

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Técnicas de venta y negociación.
<b>Titulación</b>	Máster Universitario en Dirección Comercial y Ventas
<b>Facultad</b>	Facultad Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
<b>Curso</b>	1º
<b>ECTS</b>	6 ECTS (150H)
<b>Carácter</b>	OBLIGATORIO
<b>Idioma</b>	Español
<b>Modalidad</b>	Virtual / Presencial
<b>Unidad temporal</b>	Semestre 2
<b>Curso académico</b>	2024-2025
<b>Docente coordinador</b>	Patricia Camacho
<b>Docente / Teacher</b>	Ángel Moreno / Patricia Camacho

## 2. PRESENTACIÓN

En el módulo de Técnicas de venta y negociación, se analizarán en profundidad las diferentes técnicas de venta, comenzando por los aspectos más importantes de todo el proceso, haciendo un recorrido minucioso por todas las etapas desde la preparación de una entrevista de ventas, cierre y manejo de objeciones, hasta las diferentes técnicas de negociación, incluyendo la negociación internacional, y la venta estratégica en entornos complejos.

## 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### CONOCIMIENTOS

- CON1 Reconocer las técnicas de gestión y planificación de equipos de venta.
  - Descubrir las habilidades sociales en la gestión de reuniones comerciales, identificando la diferencia entre comunicación verbal y no verbal
- CON4 Reconocer los elementos de negociación profesional en cada fase del proceso de venta, mediante técnicas avanzadas de simulación y neuro-negociación.
- CON5 Describir los elementos y la estructura de un plan de ventas

### HABILIDADES

- HAB1 Aplicar las habilidades interpersonales para persuadir sobre las ventajas de un producto o servicio.
  - Utilizar los elementos de la negociación
  - Formular la entrevista comercial: argumentario, fases y cierre de ventas.
- HAB2 Aplicar las técnicas de investigación de mercado para predecir el comportamiento de compra del consumidor
  - Discriminar las fases de captación, retención y recuperación de clientes, y analizar la rentabilidad por tipología de cliente
- HAB3 Elaborar acciones comerciales coherentes con la estrategia de la compañía y las necesidades

de los clientes

- Organizar una estrategia de venta omnicanal.
- HAB6 Utilizar técnicas de presentación y defensa de propuestas creativas

## COMPETENCIAS

- CP1 Diseñar y evaluar ofertas comerciales a partir del análisis de las oportunidades de mercado y las capacidades de la empresa
- CP2 Elaborar y evaluar un argumento de ventas alineado con los objetivos de la empresa y las necesidades del consumidor.
- CP7 Investigar y analizar las relaciones entre las marcas y los consumidores, utilizando las nuevas aplicaciones informáticas como fuentes de información sobre el comportamiento de compra del consumidor.
- CP10 Predecir el comportamiento de compra del consumidor, analizando grandes volúmenes de datos

## 4. CONTENIDOS

- Habilidades sociales en la gestión de reuniones comerciales y la importancia de la comunicación verbal y no verbal.
- Tipologías de clientes y diferentes técnicas de negociación y persuasión.
- Elementos de la negociación
- Preparación de la entrevista comercial: argumentario, fases y cierre de ventas.
- Fases de captación, retención y recuperación de clientes.
- Estrategia de venta omnicanal.

## 5. METODOLOGÍAS DOCENTES

- Clase magistral
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- Entornos de simulación

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

### Modalidad virtual:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Clases virtuales	22
Análisis de casos	15
Elaboración de informes y escritos	6
Investigaciones y proyectos	21

Estudios de contenidos y documentación complementaria (Trabajo Autónomo)	50
Tutoría académica virtual síncrona	18
Foro virtual	8
Pruebas de evaluación virtuales	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

#### Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Seminarios de aplicación práctica	22
Análisis de casos	15
Elaboración de informes escritos	6
Investigaciones y proyectos	21
Trabajo autónomo	50
Tutoría	18
Debates y coloquios	8
Pruebas de evaluación presenciales	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

Las pruebas de conocimiento son presenciales en modalidad presencial y virtuales en modalidad virtual y supondrán el 60% de la calificación final de la materia.

Sistema de evaluación: se aplicará el sistema de evaluación continua por materia a lo largo de las diferentes unidades de aprendizaje, ponderando y valorando de forma integral los resultados de aprendizaje obtenidos por el alumno por medio de los procedimientos de evaluación indicados.

#### Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación virtuales	60%
Exposiciones orales	5%
Informes y escritos	20%
Caso / problema	15

#### Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
-----------------------	------

Pruebas evaluación presenciales	60%
Exposiciones orales	5%
Informes y escritos	20%
Caso/problema	15%

La evaluación concluye con un reconocimiento sobre el nivel de aprendizaje conseguido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

El nivel de aprendizaje conseguido por los estudiantes en cada una de las materias del programa formativo se expresará con calificaciones numéricas en función de la siguiente escala de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

- 0,0 a 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 a 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 a 8,9 Notable (NT)
- 9,0 a 10 Sobresaliente (SB)

### 7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

### 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

## 8. CRONOGRAMA

MODALIDAD VIRTUAL	
Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Los cimientos de la venta y de la negociación	Semana 38
Actividad 2: Valor y ventas	Semana 40
Actividad 3: La negociación exitosa	Semana 41
Actividad 4: Estrategias omnicanal	Semana 43
Actividad 5: Prueba de evaluación	Semana 45

MODALIDAD PRESENCIAL	
Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Los cimientos de la venta y de la negociación	Semana 38
Actividad 2: Valor y ventas	Semana 40
Actividad 3: La negociación exitosa	Semana 41
Actividad 4: Estrategias omnicanal	Semana 43
Actividad 5: prueba de evaluación	Semana 45

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

### Unidad 7

- Cohen, S. (2014). El negociador práctico. Madrid: Aguilar.
- Dugas, L. & Jourdan, B. (2010) La venta compleja. Madrid: Pirámide.
- García, L.M. (2009). + Ventas. Madrid: ESIC. 3ª edición.
- Granchi, G. y Pirovano, F. (2008). Mejora tus ventas con la PNL. De Vecchi Ediciones.
- Lindstrom, M. (2008). Buyology. Barcelona: Gestión 2000.
- Malhotra, D. (2016). Negociar lo imposible: cómo destrabar y resolver conflictos difíciles. Madrid: Empresa Activa.
- Malhotra, D. & Bazerman, M. (2013). El negociador genial. Madrid: Empresa Activa
- O'Connor, J. y Prior R. (1998). La venta con PNL. Desarrolle sus habilidades para utilizar con éxito el nuevo modelo de venta. Madrid: Ediciones Urano.
- Roiz, M. (1996). Técnicas modernas de persuasión. Madrid: Pirámide.
- Pinto, S. (2016). Cómo preparar ofertas comerciales. Con profesionalidad, impacto y eficacia. Madrid: FC Editorial.
- Puchol, L. (2005). El libro de la negociación. Madrid: Díaz de Santos.
- Viciano, A. (2009) La venta: fundamentos para su gestión. IC Editorial.
- VV.AA. (2016). Controla el estrés en el trabajo: renueva tu energía, reduce la carga, logra el equilibrio. Editorial Reverte management.

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:  
[orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## **11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN**

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.