

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Técnicas de venta y negociación.
Titulación	Máster Universitario en Dirección Comercial y Ventas
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	1º
ECTS	6 ECTS
Carácter	OBLIGATORIO
Idioma/s	CASTELLANO
Modalidad	100% ONLINE
Semestre	1º
Curso académico	2022-2023
Docente coordinador	Sergio Gómez Valverde
Docente	Eduardo Correa Lázaro

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. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas y generales:

- CB3. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB4. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CG1. Proponer soluciones innovadoras a los problemas detectados en las empresas, en el contexto del área comercial y ventas, aplicando los conocimientos y habilidades adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos, incluyendo contextos de carácter profesional especializado.
- CG5. Aplicar, analizar y discriminar los recursos tecnológicos con diferentes fines, objetivos y aplicabilidades en el contexto del área comercial y de las ventas.

Competencias transversales:

- CT1. Creatividad. Capacidad para crear ideas nuevas, llegar a conclusiones o resolver problemas de una forma original. Requiere del conocimiento, curiosidad, imaginación y evaluación de

alternativas. El nivel más fundamental de la creatividad se manifiesta como el descubrimiento y el más alto como la innovación.

- CT2. Comunicación estratégica. Capacidad para transmitir de manera eficaz mensajes (ideas, conocimientos, sentimientos, argumentos), tanto de forma oral como escrita, de tal manera que se alineen de manera estratégica los intereses de los distintos agentes implicados en la comunicación.
- CT7. Resiliencia. Capacidad de las personas para adaptarse a situaciones adversas, inesperadas, que causen estrés, ya sean personales o profesionales, superándolas e incluso convirtiéndolas en oportunidades de cambio positivo. Esta capacidad se traduce en un crecimiento profundo de la persona, haciéndoles conocer sus limitaciones, salir de su zona de confort, aprender de los obstáculos, desarrollar su inteligencia emocional y aprender a ser perseverantes ante situaciones difíciles.

Competencias específicas:

- CE10. Capacidad para analizar y evaluar el resultado económico- financiero de cada acción comercial, así como el impacto en el beneficio total de la compañía a corto y largo plazo.
- CE11. Capacidad para evaluar e interpretar la comunicación no verbal, desarrollando una comunicación comercial eficaz y profesional, mediante la generación de mensajes efectivos y el uso de los canales adecuados, todo ello adaptado al público objetivo, para maximizar el impacto de las comunicaciones.
- CE14 Aplicar de forma global, multidisciplinar e integradora los conocimientos, habilidades y competencias en el desarrollo práctico y sistematizado de un proyecto de negocio / Trabajo Fin de Master, en la parte específica de la dirección comercial y el plan de ventas.

Resultados de aprendizaje:

- RA1. Descubrir las habilidades sociales en la gestión de reuniones comerciales, identificando la diferencia entre comunicación verbal y no verbal.
- RA2. Distinguir tipologías de clientes, key account management, y adaptar las técnicas de negociación y persuasión a cada caso.
- RA3. Valorar los elementos de la negociación
- RA4. Formular la entrevista comercial: argumentario, fases y cierre de ventas.
- RA5. Discriminar las fases de captación, retención y recuperación de clientes, y analizar la rentabilidad por tipología de cliente
- RA6. Organizar una estrategia de venta omnicanal.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
<p>Competencias básicas y generales: CB3, CB4, CG1, CG5</p>	<p>RA1. Descubrir las habilidades sociales en la gestión de reuniones comerciales, identificando la diferencia entre comunicación verbal y no verbal.</p>

Competencias transversales: CT1, CT2, CT7	RA2. Distinguir tipologías de clientes, key account management, y adaptar las técnicas de negociación y persuasión a cada caso. RA3. Valorar los elementos de la negociación
Competencias específicas: CE10, CE11, CE14	RA4. Formular la entrevista comercial: argumentario, fases y cierre de ventas. RA5. Discriminar las fases de captación, retención y recuperación de clientes, y analizar la rentabilidad por tipología de cliente RA6. Organizar una estrategia de venta omnicanal.

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. Móviles y apps.
- Integración estrategia de ventas online vs offline.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- 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 online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Clases virtuales	22
Análisis de casos	15
Exposiciones orales de trabajos	6
Elaboración de informes y escritos	21
Estudios de contenidos y documentación complementaria	50

Tutoría virtual	18
Foro virtual	8
Pruebas presenciales de conocimiento	2
Clases magistrales	8
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Informes y escritos	20%
Caso/problema	10%
Exposiciones orales	10%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

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 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 actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Los cimientos de la venta y de la negociación	Semana 26
Actividad 2: Valor y ventas	Semana 28
Actividad 3: La negociación exitosa	Semana 30
Actividad 4: Estrategias omnicanal	Semana 32
Actividad 5: prueba de conocimiento	Semana 32

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

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- 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 ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

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.