

40111 - Negociación Internacional

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

1. Datos descriptivos de la asignatura

Nombre de la asignatura: Negociación internacional

Área: Negocios internacionales

Perfil: Negocios internacionales en Asia, en Europa y el mundo

Curso académico: 2019-2020

Trimestre: 1º

Titulación/Estudios: Grado en Negocios y Marketing Internacionales

Código de la asignatura: 40111

Número de créditos: 4

Número total de horas de dedicación: 100

Idioma de la docencia: Español

Profesorado: María Àngels Ruiz i Ezpeleta

Horario:

Clase magistral

Grupo 1: Lunes, 08:00 - 10:15

Grupo 2: Lunes, 10:30 - 12:45

Seminarios

Grupo 1: Miércoles, Grupo 102 09:00-09:55

Grupo 2: Miércoles, Grupo 201 10:45-11:40

Grupo 202 11:45-12:40

Hora tutoría: a concertar con la profesora.

2. Presentación de la asignatura

Esta asignatura tiene por objeto que los alumnos adquieran las competencias básicas para negociar en el ámbito internacional, utilizando las herramientas de comunicación y análisis necesarias en esa disciplina.

Con la ayuda del estudio de la metodología adecuada y realizando simulaciones prácticas de las situaciones habituales en el ámbito comercial internacional, el alumno adquirirá los conocimientos necesarios para negociar objetivos diferentes, tanto cualitativos como cuantitativos. El análisis y posterior conocimiento de las diferencias culturales existentes en el ámbito internacional le permitirá desenvolverse de forma eficiente en las negociaciones

multiculturales.

El conocimiento adquirido permitirá a los alumnos:

- Profundizar en la capacidad de utilización de las técnicas de negociación oral y escrita empleadas en el ámbito internacional.
- Profundizar en la capacidad de utilización de diferentes técnicas en función de las diferentes culturas.
- Profundizar en la capacidad de negociar, comunicándose oralmente o por escrito, en base a un objetivo previo definido, con el léxico y los instrumentos utilizados en comercio internacional.
- Mejorar la capacidad de negociar y de comunicarse en las situaciones más habituales del entorno empresarial internacional, utilizando las nuevas tecnologías de la comunicación.

3. Competencias a trabajar en la asignatura

Competencias generales	Competencias específicas
<p style="text-align: center;">Instrumentales</p> <p>G.I.3. Capacidad de organización y planificación.</p> <p>G.I.5. Capacidad de tomar decisiones ante situaciones complejas y cambiantes.</p> <p style="text-align: center;">Genéricas personales</p> <p>G.P.1. Capacidad para adaptarse, trabajar y liderar grupos internacionales y multiculturales, interdisciplinarios, competitivos, cambiantes y complejos.</p> <p>G.P.2. Capacidad de gestión en la conducta y en las emociones.</p>	<p style="text-align: center;">Disciplinarias</p> <p>E.D.11 Introducir los elementos básicos de la comercialización y capacidad para planificar estrategias comerciales.</p> <p style="text-align: center;">Profesionales</p> <p>E.P.12 Capacidad crítica para aplicar a contextos locales información, conocimientos o principios de naturaleza más global.</p> <p>E.P.13. Mejorar la capacidad de comunicación y negociación tanto oral como escrita.</p> <p>E.P.14. Capacidad de adaptar las distintas técnicas de negociación en</p>

<p style="text-align: center;">Genéricas sistémicas</p> <p>G.S.2. Capacidad de observación.</p> <p>G.S.3. Capacidad para pensar globalmente.</p> <p>G.S.4. Capacidad emprendedora.</p> <p>G.S.5. Capacidad de autoaprendizaje.</p> <p style="text-align: center;">Para la aplicabilidad</p> <p>G.A.1. Capacidad para operar con los conocimientos y habilidades adquiridos.</p> <p>G.A.2. Capacidad para aplicar los criterios cuantitativos y aspectos cualitativos en la toma de decisiones.</p> <p>G.A.4. Capacidad para entender y aplicar el concepto de <i>network</i>.</p>	<p>función del interlocutor y de definir un objetivo claro a comunicar o negociar.</p> <p>E.P.15. Adquirir la capacidad de expresar las ideas y emociones de manera oral y escrita, organizar actitudes y planificar estratégicamente las conductas.</p> <p>E.P.16. Adecuar el registro de comunicación a diferentes audiencias, conocer las diferencias de comunicación entre culturas y transmitir competencias multiculturales.</p> <p>E.P.19. Capacidad para adaptarse y gestionar cualquier actividad de negocio o comercio internacional en cualquier área de una organización.</p>
---	---

Las competencias indicadas anteriormente se interrelacionan con las competencias básicas recogidas en el RD 1393/2007, a saber:

- a. Competencia para la comprensión **de conocimientos, partiendo de la base de la educación secundaria general.**
- b. Competencia para la **aplicación de conocimientos** al trabajo diario en la gestión o el marketing internacionales, en particular, la competencia de elaboración y defensa de argumentos y de resolución de problemas.
- c. Competencia para **reunir e interpretar datos** relevantes, que permitan emitir juicios reflexivos sobre la realidad económica y social.
- d. Competencia para **comunicarse y transmitir información** (ideas, problemas, soluciones) a públicos especializados y no especializados.
- e. Competencia para **desarrollar actividades de aprendizaje** de forma relativamente autónoma.

Así, las competencias desarrolladas en la asignatura se estructuran entre aquellas que consideran un desarrollo o una concreción de las competencias básicas y aquellas que definen el perfil profesional del graduado, en lo que respecta tanto a competencias generales como específicas, y las competencias propias de la asignatura.

Competencia básica: **comprensión de conocimientos**

I. Competencias generales G.I.3, G.S.2, G.A.2

Competencia básica: **aplicación de conocimientos**

I. Competencias generales G.S.3

II. Competencias específicas E.P.12

Competencia básica: **comunicarse y transmitir información**

II. Competencias específicas E.P.13, E.P.15, E.P.16

Competencia básica: **desarrollar actividades de aprendizaje**

I. Competencias generales G.S.5

II. Competencias específicas E.P.12

Competencias que definen el perfil profesional no incluidas en las básicas

De un modo general, estas competencias tienen en común los siguientes elementos clave para conseguir la profesionalización del alumno en el ámbito de los negocios y el marketing internacionales:

- capacitar al alumno para su adaptación a equipos y entornos dinámicos;
- capacitar al alumno para que cree su propia visión integral del funcionamiento de un negocio o proyecto de marketing internacional;
- capacitar al alumno para la toma de decisiones complejas y los procesos de negociación.

I. Competencias generales G.I.5, G.P.1, G.P.2, G.S.4, G.A.1, G.A.4

II. Competencias específicas E.D.11, E.P.14, E.P.19

Resultados de aprendizaje

Aplicar criterios cuantitativos y aspectos cualitativos en la toma de decisiones. Introducir los elementos básicos de la comercialización y capacidad para planificar estrategias comerciales.

4. Contenidos

Negociación y comunicación comercial. Factores culturales y su influencia en la negociación. Criterios de referencia para estructurar negociaciones multiculturales. Estilos de negociación. Estructura y etapas del proceso de la negociación. La preparación de la negociación internacional. Desarrollo de las diferentes fases de la negociación. Aptitudes y actitudes básicas que deben desarrollarse para negociar eficientemente en el ámbito internacional. Estrategias y técnicas en el proceso de negociación internacional. La comunicación oral y escrita en la negociación internacional. Métodos de negociación de precios en el ámbito multicultural. Elección del país como territorio en la negociación internacional.

5. Evaluación

Competencias	Elementos de evaluación	Periodo temporal	Tipo de evaluación		Agente de evaluación			Evaluación	
			Obl	Opt	Docente	Autoev	Coev	Continua	Síntesis
G13 GP1 GA1 GS4	Formación de grupos	Semana 1	x		x			x	
EP12 G15 GS2 GS3	Ejercicio de precios con aplicación de incoterms	Semana 2	x		x	x		x	
EP14 EP19	Elección país negociación. Ejercicio de negociación	Semana 3	x		x	x		x	
ED11 GA1 GS4	Elección de empresa para presentación oral	Semana 4	x		x			x	
GP1 GP2	Elaboración powerpoint para presentación	Semana 5	x		x			x	
G15 EP15 EP16	Presentación oral empresa	Semana 6	x		x			x	
GA2	Ejercicios de	Semana	x		x	x		x	

EP19	negociación de precios	7							
GA4 GS3	Elección de país para trabajo escrito	Semana 8	x		x			x	
GS5 GA1 GA4 EP12	Análisis de diferencias culturales. Negociación país elegido	Semana 9	x		x			x	
EP15 EP16 EP12 EP13 EP14	Elaboración de estudio diferencias culturales	Semana 10	x		x			x	
		Examen							x

La evaluación del curso se fundamentará en cuatro calificaciones:

Examen final, elemento de síntesis: 60 %

La realización del examen final es condición necesaria para poder obtener una calificación cuantitativa del curso. En caso de no asistir al examen final, el estudiante obtendrá la calificación de "No presentado".

La nota mínima en el examen final, para que se consideren el resto de elementos de evaluación continua que configuran la calificación de la asignatura, será de 5,0 puntos. En caso de no alcanzar esta calificación mínima en el examen final, la nota de curso será exclusivamente la del examen final.

Elementos de evaluación continua:

Ejercicios presenciales y fuera del aula 10 %

Preparación y realización trabajo escrito diferencias culturales 15 %

Preparación y presentación oral negociación empresa 15 %

La nota mínima de los elementos de evaluación continua para poder asistir al examen final , será de 5.0 puntos.

Criterios de recuperación

Los elementos de evaluación continua no son recuperables.

Examen final, elemento de síntesis: 60 %

La realización del examen de recuperación, en caso de que no se haya superado la asignatura, es condición necesaria para poder obtener una calificación cuantitativa del curso.

La nota mínima en la recuperación del examen final, para que se consideren el resto de los elementos de evaluación continua que configuran la calificación de la asignatura, será de 5,0 puntos. En caso de no alcanzar esta calificación mínima en el examen de recuperación, la nota de curso será exclusivamente la del examen de recuperación.

Ejercicios y trabajos presenciales y fuera del aula 10 %
Se mantiene la nota de la convocatoria de curso.

Preparación y realización trabajo escrito diferencias culturales 15 %
Se mantiene la nota de la convocatoria de curso.

Preparación y presentación oral negociación empresa 15 %
Se mantiene la nota de la convocatoria de curso.

La copia y/o el plagio total o parcial en los trabajos y/o exámenes implicará suspender la asignatura con una calificación de cero sin derecho a recuperación, sin perjuicio de la aplicación de las demás sanciones previstas en el reglamento de Régimen disciplinario de los estudiantes de la Universitat Pompeu Fabra, en función de la gravedad de la infracción.

Trabajo de competencias y evaluación de resultados de aprendizaje:

	GI3	GI5	GP1	GP2	GS2	GS3	GS4	GS5	GA1	GA2	GA4
Semana 1	x		x				x		x		
Semana 2		x			x	x					
Semana 3											
Semana 4							x		x		
Semana 5			x	x							
Semana 6		x									
Semana 7										x	
Semana 8						x					x
Semana 9								x	x		x
Semana 10											
Examen final											

	EP12	EP13	EP14	EP15	EP16	EP19	ED11	Resultados de aprendizaje
Semana 1								x
Semana 2	x							x
Semana 3			x			x		x
Semana 4							x	x
Semana 5								x
Semana 6				x	x			x
Semana 7						x		x

Semana 8								X
Semana 9	X							X
Semana 10	X	X	X	X	X			X
Examen final								X

6. Bibliografía y recursos didácticos

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

-R. J. Lewicki, D. Saunders, B. Barry, *Essentials of Negotiation*, 6th Edition - Mc. Graw Hill (2015).

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- R. T. Moran, Neil Remington Abramson, Sarah V. Moran, *Managing Cultural Differences, Global Leadership for the 21st Century*. 10th Edition - Routledge, Taylor & Francis Group (2018).

RECURSOS DIDÁCTICOS

<https://www.wto.org/>

<https://www.hofstede-insights.com/>

<https://www.icex.es/>

<http://www.doingbusiness.org/>

<http://aduanas.camaras.org/>

<https://www.tariffnumber.com/>

<https://comtrade.un.org/db/>

7. Metodología

Sesiones magistrales: Se impartirán conocimientos teóricos y prácticos de la negociación internacional, planteando situaciones habituales en el entorno empresarial internacional. Se propondrán ejercicios y estudios analíticos de diferencias culturales y técnicas de negociación en diferentes áreas geográficas. Estas prácticas deberán realizarse individualmente o en equipo, según el caso, simulando la forma normal de actuación de un departamento internacional en una PYME.

Seminarios: Se analizarán los resultados de los ejercicios y las prácticas, haciendo hincapié en los errores comunes y dando la solución exacta cuando se trate de una solución cuantitativa, o bien las diversas soluciones válidas si es una solución cualitativa. Las presentaciones orales y la entrega del ejercicio de diferencias culturales en la negociación internacional se realizarán también durante los seminarios, según la programación de

actividades que se detalla a continuación.

Actividades fuera del aula: Se realizarán tanto los estudios analíticos como los ejercicios planteados en las sesiones magistrales, así como la preparación y realización de los dos trabajos obligatorios: presentación oral y ejercicio escrito.

8. Programación de actividades

29 horas presenciales: 20 horas de clases magistrales y 9 horas de seminarios.

69 horas de trabajo fuera del aula.

2 horas examen final.

Semana	Actividad en el aula/grupos/tipo de actividad	Actividad fuera del aula/grupos/tipo de actividad	Horas de trabajo fuera del aula
Semana 1	Clase magistral: Objetivos e introducción a la negociación internacional y diferencias culturales. Revisión incoterms y planteamiento de casos prácticos. Seminario: Análisis de los errores comunes de los casos prácticos.	Análisis y solución de casos prácticos. Formación de grupos.	6
Semana 2	Clase magistral: Cualidades, actitudes y aptitudes a desarrollar para negociar en el entorno internacional. Planteamiento de caso práctico y definición del país	Análisis y solución de casos prácticos. Búsqueda de diferencias culturales. Trabajo en grupo. Realización de trabajo escrito sobre las diferencias del país elegido.	8

	<p>objetivo para la búsqueda de diferencias culturales.</p> <p>Seminario: Análisis de los errores comunes de los casos prácticos. Definición de grupos. Preparación del trabajo en equipo.</p>		
Semana 3	<p>Clase magistral: Las fases del proceso de negociación internacional. Planteamiento de caso práctico de negociación de precios con aplicación de incoterms.</p> <p>Seminario: Análisis de los errores comunes de los casos prácticos. Entrega del trabajo escrito realizado en grupo.</p>	<p>Análisis y solución de casos prácticos. Trabajo en equipo.</p>	5
Semana 4	<p>Clase magistral: Estrategias y técnicas de negociación internacional. Preparación del trabajo oral. Planteamiento de ejercicios.</p> <p>Seminario: Análisis de los errores comunes</p>	<p>Análisis y solución de casos prácticos. Trabajo en equipo.</p> <p>Elección en equipo de la empresa para la presentación oral.</p>	8

	de los casos prácticos. Desarrollo de la solución.		
Semana 5	<p>Clase magistral: La negociación de precios en el ámbito internacional. Conceptos básicos para la realización del powerpoint de la presentación oral.</p> <p>Seminario: Análisis de los errores comunes de los casos prácticos. Desarrollo de la solución. Definición de las empresas elegidas. Análisis de su página web.</p>	Realización del powerpoint para la presentación oral, previo análisis de los productos y antecedentes de la empresa elegida. Preparación en grupo de la presentación.	10
Semana 6	<p>Clase magistral: La comunicación en la negociación internacional. Planteamiento de casos prácticos.</p> <p>Seminario: Presentación oral.</p>	Análisis y solución de casos prácticos. Trabajo en equipo.	5
Semana 7	<p>Clase magistral: El proceso de comunicación en la negociación internacional. Pautas para la contrastación de la fiabilidad en la elección del país.</p> <p>Seminario: Presentación oral.</p>	Análisis y solución de casos prácticos. Trabajo en equipo.	5

Semana 8	<p>Clase magistral: Bases para la negociación práctica. Actitud, imagen y otro tipo de comunicación no verbal. Pautas para el estudio de las diferencias culturales del país elegido.</p> <p>Seminario: Análisis de los errores comunes de los casos prácticos. Desarrollo de la solución. Definición del país definitivamente elegido por cada grupo. Análisis de la motivación de la elección.</p>	<p>Elección del país en equipo.</p> <p>Estudio de las diferencias culturales del país elegido.</p> <p>Trabajo en grupo. Resumen de las dimensiones de Hofstede.</p>	7
Semana 9	<p>Clase magistral: La negociación escrita. Situaciones habituales en un departamento internacional.</p> <p>Seminario: Presentación de los trabajos sobre las diferencias culturales del país elegido.</p>	<p>Realización del trabajo escrito definiendo: diferencias culturales (según Hofstede y las otras fuentes facilitadas).</p> <p>Análisis del enfoque de la negociación en el país elegido teniendo en cuenta no solo las diferencias culturales sino todos los conocimientos adquiridos.</p>	10
Semana 10	Clase magistral: Revisión de	Análisis individual de los conceptos	5

	conceptos básicos. Entrega de los trabajos escritos de negociación internacional.	revisados. Preparación final para el examen.	
Semana examen final			2