

Tecnológico Nacional de México
Dirección Académica

Instrumentación Didáctica para la Formación y Desarrollo de Competencias Profesionales

Periodo Febrero- Junio 2026

Nombre de la Asignatura: Dirección Comercial y Estrategia de Negociación

Plan de Estudios: IGEM 2009-2010

Clave de la Asignatura: ICF-24- 05

Horas teoría-horas prácticas-Créditos: 3-2-5

1. Caracterización de la asignatura:

Aportación al perfil del Ing. en Gestión Empresarial: La asignatura de Dirección Comercial y Estrategias de Negociación se enfoca en proporcionar a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarios para desarrollar estrategias efectivas de comercialización y negociación en el ámbito empresarial. A lo largo del curso, los estudiantes explorarán los fundamentos teóricos y prácticos de la dirección comercial, así como las técnicas y tácticas de negociación utilizadas en diferentes contextos empresariales.

Importancia de la Asignatura: La materia de Dirección Comercial y estrategias de negociación, forma parte del módulo Innovación, Gestión y cadena de suministro empresarial, dirigida a los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial. Viene a contribuir en la formación integral de los estudiantes al proporcionarle los conocimientos, habilidades, actitudes y aptitudes que les posibilitarán conocer que es la dirección comercial, la importancia del análisis de su entorno para el desarrollo de estrategias de posicionamiento, así como la planificación comercial y cuáles son las técnicas de negociación para finalmente conocer el proceso y las tácticas de negociación comercial.

Integración de temas de la asignatura: El primer tema trata de los Fundamentos de Dirección Comercial, El segundo tema aborda la Planificación Comercial, El tercero habla acerca de las Técnicas de Negociación, El último tema abarca Negociación Comercial

- **Relación con otras asignaturas:** Habilidades Directivas II en la unidad dos denominada manejo de conflictos en los temas: Etapas de conflicto, Mecanismos para la resolución de conflictos, La negociación, Bases para la negociación, Proceso

Julio 2017

para la negociación exitosa, Formas eficientes del manejo del conflicto, La negociación en diferentes contextos sociales y con Mercadotecnia en la unidad dos con los temas el microentorno y macroentorno de la empresa en la unidad tres con Mercados de Consumo y de negocios, comportamiento de compra y segmentación.

2. Intención didáctica:

Explicar claramente la forma de tratar la asignatura de tal manera que oriente las actividades de enseñanza y aprendizaje: debe ser abordada de manera integral, combinando teoría, práctica y reflexión para garantizar que los estudiantes adquieran tanto los conocimientos como las habilidades necesarias para desempeñarse en un entorno empresarial competitivo. En el primer tema se abordan los fundamentos de la dirección comercial, en el segundo tema la planeación comercial, en el tercer tema técnicas de negociación y en el cuarto tema negociación comercial.

La manera de abordar los contenidos. El programa de la asignatura de Dirección Comercial y estrategias de negociación se presenta con un esquema integral, que contempla los fundamentos de Dirección comercial, la planeación, técnicas de negociación y por último lo que es la negociación comercial, se organiza en cuatro temas, en los cuales se incluyen aspectos teóricos y de aplicación.

El enfoque con que deben ser tratados. La Dirección Comercial y estrategias de negociación demandan la integración de conocimientos de materias previas que proporcionan los fundamentos necesarios para que el resultado del mismo sea una estructura integral y funcional adecuada a las exigencias de este mundo globalizado

La extensión y la profundidad de los mismos. Se requiere que el facilitador cuente con el dominio de los temas y la experiencia profesional, demostrando que se encuentra inmerso en el sector empresarial donde aplica los conocimientos sobre la dirección comercial y la aplicación de técnicas de negociación, enseñados en el aula.

Que actividades del estudiante se deben resaltar para el desarrollo de competencias genéricas. Exposición en clase, técnica de aprendizaje basada en investigaciones, ensayo, examen, mapa conceptual, investigaciones y análisis de casos de éxito, informe, casos, prácticas.

Que competencias genéricas se están desarrollando con el tratamiento de los contenidos de la asignatura. Capacidad de análisis y síntesis, solución de Problemas, habilidad para búsqueda de información, capacidad para trabajar en equipo, habilidades en el uso de las tecnologías y de la información, toma de decisiones.

De manera general explicar el papel que debe desempeñar el (la) profesor(a) para el desarrollo de la asignatura. Tiene un papel crucial, ya que está formando a los estudiantes en habilidades prácticas y estratégicas fundamentales para el mundo empresarial. El profesor debe ser un líder, facilitador y mentor, capaz de conectar la teoría con la práctica y de preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos de la dirección comercial y la negociación estratégica en un entorno globalizado y competitivo.

3. Competencia de la asignatura:

Capacitar a los estudiantes para que diseñen y ejecuten estrategias de comercialización eficaces, así como para negociar de manera exitosa en diversos escenarios empresariales, considerando tanto los aspectos teóricos como prácticos de la dirección comercial y la negociación.

4. Análisis por competencias específicas:

Competencia No.	1	Descripción	
		Analizar el entorno empresarial, identificar oportunidades y desafíos en el mercado, segmentar adecuadamente los mercados, seleccionar públicos objetivo pertinentes y desarrollar estrategias de posicionamiento sólidas que les permitan alcanzar objetivos comerciales de manera efectiva.	

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
1.Fundamentos de Dirección Comercial	Encuadre.	• El docente realiza el encuadre de la materia cubriendo los siguientes puntos: introducción de la materia, el temario, los indicadores de aprendizaje		12- 8
1.1 Introducción a la dirección	•Los estudiantes van a tener disponible la información proporcionada por el docente en el encuadre en			

Julio 2017

1.2 Análisis del entorno de marketing 1.3 Segmentación de mercados y selección de target 1.4 Desarrollo de estrategias de posicionamiento	comercial la plataforma educativa classroom. <ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes deben de responder la evaluación diagnostica en línea. 	de cada unidad, bibliografía y la competencia de la materia. <ul style="list-style-type: none"> • El docente aplica la evaluación diagnostica en línea. 		
	Los estudiantes deben de estar en clases y ser participes de estas. <ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes realizan de manera individual un mapa conceptual sobre los fundamentos de la dirección comercial. Los estudiantes se forman en equipos, seleccionan una empresa de la región e investigan: <ul style="list-style-type: none"> • Su mercado objetivo. • Su propuesta de valor. • Su posición frente a la competencia. Los estudiantes integrados en equipos analizan un caso práctico , donde: <ul style="list-style-type: none"> • Se identifique el 	<ul style="list-style-type: none"> • El docente aborda los temas contenidos en la unidad. <ul style="list-style-type: none"> • El docente solicita a los estudiantes que de manera individual realicen mapa conceptual sobre los fundamentos de la dirección comercial El docente solicita a los estudiantes que se formen en equipos, seleccionen una empresa de la región e investigan: <ul style="list-style-type: none"> • Su mercado objetivo. • Su propuesta de valor. • Su posición frente a la competencia. El docente solicita a los estudiantes que integrados en equipos analicen un caso práctico , donde: <ul style="list-style-type: none"> • Se identifique el 	Capacidad de comunicación oral. Capacidad de comunicación escrita Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad para identificar, plantear y resolver	

	<p>entorno de marketing de una empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se realice una segmentación de mercado. • Se proponga un mercado meta. • Se diseñe una estrategia básica de posicionamiento. 	<p>entorno de marketing de una empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se realice una segmentación de mercado. • Se proponga un mercado meta. • Se diseñe una estrategia básica de posicionamiento. <p>Todas las actividades aquí mencionadas deben de ser subidas a classroom de manera individual por los estudiantes.</p>	<p>problemas.</p>	
--	--	---	-------------------	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
a) Capacidad de análisis y síntesis. Los estudiantes de forma individual realizan una investigación de una empresa de la región: su mercado objetivo, su propuesta de valor y su posición frente a la competencia.	40%
b) Capacidad de análisis y síntesis. Los estudiantes de forma individual realizan un mapa conceptual sobre los fundamentos de la dirección comercial.	20%
c) Capacidad de análisis. Los estudiantes integrados en equipos analizan un caso práctico , en el cual: identifican el entorno de marketing de una empresa, una segmentación de mercado, se proponga un mercado meta, se diseñe una estrategia básica de posicionamiento.	40%

Niveles de desempeño :

Julio 2017

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. 2. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía. 3. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo. 4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista. 5. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y 	95-100

		<p>actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>6. Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación :

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Investigación (lista de cotejo)	40	38 -40	35-37	32-34	29 - 31	N. A.	Capacidad de análisis y síntesis. Los estudiantes de forma individual realizan una investigación de una empresa de la región: su mercado objetivo, su propuesta de valor y su posición frente a la competencia
Mapa conceptual (lista de cotejo)	20	18- 20	15-17	12-14	9 -11	N.A	Capacidad de análisis y síntesis. Los estudiantes de forma individual realizan un mapa conceptual sobre los fundamentos de la dirección comercial.

Julio 2017

Análisis de caso (lista de cotejo)	40	38-40	35-37	32-34	29-31	N. A.	Capacidad de análisis. Los estudiantes integrados en equipos analizan un caso práctico, en el cual: identifican el entorno de marketing de una empresa, una segmentación de mercado, se proponga un mercado meta, se diseñe una estrategia básica de posicionamiento
Total	100						

1. Análisis por competencias específicas:

Competencia No.	1	Descripción
		Desarrolla planes de marketing integrales, adaptados a las necesidades y objetivos de una organización, utiliza herramientas de análisis para evaluar la eficacia de sus estrategias comerciales.

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
2. Planeación Comercial 2.1 Elaboración de planes de marketing 2.2 Marketing mix: producto, precio, distribución y promoción 2.3 Marketing digital y redes sociales 2.4 Medición y análisis de resultados en marketing	Se informa a los estudiantes la manera en que se evaluarán las actividades de esta unidad. Los estudiantes individualmente elaboren un mapa conceptual sobre la planeación comercial y el marketing mix. Los estudiantes integrados en equipos elaboren plan de marketing por equipos , donde: <ul style="list-style-type: none"> • Se defina un producto o servicio. • Se establezcan objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> • El docente aborda los temas contenidos en la unidad. El docente solicita a los estudiantes que individualmente elaboren un mapa conceptual sobre la planeación comercial y el marketing mix. El docente solicita a los estudiantes que integrados en equipos elaboren plan de marketing por equipos , donde: <ul style="list-style-type: none"> • Se defina un 	Capacidad de análisis y síntesis Capacidad de organizar y planificar. Comunicación oral y escrita. Habilidad para trabajar en forma autónoma. Capacidad de organizar y planificar. Comunicación oral y escrita Habilidad para trabajar en forma autónoma. Capacidad de análisis y síntesis Capacidad de organizar y planificar. Comunicación oral y escrita. Habilidades de gestión de	12 - 8

Julio 2017

	<ul style="list-style-type: none"> comerciales. Se diseñen estrategias de producto, precio, distribución y promoción. Se incluyan acciones en redes sociales. <p>Los estudiantes integrados en equipos exponen del plan de marketing elaborado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> producto o servicio. Se establezcan objetivos comerciales. Se diseñen estrategias de producto, precio, distribución y promoción. Se incluyan acciones en redes sociales. <p>El docente solicita a los estudiantes que por equipo expongan del plan de marketing elaborado.</p> <p>Todas las actividades aquí mencionadas deben de ser subidas a classroom de manera individual por los estudiantes.</p>	<p>Información</p> <p>Capacidad de organizar y planificar.</p> <p>Comunicación oral y escrita.</p> <p>Habilidad en el manejo de las TIC's</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Habilidad para trabajar en forma autónoma.</p>	
--	---	---	---	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
a) Los estudiantes realizan de manera individual un mapa conceptual sobre la planeación comercial y el marketing mix.	20%
b) Los estudiantes integrados en equipos presentan un plan de marketing digital	50%
c) Los estudiantes formados en equipos haciendo uso de las Tic's exponen el plan de marketing digital	30%

Niveles de desempeño :

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <ol style="list-style-type: none"> Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica 	95-100

Julio 2017

		<p>4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>5. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>6. Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación:

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance	Evaluación formativa de la
--------------------------	---	----------------------	----------------------------

Julio 2017

		A	B	C	D	N	competencia
Mapa Conceptual (Lista de cotejo)	20	18-20	15-17	12-14	09-11	N. A.	Los estudiantes realizan de manera individual un mapa conceptual sobre la planeación comercial y el marketing mix.
Plan de Marketing (lista de cotejo)	50	48 – 50	45 -47	42 -44	39 -41	N. A.	Los estudiantes integrados en equipos presentan un plan de marketing digital
Exposición (Guía de Observación)	30	28 – 30	35 -37	32 -34	29 -31	N. A.	Los estudiantes formados en equipos haciendo uso de las Tic's exponen el plan de marketing digital
Total	100						

7. Análisis por competencias específicas:

Competencia No.	1	Descripción	Aplica técnicas apropiadas para lograr acuerdos mutuamente beneficiosos y gestionar eficazmente los conflictos.
-----------------	---	-------------	---

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
3.Técnicas de Negociación	Los estudiantes se integran en equipos, investigan y exponen el tema asignado por el docente.	El docente solicita a los estudiantes que se integren en equipos y distribuye temas para que ellos expongan		12 - 8
3.1 Principios básicos de negociación				
3.2 Estilos y estrategias de negociación	Los estudiantes integrados en equipos realicen una simulación de una negociación comercial , en la que:	El docente solicita a los estudiantes que integrados en equipos realicen una simulación de una negociación comercial , en la que:	Habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de diversas fuentes.	
3.3 Comunicación efectiva en la negociación	<ul style="list-style-type: none"> • Se asignen roles (empresa, cliente, proveedor). • Se practiquen 	<ul style="list-style-type: none"> • Se asignen roles (empresa, cliente, proveedor). • Se practiquen 		
3.4 Gestión de conflictos			capacidad para buscar,	

Julio 2017

resolución de disputas	<ul style="list-style-type: none"> • técnicas de comunicación efectiva. • Se busque un acuerdo beneficioso para ambas partes 	<ul style="list-style-type: none"> • Se practiquen técnicas de comunicación efectiva. • Se busque un acuerdo beneficioso para ambas partes 	<p>procesar y analizar información.</p> <p>Habilidad de expresión oral y escrita.</p> <p>Habilidad para trabajar en equipo.</p>	
	<p>Los estudiantes deben de participar en las actividades solicitadas por el docente (test estilos de aprendizaje, actividades de comunicación, estudios de casos de situaciones difíciles en el ámbito empresarial)</p>	<p>El docente va a solicitar a los estudiantes que participen en las actividades solicitadas en el aula (test estilos de aprendizaje, actividades de comunicación, estudios de casos de situaciones difíciles en el ámbito empresarial)</p> <p>Todas las actividades aquí mencionadas deben de ser subidas a classroom de manera individual por los estudiantes.</p>		

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
a) Exposición en equipo. Realizar por equipo una exposición haciendo uso de las TIC's, en la cual presentan el tema asignado	30%
b) Capacidad de análisis y negociación. Los estudiantes integrados en equipos realicen una simulación de una negociación comercial	40%
c) Participación los estudiantes deben de mostrando un buen desempeño, actitud de trabajo individual y por equipo, demostrada durante las clases en las actividades solicitadas.	30%

Niveles de desempeño :

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. 2. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía. 3. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo. 	95-100

Julio 2017

		<p>4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>5. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>6. Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación :

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance	Evaluación formativa de la
--------------------------	---	----------------------	----------------------------

Julio 2017

		A	B	C	D	N	competencia
Exposición (guía de observación)	40	38-40	35-37	32-34	29-31	N. A.	Exposición en equipo. Realizar por equipo una exposición haciendo uso de las TIC's, en la cual presentan el tema asignado
Simulación de una negociación (guía de observación)	30	28 -30	25-27	22-24	19 - 21	N. A.	Capacidad de análisis y negociación. Los estudiantes integrados en equipos realicen una simulación de una negociación comercial
Participación (guía de observación)	30	28 -30	25-27	22-24	19 - 21	N. A.	Participación los estudiantes deben de mostrando un buen desempeño, actitud de trabajo individual y por equipo, demostrada durante las clases en las actividades solicitadas.
Total	100						

7. Análisis por competencias específicas:

Competencia No.	1	Descripción	Aplica a través de un enfoque práctico y teórico, los estudiantes aprenderán a manejar el proceso de negociación comercial de manera efectiva, aplicando tácticas y estrategias para cerrar acuerdos beneficiosos
-----------------	---	-------------	---

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
4.Negociación comercial	Se informa a los estudiantes la manera en que se evaluaran las actividades de esta unidad.	El docente aborda los temas contenidos en la unidad.	Capacidad de análisis y síntesis	12 - 8
4.1 Proceso de negociación comercial	Los estudiantes elaboran un diagrama del proceso de negociación comercial , identificando cada etapa.	El docente solicita a los estudiantes que elaboren de un diagrama del proceso de negociación comercial , identificando cada etapa.	Capacidad de organizar y planificar. Comunicación oral y escrita. Habilidades de gestión de Información	
4.2 Tácticas de negociación para cerrar acuerdos			Capacidad de análisis y síntesis Capacidad de organizar y	

Julio 2017

<p>4.3 Negociación internacional y culturas empresariales</p>	<p>Los estudiantes realizan un análisis en equipos de un caso práctico, donde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se identifique el tipo de negociación. • Se apliquen tácticas de cierre. 	<p>El docente solicita a los estudiantes que realicen un análisis en equipos de un caso práctico, donde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se identifique el tipo de negociación. • Se apliquen tácticas de cierre. • Se analicen aspectos culturales y éticos. 	<p>planificar. Comunicación oral y escrita. Habilidades de gestión de Información</p>	
<p>4.4 Ética en la negociación comercial</p>	<p>Se analizan aspectos culturales y éticos.</p> <p>Los estudiantes que realicen una reflexión individual sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La importancia de la ética en los negocios. • Los riesgos de prácticas desleales. 	<p>El docente solicita a los estudiantes que realicen una reflexión individual sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La importancia de la ética en los negocios. • Los riesgos de prácticas desleales. <p>Todas las actividades aquí mencionadas deben de ser subidas a classroom de manera individual por los estudiantes.</p>	<p>Capacidad de análisis y síntesis Capacidad de organizar y planificar. Comunicación oral y escrita. Habilidades de gestión de Información</p>	

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
a) Diagrama de un proceso de negociación , Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo, demostrada durante las clases en actividades solicitadas.	30%
b) Organizados en equipo Diseñan y ejecutan un análisis de un caso práctico que simule un proceso de negociación comercial	50%
c) Demuestra conocimiento y dominio de los temas de la unidad a través de una reflexión individual .	20%

Niveles de desempeño :

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <p>1. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad.</p> <p>2. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía.</p> <p>3. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo.</p>	95-100

Julio 2017

		<p>4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>5. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>6. Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación :

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Diagrama de un proceso de negociación (lista de cotejo)	30	28-30	25-27	22-24	19-21	N. A.	Diagrama de un proceso de negociación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo, demostrada durante las clases en actividades solicitadas.
Análisis de un caso práctico (lista de cotejo)	40	38-40	35-37	32-34	29-31	N. A.	Organizados en equipo Diseñan y ejecutan un análisis de un caso práctico que simule un proceso de negociación comercial
Reflexión (Lista de cotejo)	20	19-20	17-18	15-16	14-14.8	N. A.	Demuestra conocimiento y dominio de los temas de la unidad a través de una reflexión individual
Total	100						

Nota: este apartado número 4 de la instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias profesionales se repite, de acuerdo al número de competencias específicas de los temas de asignatura.

1. Fuentes de información y apoyos didácticos:

Fuentes de información:	Apoyos didácticos
<p>1. Daft, Richard. <i>La experiencia del Liderazgo</i>. Cengage Learning Ed. 2006</p> <p>2. Dubrin Andrew J. <i>Relaciones Humanas</i>, 9^a Edición, Pearson, 2007.</p> <p>3. Franklin, Benjamín, Krieger, Mario José, <i>Comportamiento Organizacional</i>, Pearson, 2010</p> <p>4. García Sanchidrian Jesús <i>Negociando Eficazmente</i>, Fundación Confemetal Editorial. 2003</p> <p>5. Ginnett Robert C. <i>Liderazgo</i> Editorial MC Graw Hill, 2007</p> <p>6. Hersey, Paul., Johnson, Dewey E., Blanchard, Kenneth H., <i>Administración el Comportamiento Organizacional</i>, 7a. Ed. Pearson Educación 1998</p> <p>7. Huertas, José. <i>Desarrollo de Habilidades Directivas</i>. Ed. Pearson</p> <p>8. Knicki, Angelo, Robert Kreitner, Robert. <i>Comportamiento organizacional</i>, Ed.Mc.Graw Hill</p> <p>9. Koontz Harold, Weihrich Heinz, Canice Mark, <i>Administración, Una Perspectiva Global</i>, 13^a Edición, Mc graw hill 2008</p> <p>10. Madrigal Torres Berta E. <i>Habilidades Directivas</i> , 2^a Edición, Mc graw hill, 2002</p> <p>11. Ovejero Bernal, Anastacio <i>Técnicas de Negociación</i>, Mc graw hill, 2004</p> <p>12. Puchol Luis <i>Habilidades Directivas</i>, Editorial Díaz de Santos 2^a Edición, 2006.</p> <p>13. Robbins, Stephen P., <i>Comportamiento Organizacional.</i>, 10^a edición Ed. Pearson.</p> <p>14. Whetten, David A., & Cameron, Kim.S., <i>Desarrollo De Habilidades Directivas</i>, Ed. Pearson.</p> <p>15. Zepeda Herrera Jesús <i>Psicología Organizacional</i>, UNAM, editorial</p>	<p>Cañón</p> <p>Computadora</p> <p>Bocinas</p> <p>Apuntador</p> <p>Pizarron</p>

2. Calendarización de evaluación en semanas

Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
TP	ED			EF1				EF2				EF3				EF4 ES
TR																
SD					SD1				SD2				SD3			SD4

TP: Tiempo Planeado

ED: Evaluación diagnóstica

TR: Tiempo Real

EFn: Evaluación formativa (Competencia
específica n)

SD: Seguimiento departamental

ES: Evaluación sumativa

Fecha de elaboración 23 - Enero-2026

Lic. Irma de Jesús Hernández Ruiz

Nombre y firma del (de la) profesor(a)

IGE. Yatzaret Ortega Escalera

Nombre y firma del(de la) Jefe(a) de Departamento Académico

Julio 2017

Julio 2017