



Negociación Internacional

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
Negociación Internacional		Licenciatura	I5228
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
-		Especializante Obligatoria	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Estrategia de Negocios	Presencial	Curso-Taller	0 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

40	40	80	8
----	----	----	---

Trayectoria de la asignatura

Negocios Internacionales y Diferencias Culturales / Planeación Estratégica de la Mercadotecnia

Contenido del programa

Presentación

Que el alumno domine los diferentes aspectos culturales, sociales, históricos e ideológicos de las principales culturas, a fin de estar en condiciones favorables, dentro de las negociaciones internacionales.

Que el alumno conozca las características y herramientas básicas, así como las complementarias de la negociación.

Objetivos del programa

Objetivo general

Conocer y aplicar adecuadamente los factores de conducta social, y procesos individuales y su contexto social, cultural, político histórico e ideológico, aplicado a los negocios internacionales.

Contenido

Contenido temático

UNIDAD I.-Generalidades en los procedimientos de negociación internacional

UNIDAD II.-Técnicas y tácticas en la negociación internacional

UNIDAD III.-Estrategias para los procesos de negociación intercultural

UNIDAD IV.-Contratos internacionales, casos y prácticas de negociación internacional.

Contenido temático

UNIDAD I - Generalidades en los procedimientos de negociación internacional.

Objetivo: Conocer los principios y fundamentos elementales de la negociación. 8 horas.

1.1. Fundamentos de la negociación internacional

1.2. Modelos y principios de la negociación internacional

1.3. Etapas de la negociación internacional

1.4. Características de la negociación internacional

1.5. Proceso de la negociación internacional

UNIDAD II – Técnicas y tácticas en la negociación internacional.

Objetivo: Distinguir los conceptos entre técnicas, tácticas y estrategias, y su aplicación en un caso práctico. 10 horas.

2.1. Técnicas en la negociación internacional

2.2. Tácticas y estrategias en la negociación internacional

2.3. Limitaciones al negociar internacionalmente

2.4. Intermediación en la negociación internacional

UNIDAD III - Estrategias para los procesos de negociación intercultural.

Objetivo: Conocer, entender y aplicar las diferentes culturas empresariales de los principales países. 12 horas.

3.1. Aspectos culturales en la negociación internacional

3.2. Negociando con otras culturas

3.3. Dificultades y ventajas culturales

3.4. El negociador mexicano.

UNIDAD IV – Contratos internacionales, casos y prácticas de negociación internacional.

Objetivo: Simulación de negociación con diferentes culturas de los principales países. 10 horas.

4.1. Aspectos técnicos y logísticos.

4.2. Incoterms.

4.3. Cláusulas de contratos internacionales.

4.4 Condiciones de contratos internacionales.

Actividades prácticas

Participación activa en los talleres de negociación, dentro de la semana de Negomarket. Objetivo: poner en práctica lo aprendido en la aula.

Metodología

Analítico, deductivo, descriptivo, talleres, vídeo conferencias, estudio de casos.

Pintarrón, diapositivas, películas, libros de texto, revistas.

Evaluación

Exámenes parciales 40%.

Proyecto de negociación 40%.

Investigación 20%.

Total 100%

NOTA: Los exámenes se pueden aplicar en formato electrónico (plataforma), cualquier día y cualquier hora de la semana.

=====

Calendario Ciclo Escolar 2025 B

Inicio de clases: el 11 de agosto 2025

Fin de clases presenciales o virtuales: 9 de diciembre 2025

Registro y publicación de evaluación continua ORDINARIO: 9 de diciembre 2025

Registro y publicación de evaluación continua EXTRAORDINARIO: 12 de diciembre 2025

Descarga de reporte de calificaciones y entrega al departamento, 12 de diciembre 2025

VACACIONES DE INVIERNO: del 20 de diciembre al 7 de enero 2026

DÍAS NO LABORABLES: 16 de septiembre, 12 de octubre, 2 y 17 de noviembre.

PRUEBA DE APTITUD: sábado 8 de noviembre (suspensión de clases el viernes 7 a partir de las 15:00 horas).

NEGOMARKET: del 10 al 15 de noviembre 2025

Bibliografías

Bibliografía

Libro

Negotiating Skills for Managers

Steven Cohen (2002) McGraw Hill No. Ed 1ra. Edición

ISBN: 9780071387576

Libro

Negociar, las claves para triunfar

Maubert, Jean-Francois (2006) Ed. Alfaomega No. Ed 2da Edición

ISBN: 9701511883

Libro

International Business Law: A Transactional Approach, 2nd Edition

DiMatteo, Larry (2006) Cengage Learning No. Ed 2da Edición

ISBN: 0324204914

Libro

Técnicas de negociación, cómo negociar eficaz y exitosamente.

Ovejero Bernal, Anastasio (2004) Ed. McGraw-Hill/Interamer No. Ed

ISBN:

Libro

Negociación Exitosa, Estrategias y Tácticas Efectivas para Negociar

Maddux, Robert B. (1999) Ed. Trillas No. Ed

ISBN:

Libro

Mapas Mentales para los Negocios

Buzan Tony (2012) Patria No. Ed 2da. Edición

ISBN: 978-607-438-251-8

Libro

Negociación Internacional

Llamazares García Olegario (2015) Global Marketing No. Ed 1º

ISBN: 978-84-943909-1-3

Otros materiales

Revista: The Art and Economics of International Negotiations: Haggling Meets Culture

Descripción: Este artículo ofrece un modelo teórico que se centra en el comportamiento de negociación cultural y examina las diferencias entre estilos de negociación en diversas culturas, incluyendo Estados Unidos, Japón y Brasil

Revista: International Negotiation Prototypes: The Impact of Culture

Descripción: Este estudio explora cómo la cultura influye en los patrones de negociación, identificando diferentes prototipos de negociación y su efectividad en contextos internacionales

Revista: Negotiating in a Multicultural Environment: Strategies for Success

Descripción: Analiza las estrategias efectivas para negociar en entornos multiculturales, destacando la importancia de la adaptabilidad y la comprensión cultural

Revista: Cross-Cultural Negotiation: A Review of the Literature

Descripción: Este artículo revisa la literatura sobre negociación intercultural, proporcionando un marco para entender cómo las diferencias culturales afectan el proceso de negociación

Revista: Negotiation Styles Across Cultures: A Comparative Analysis

Descripción: Un análisis comparativo de los estilos de negociación en diferentes culturas, discutiendo cómo estos estilos pueden influir en el éxito de las negociaciones internacionales.

Revista: The Role of Trust in International Negotiations

Descripción: Explora cómo la confianza afecta las negociaciones internacionales y propone estrategias para construir y mantener la confianza entre las partes negociadoras.

Revista: The Influence of National Culture on Negotiation Outcomes

Descripción: Este artículo investiga cómo la cultura nacional impacta los resultados de las negociaciones, utilizando estudios de caso para ilustrar sus hallazgos.

Revista: Effective Communication in International Negotiations

Descripción: Discute la importancia de la comunicación efectiva en negociaciones internacionales y ofrece recomendaciones sobre cómo mejorar las habilidades comunicativas

Revista: Conflict Resolution Strategies in International Negotiations

Descripción: Examina diferentes estrategias de resolución de conflictos que pueden ser utilizadas en negociaciones internacionales, analizando su efectividad en diversos contextos.

Revista: The Dynamics of Power in International Negotiations

Descripción: Este artículo analiza cómo las dinámicas de poder influyen en el proceso de negociación internacional y cómo las partes pueden manejar estas dinámicas para lograr resultados favorables.

Perfil del profesor

Estudios de maestría en las áreas económico administrativas. Amplia experiencia y características de un negociador exitoso, en campo y pericia, conocer las variables de la relación interpersonal.

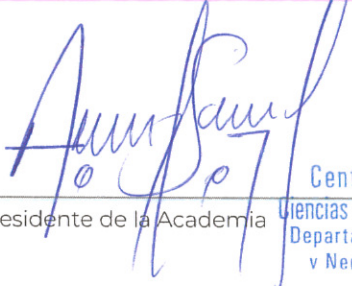
Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco, 7 de agosto 2025

Instancias que aprobaron el programa

Aprobado por Colegio Departamental el 7 de agosto 2025

Academia de Estrategia y Consultoría de Mercados

		
Presidente de la Academia	Centro Universitario de Ciencias Económicas Administrativas Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales	Jefe del Departamento