17
B. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA.....	17
C. BIBLIOWEB.....	18

1. Datos de contacto del profesor

María Teresa Palomo Vadillo
maite.palomo@esic.edu

José María Vega
josemaria.vega@esic.edu

2. Descripción de la Asignatura

La asignatura ha sido diseñada para favorecer tú comprensión sobre el arte y la ciencia de negociar para así favorecer llegar a acuerdos beneficiosos para las partes implicadas. La negociación sucede, prácticamente, en todos los ámbitos en los que se desenvuelve una persona, ya sea en situaciones personales o bien profesionales, y muy especialmente, en la relación con clientes y grupos de interés (proveedores, accionistas, empresas, administraciones públicas, etc.) Además, pretendemos dar a conocer las teorías, los principios, las estrategias y las tácticas más relevantes en una negociación, al tiempo que activamos en el alumnado el desarrollo de las competencias necesarias para este proceso. Por ello, esta asignatura desarrolla tus competencias a través de diferentes casos prácticos que implican el estudio de diferentes situaciones en las que se requiere negociar, y por supuesto, mediante la comprensión de las teorías y de los factores que determinan el éxito en una negociación.

Con esta asignatura se pretende, que el alumnado sea competente y desarrolle las habilidades, que le permitan en la vida real realizar negociaciones de una manera profesional y efectiva, y así aumentar sus probabilidades de éxito y alcanzar los objetivos propios y de su organización, así como favorecer que sus oponentes queden satisfechos en relación a la negociación llevada a cabo.

3. Objetivos de la Asignatura

Comprender la estructura del proceso de negociación y analizar los comportamientos de éxito durante el mismo, así como activar o desarrollar

aquellas competencias que son claves en situaciones colaborativas y competitivas

Proporcionar un marco teórico y práctico para facilitar la transferencia de los conocimientos y las competencias adquiridas en diferentes contextos de negociación.

Adquirir y mejorar aquellas competencias que son necesarias para negociar o mediar en la resolución de conflictos propios de las relaciones comerciales con clientes, partners o grupos de interés.

Investigar y analizar casos de éxito de negociación comercial.

Estimular al alumnado en la consulta, investigación y lectura de temas relacionados con la asignatura mediante las prácticas propias de la asignatura.

4. Competencias

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Competencias Instrumentales:

(CI1). **Capacidad de análisis y síntesis.** Analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una negociación.

(CI2). **Capacidad de análisis sobre la organización y planificación:** organizar, planificar y administrar una negociación en una empresa u organización de tamaño pequeño y mediano, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

(CI3). **Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo:** comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español

(CI5). **Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas.**, ser capaz de identificar las fuentes de información relevante, obtener y seleccionar información relevante imposible de reconocer por no profesionales.

(CI7). **Capacidad para la resolución de problemas.**

(CI8). **Capacidad de tomar decisiones.**

Negociación Comercial

Competencias Personales

- (CP1). **Motivación por la calidad y el rigor en el trabajo.**
- (CP3). **Capacidad para trabajar en equipo y fluidez en la comunicación.**
- (CP4). **Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar.**
- (CP6). **Habilidad en las relaciones personales.**
- (CP7). **Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales:** reconocimiento y respeto a la diversidad.

Competencias sistémicas

- (CS1). **Aprendizaje autónomo.**
- (CS2). **Adaptación a nuevas situaciones.**
- (CS3). **Creatividad.**
- (CS4). **Liderazgo.**
- (CS5). **Iniciativa y espíritu emprendedor.**

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- (CE1). **Aplicar los conocimientos en la práctica.** En entornos organizativos que exigen o implican negociar con una o varias personas.
- (CE3). **Diseño y gestión de proyectos relacionados con el desarrollo de habilidades relacionadas con la dirección y gestión de personas.** Poniendo especial énfasis en las competencias emocionales, tanto las personales como aquellas que favorecen la relación con los demás.
- (CE4). **Capacidad para la divulgación en cuestiones relativas al desarrollo de habilidades.**
- (CA4). **Capacidad de consideración multidisciplinar de un problema que implica una negociación simple o compleja.**
- (CA15). **Habilidad para el manejo del conflicto y selección del método apropiado**

5. Metodología

Para conseguir los objetivos de la asignatura, la enseñanza se articulará de la siguiente manera: sesiones teóricas (lección magistral), sesiones prácticas, y elaboración de trabajos prácticos.

Negociación Comercial

La asignatura pretende que desarrolles y consolides los conocimientos a través de la aplicación práctica y de la reflexión crítica. Para ello, se alternará la exposición de contenidos teóricos con la aplicación de los mismos a casos reales o diseñados ad-hoc, mediante contenidos extraídos de los medios de comunicación y literatura existente al respecto, material audiovisual, etc. En el desarrollo de las clases, se promoverá la participación crítica y la discusión de los temas planteados. La disponibilidad previa por parte de los/as alumnos/as del material gráfico utilizado por la profesora facilitará esta tarea, así como disponer de un libro que contenga los contenidos de la asignatura.

En concreto, la metodología a desarrollar en las sesiones consistirá en una introducción por parte de la profesora en las que se expone una síntesis de los principales conceptos, teorías y modelos relevantes a cada uno de los temas.

A partir de esas exposiciones, se desarrollarán ejercicios prácticos dirigidos a lograr la máxima implicación. La profesora indicará con suficiente antelación el caso práctico a resolver para que pueda ser preparado por los/las alumnos/as, bien en grupo o de forma individual.

Luego, tanto para los contenidos o marco teórico de la asignatura como para los contenidos prácticos se realizarán fundamentalmente las siguientes actividades: lección magistral, método del caso, videos, foros de discusión y debate, role-playing y dinámicas de grupo.

6. Material de apoyo a la docencia

WATKINNS, M. (2007). *Marcando las reglas de la negociación. Una guía para negociar con éxito*. Bilbao: Harvard Business School Press. ISBN: 978-84-234-2458-0.

7. Prácticas propuestas

A lo largo del curso, junto con los casos prácticos que se traten en clase, se propondrá la realización de un Trabajo en Equipos de Carácter Obligatorio para poder aprobar la asignatura.

Para la realización del Trabajo Final de la Asignatura, se formarán grupos de trabajo de 3 personas, y la nota final del trabajo será individual para cada alumno teniendo en cuenta su intervención en la presentación oral.

Asimismo, se considerará un requisito imprescindible la asistencia y la realización de diferentes casos prácticos en el aula propuestos por el profesor de la asignatura.

8. Normas de Evaluación

a. Asistencia a clase

Es obligatoria y se seguirá la normativa marcada en la guía de estudios.

b. Pruebas escritas (exámenes)

Evaluación Continua

Se realizarán dos controles a lo largo del semestre. El “peso” de estas dos pruebas en la nota final es del 20% de la nota máxima que se puede obtener mediante examen. En ningún caso, estas pruebas tienen carácter liberatorio. Y consistirán en:

Prueba Nº 1 de Evaluación de Conocimiento a la mitad del semestre. Se avisará en clase de la fecha.

Prueba Nº 2 de Evaluación de Conocimiento al final del semestre. Se avisará en clase de la fecha.

Convocatoria Ordinaria (Diciembre)

El examen de la Convocatoria Ordinaria de Diciembre constará de 4 preguntas de desarrollo. El peso de este examen es del 80% de la nota máxima que se puede obtener en la asignatura mediante examen. La nota correspondiente a la parte de teoría se calcula de la siguiente manera:

Prueba Nº 1 de Evaluación de Conocimiento (10%) + Prueba Nº 2 de Evaluación de Conocimiento (10%) + Examen de la Convocatoria Ordinaria (80%) = 100% de la nota final de la parte teórica.

Negociación Comercial

Para aprobar la asignatura es necesario conseguir un 5 (sobre 10). Por debajo de esta nota, se suspende la Convocatoria Ordinaria de Diciembre. Esta nota será multiplicada por 0,70 pues el peso de estas pruebas en relación a la nota final de la asignatura es de un 70%.

Prueba Nº 1 de Evaluación de Conocimiento + Prueba Nº 2 de Evaluación de Conocimiento + Examen de la Convocatoria Ordinaria = 70% de la nota final de la asignatura.

La calificación del examen teórico se sumará a la nota de las prácticas una vez que se haya aprobada la parte teórica, en caso contrario no se aprobará la asignatura.

Convocatoria Extraordinaria (Junio)

El examen de la Convocatoria Extraordinaria de Junio constará de 4 preguntas de desarrollo. El peso de este examen es del 80% de la nota máxima que se puede obtener en la asignatura mediante examen. La nota correspondiente a la parte de teoría se calcula de la siguiente manera:

Prueba Nº 1 de Evaluación de Conocimiento (10%) + Prueba Nº 2 de Evaluación de Conocimiento (10%) + Examen de la Convocatoria Extraordinaria (80%) = 100% de la nota final de la parte teórica.

Para aprobar la asignatura es necesario conseguir un 5 (sobre 10). Por debajo de esta nota, se suspende la Convocatoria Ordinaria de Diciembre. Esta nota será multiplicada por 0,70 pues el peso de estas pruebas en relación a la nota final de la asignatura es de un 70%.

Prueba Nº 1 de Evaluación de Conocimiento + Prueba Nº 2 de Evaluación de Conocimiento + Examen de la Convocatoria Extraordinaria = 70% de la nota final de la asignatura.

La calificación del examen teórico se sumará a la nota de las prácticas una vez que se haya aprobada la parte teórica, en caso contrario no se aprobará la asignatura.

Negociación Comercial

c. Trabajos de carácter obligatorio

Trabajo Final

El proyecto final, cuyo “peso” es de un 30% de la nota global de la asignatura, será presentado en grupos de 3 estudiantes. El contenido del trabajo será de aproximadamente unos 25 folios, a doble espacio y con un tamaño de letra de 11 puntos (quedando excluidos las tablas, referencias, anexos, etc.).

El objetivo del proyecto es tener la oportunidad de analizar los conceptos y las teorías introducidas en la Asignatura de Negociación Comercial I. El proyecto final está diseñado para incrementar vuestras competencias, de manera que apliquéis lo aprendido en relación a una negociación estratégica y de carácter comercial.

El trabajo tiene que cumplir el siguiente requerimiento:

- **Investigar y analizar en una empresa concreta y real, junto con el Director Comercial, Jefe de Ventas, Product Manager, Director de Marketing,..., una situación de negociación comercial**, que haya supuesto una ventaja competitiva para la organización. Procura que sea una organización de la que exista documentación o informaciones publicadas en los medios que justifiquen los hechos relatados. Y sobre todo, que os permita relacionarlo con el contenido de la asignatura. Además, para garantizar la fiabilidad y validez de los hechos descritos, se deberá entregar **un DVD con la grabación de la entrevista. La duración mínima de la entrevista será de 25 minutos.**
- **Cada participante deberá realizar al menos una entrevista a un profesional cuya actividad esté relacionada con el contenido de la asignatura.**
- **Elaborar un guión de preguntas que serán formuladas a Directivos/as sobre negociación comercial.**
- **Realizar un análisis comparativo de las respuestas dadas y relacionarlas con los contenidos y libro de la asignatura.**

Negociación Comercial

Esta nota será multiplicada por 0,30 pues el peso de estas pruebas en relación a la nota final de la asignatura es de un 30%.

Prácticas en el aula + Trabajo Final de la asignatura = 30% de la nota final de la asignatura.

Es obligatorio presentarlo en las fechas indicadas por el/la profesor/a, en caso contrario, deberán ser presentadas el día del examen teórico. Si faltase alguna Práctica o el Trabajo Final, la asignatura no se puede aprobar la asignatura (se aplicará en la Convocatoria Ordinaria y a la Extraordinaria). Además, una práctica o Trabajo Final presentado el día del examen nunca obtendrá una puntuación elevada, pues se penaliza el no entregar el trabajo en la fecha establecida.

Todos los materiales de prácticas o el Trabajo Final entregados por el alumno para la evaluación **no serán devueltos** (sólo en aquellos casos que considera oportuno el/la profesor/a).

La calificación de las prácticas o del Trabajo Final **se añadirá a la nota del examen teórico una vez que se haya aprobado**. Esta norma se aplica tanto en la Convocatoria Ordinaria de Diciembre como la Convocatoria Extraordinaria de Junio.

** La calificación obtenida por un alumno en las prácticas o el Trabajo Final de la asignatura durante un curso **NO se reservará para el curso siguiente** (en el caso de que no supere la asignatura). Las prácticas en el aula y el Trabajo Final sólo son válidas para la Convocatoria Ordinaria de Diciembre y la Convocatoria Extraordinaria de Junio.

d. Otro tipo de trabajos

Casos prácticos que se realizarán en el aula y se entregarán al finalizar la clase o en la fecha indicada por la profesora.

e. Evaluación final de la asignatura

En resumen, la evaluación será el resultado de la nota obtenida por la presentación y defensa del Trabajo Final de la asignatura, los casos o

ejercicios realizados en el aula, y la nota obtenida en los exámenes teóricos. Es decir, la nota final de la asignatura, es igual a:

Nota Ponderada de las pruebas de Evaluación Escrita (70% de la nota final) + Nota Ponderada de los Trabajos de la asignatura (30% de la nota final) = Nota de la asignatura (100% de la nota final)*.

A esta nota se sumará o restará las bonificaciones o penalizaciones establecidas por ESIC Business & Marketing School por la asistencia a clase.

* **Importante:** para hacer la suma de ambas notas y superar la asignatura, es necesario haber aprobado cada una de las partes.

9. Programa de la asignatura

a. Programa analítico

PRIMERA PARTE: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE UNA NEGOCIACIÓN.

Tema 1: Dimensión Estratégica de la Negociación.

Tema 2: Planificación Estratégica de la Negociación.

Tema 3: Selección e Implementación de una Estrategia de Negociación.

Tema 4: Una perspectiva Cross-Cultural en las negociaciones

SEGUNDA PARTE: MARCO CONCEPTUAL DE LA NEGOCIACIÓN.

Tema 5: Negociación.

Tema 6: Componentes y Elementos esenciales en una Negociación.

TERCERA PARTE: FASES DEL PROCESO DE NEGOCIACIÓN.

Tema 7: Fases del Proceso de Negociación.

Tema 8: Negociación Distributiva vs Integradora.

b. Programa desarrollado

PRIMERA PARTE: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE UNA NEGOCIACIÓN.

Tema 1: Dimensión Estratégica de la Negociación.

- 1.1.- Delimitación conceptual de negociación.
- 1.2.- Adaptar la estrategia a la situación
- 1.3.- Transacciones únicas vs Relaciones de Futuro.
- 1.4.- Identificar oportunidades para crear valor y beneficios.
- 1.5. Autoridad y negociaciones multinivel.
- 1.6.- Coaliciones potencialmente ganadoras y/o paralizantes
- 1.7.- Conexiones Interdependientes.

Bibliografía Básica:

WATKINNS, M. (2007). *Marcando las reglas de la negociación. Una guía para negociar con éxito.* Bilbao: Harvard Business School Press. ISBN: 978-84-234-2458-0.

Bibliografía Complementaria:

BERCOFF, A. (2005). *El arte de la negociación: el Método de Harvard en 10 preguntas.* Barcelona: Deusto. ISBN: 9788423423231

MALARET, J. (2004). *Negociación estratégica para directivos de empresa: resultados sobresalientes en la mesa de la negociación.* Madrid: Colex. ISBN 9788478798780

Tema 2: Planificación Estratégica de la Negociación.

- 2.1.- Intereses y factores de influencia
- 2.2.- Diagnóstico y obtención de la información crítica.
- 2.3.- Creación de marcos de referencia oportunos.
- 2.4.- Planificar vs improvisar.
- 2.5.- Definir y establecer los objetivos.
- 2.6.- Desarrollar la estrategia.
- 2.7.- Establecer el equipo negociador.

Negociación Comercial

2.8.- Crear coaliciones y alianzas.

2.9.- Establecer la agenda

Bibliografía Básica:

WATKINNS, M. (2007). *Marcando las reglas de la negociación. Una guía para negociar con éxito*. Bilbao: Harvard Business School Press. ISBN: 978-84-234-2458-0.

Bibliografía Complementaria:

BERCOFF, A. (2005). *El arte de la negociación: el Método de Harvard en 10 preguntas*. Barcelona: Deusto. ISBN: 9788423423231

MALARET, J. (2004). *Negociación estratégica para directivos de empresa: resultados sobresalientes en la mesa de la negociación*. Madrid: Colex. ISBN 9788478798780

Tema 3: Selección e Implementación de una Estrategia de Negociación.

3.1. Factores que determinan la selección.

3.2. Estrategia de Evitación.

3.3. Estrategia de Adaptación.

3.4. Estrategia de Competitiva.

3.5. Estrategia de Colaboración.

3.6. Estilos de Negociación de Thomas y Killman.

Bibliografía Básica:

LEWICKI, R. J.; HIAM, A. y OLANDER, K.W. (2003). *Piense antes de hablar. Guía completa de la negociación estratégica*. Bilbao: Deusto. ISBN: 978-84-234-2060

Bibliografía Complementaria:

BERCOFF, A. (2005). *El arte de la negociación: el Método de Harvard en 10 preguntas*. Barcelona: Deusto. ISBN: 9788423423231

Negociación Comercial

MALARET, J. (2004). *Negociación estratégica para directivos de empresa: resultados sobresalientes en la mesa de la negociación*. Madrid: Colex. ISBN 9788478798780

WATKINNS, M. (2007). *Marcando las reglas de la negociación. Una guía para negociar con éxito*. Bilbao: Harvard Business School Press. ISBN: 978-84-234-2458-0.

Tema 4: Una perspectiva Cross-Cultural en las negociaciones

4.1. Introducción.

4.2. Diferencias culturales de las naciones.

4.3. Inteligencia Cultural.

4.4 Negociaciones Internacionales.

4.5. Los distintos Estilos de Negociación Internacional

Bibliografía Básica:

DE LA GARZA-CARRANZA, M.T.; GUZMÁN-SORIA, E. Y HERNÁNDEZ-SOTO, D. (2009). “Consideraciones culturales y personales en torno a las negociaciones internacionales”. *Georgetown University – Universia*, 3 ,3. [en línea]. [gcg.universia.net / pdfs _ revistas / articulo_137_1260809790200.pdf](http://gcg.universia.net/pdfs_revistas/articulo_137_1260809790200.pdf) [Consulta: 13 de Julio de 2012].

Bibliografía Complementaria:

MALARET, J. (2004). *Negociación estratégica para directivos de empresa: resultados sobresalientes en la mesa de la negociación*. Madrid: Colex. ISBN 9788478798780

LLAMAZARES, O. (2007). *Como negociar con éxito en 50 países*. Madrid: Global Marketing Strategies. ISBN: 9788493541002

Tema 5: Negociación.

5.1. Marco conceptual de la negociación

5.2. El dilema del negociador

Negociación Comercial

5.3. Negociación competitivas vs integradoras.

5.4. La intermediación o intervención de una tercera personas en la negociación

5.5. Reglas de una negociación exitosa

Bibliografía Básica:

GÓMEZ-POMAR, J. (2004). *Teoría y técnicas de Negociación*. Madrid: Ariel. 2ª Edic.. ISBN: 978-84-344-4453-9

THOMAS, J. (2006). *Negociar para ganar. Cómo conseguir siempre el mejor acuerdo*. Barcelona: Gestión 2000. ISBN: 9788496612013

Bibliografía Complementaria:

ARAMBURU-ZABALA, L. (2005). *Habilidades de negociación: todos podemos ganar*. Madrid: Pirámide, pp.17-47. ISBN: 9788436819342

CÁMARA, D. y SANZ, M. (2001). Dirección de ventas. Vender y fidelizar en el nuevo milenio. Madrid: Prentice Hall, pp. 184-194. ISBN: 978-84-832-2709-1

DASÍ, F.M. y MARTÍNEZ-VILANOVA, R. (2009). Técnicas de negociación: un método práctico. 9ª ed., reimpresión-- Madrid: ESIC. ISBN: 978-84-7356-618-6

FERNÁNDEZ MARTOS, S. (2005). *Técnicas de negociación. Habilidades para negociar con éxito*. Vigo: Ideas Propias, pp. 1-40. ISBN: 9788493455309

Tema 6: Componentes y elementos esenciales en una negociación.

6.1.- Componentes esenciales de la negociación

6.2.- Desarrollo de las Mejores Alternativas para un Acuerdo Negociado (MAAN)

6.2.1. El establecimiento de límites.

6.3.- El papel del negociador

6.4.- Obstáculos a la negociación

6.4.1. La lucha por el poder.

6.4.2. La manipulación.

6.4.3. La ira y el enfrentamiento.

Negociación Comercial

Bibliografía Básica:

FISHER, R.; URY, W. y PATTON, B. (2009). *Obtenga el Sí. El arte de negociar sin ceder*. Barcelona: Gestión 2000. ISBN 9788498751079

MALARET, J. (2004). *Negociación estratégica para directivos de empresa: resultados sobresalientes en la mesa de la negociación*. Madrid: Colex. ISBN 9788478798780

NIERENBERG, J. y ROSS, I. (2004). *Los secretos del éxito en la negociación*. Barcelona: Blume Empresa. ISBN 9788480764872

Bibliografía Complementaria:

ARAMBURU-ZABALA, L. (2004). *Habilidades de negociación: todos podemos ganar*. Madrid: Pirámide, pp.17-47. ISBN: 9788436819342.

FERNÁNDEZ MARTOS, S. (2005). *Técnicas de negociación. Habilidades para negociar con éxito*. Vigo: Ideas Propias, pp. 47-64

THOMAS, J. (2006). *Negociar para ganar. Cómo conseguir siempre el mejor acuerdo*. Barcelona: Gestión 2000. ISBN: 9788496612013

Tema 7: Fases del Proceso de Negociación.

7.1.- Preparación

7.1.1.- Planteamientos estratégicos y tácticas de negociación más habituales.

7.2.- Negociación distributiva.

7.3.- Negociación integrativa.

7.4.- Cierre y acuerdo.

Bibliografía Básica:

MALARET, J. (2004). *Negociación estratégica para directivos de empresa: resultados sobresalientes en la mesa de la negociación*. Madrid: Colex. ISBN 9788478798780

Bibliografía Complementaria:

ARAMBURU-ZABALA, L. (2004). *Habilidades de negociación: todos podemos ganar*. Madrid: Pirámide, pp.17-47. . ISBN: 9788436819342.

FERNÁNDEZ MARTOS, S. (2005). *Técnicas de negociación. Habilidades para negociar con éxito*. Vigo: Ideas Propias, pp. 47-64

THOMAS, J. (2006). *Negociar para ganar. Cómo conseguir siempre el mejor acuerdo*. Barcelona: Gestión 2000. ISBN: 9788496612013

Tema 8: Negociación Distributiva vs Integradora.

8.1.- Elementos principales de la negociación distributiva y de la negociación integradora.

8.2.- Estrategias fundamentales.

8.3.- El proceso de la negociación distributiva vs integradora.

8.4.- El compromiso.

Bibliografía Básica:

DOMÍNGUEZ BILBAO, R. y GARCÍA DUADER, S. (2003). Introducción a la teoría de la negociación. Universidad Rey Juan Carlos.[En línea]. <http://www.fcjs.urjc.es/departamentos/areas/profesores/descarga/vrvwzrzuz/WP%202002-52%20Estructuras%20y%20Procesos%20de%20la%20Negociaci%C3%B3n.pdf>. [25 de junio de 2010].

Bibliografía Complementaria:

ARAMBURU-ZABALA, L. (2004). *Habilidades de negociación: todos podemos ganar*. Madrid: Pirámide, pp.17-47. ISBN: 9788436819342.

DASÍ, F.M. y MARTÍNEZ-VILANOVA, R. (2000). *Comunicación y Negociación Comercial*. Madrid: ESIC, pp. 165-177.

FERNÁNDEZ MARTOS, S. (2005). *Técnicas de negociación. Habilidades para negociar con éxito*. Vigo: Ideas Propias, pp. 47-64

THOMAS, J. (2006). *Negociar para ganar. Cómo conseguir siempre el mejor acuerdo*. Barcelona: Gestión 2000. ISBN: 9788496612013

Negociación Comercial

10.- Fuentes de información recomendada

a. Bibliografía básica

FISHER, R.; URY, W. y PATTON, B. (2009) *Obtenga el Sí. El arte de negociar sin ceder*. Barcelona: Gestión 2000. ISBN 9788498751079

GÓMEZ-POMAR, J. (2004). *Teoría y técnicas de Negociación*. Madrid: Ariel. 2ª Edic. ISBN: 978-84-344-4453-9

LEWICKI, R. J.; HIAM, A. y OLANDER, K.W. (2003). *Piense antes de hablar. Guía completa de la negociación estratégica*. Bilbao: Deusto. ISBN: 978-84-234-2060

MALARET, J. (2004). *Negociación estratégica para directivos de empresa: resultados sobresalientes en la mesa de la negociación*. Madrid: Colex. ISBN 9788478798780

MUNDUATE, L y MEDINA, F.J. (2011). *Gestión de conflictos, negociación y mediación*. Madrid: Pirámide. ISBN 978-84-368-1924-3

NIERENBERG, J. y ROSS, I. (2004). *Los secretos del éxito en la negociación*. Barcelona: Blume Empresa. ISBN 9788480764872

THOMAS, J. (2006). *Negociar para ganar. Cómo conseguir siempre el mejor acuerdo*. Barcelona: Gestión 2000. ISBN: 9788496612013

WATKINNS, M. (2007). *Marcando las reglas de la negociación. Una guía para negociar con éxito*. Bilbao: Harvard Business School Press. ISBN: 978-84-234-2458-0.

b. Bibliografía complementaria

ARAMBURU-ZABALA, L. (2005). *Habilidades de negociación: todos podemos ganar*. Madrid: Pirámide, pp.17-47. ISBN: 9788436819342

BERCOFF, A. (2005). *El arte de la negociación: el Método de Harvard en 10 preguntas*. Barcelona: Deusto. ISBN: 9788423423231

CÁMARA, D. y SANZ, M. (2001). *Dirección de ventas. Vender y fidelizar en el nuevo milenio*. Madrid: Prentice Hall, pp. 184-194. ISBN: 978-84-832-2709-1

Negociación Comercial

- CASADO, C. (2009). *Entrenamiento emocional en el trabajo*. Madrid: ESIC. ISBN: 9788473566025
- FERNÁNDEZ MARTOS, S. (2005). *Técnicas de negociación. Habilidades para negociar con éxito*. Vigo: Ideas Propias, pp. 47-64
- GOLEMAN, D.; BOYATZIS, R. y MCKEE, A. (2010). *El líder resonante crea más*. Barcelona: DEBOLSILLO. ISBN 9788499087115
- GÓMEZ-POMAR, J. (2004). *Teoría y técnicas de Negociación*. Madrid: Ariel. 2ª Edic.. ISBN: 978-84-344-4453-9
- LEWICKI, R. J.; HIAM, A. y OLANDER, K.W. (2003). *Piense antes de hablar. Guía completa de la negociación estratégica*. Bilbao: Deusto. ISBN: 978-84-234-2060
- LLAMAZARES, O. (2007). *Como negociar con éxito en 50 países*. Madrid: Global Marketing Strategies. ISBN: 9788493541002
- MALARET, J. (2004). *Negociación estratégica para directivos de empresa: resultados sobresalientes en la mesa de la negociación*. Madrid: Colex. ISBN 9788478798780
- PALOMO, M.T. (2010). *Liderazgo y Motivación de equipos de trabajo*. Madrid: ESIC (6ªedic.).ISBN 9788473566780

c. BiblioWeb

- DE LA GARZA-CARRANZA, M.T.; GUZMÁN-SORIA, E. Y HERNÁNDEZ-SOTO, D. (2009). "Consideraciones culturales y personales en torno a las negociaciones internacionales". *Georgetown University – Universia*, 3 ,3. [en línea]. [gcg.universia.net / pdfs _ revistas / articulo_137_1260809790200.pdf](http://gcg.universia.net/pdfs_revistas/articulo_137_1260809790200.pdf) [Consulta: 13 de Julio de 2012].