

Estrategia comunicativas en la negociación internacional

Semestre: I

Créditos: 3

MAN0129 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA

MAN0191 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA IV

OBJETIVOS

- Obtener una concepción teórico-práctica en el tema de la comunicación y negociación internacionales y sus diferentes expresiones y aplicaciones.
- Conocer los orígenes de la negociación internacional y algunos conceptos relacionados a la resolución de conflictos.
- Desarrollar habilidades para poder analizar debidamente procesos de negociación internacional, aplicando estrategias específicas y reconociendo las características de la contraparte.

RESULTADOS ESPERADOS

- Adquirir nociones básicas sobre los elementos verbales y no verbales utilizados en el desarrollo de todo tipo de negociación.
- Saber definir cada uno sus propias características culturales para poder proyectarlas hacia una dimensión omnicomprendensiva que es parte y también resultado de la tendencia globalizadora de la sociedad y de la economía actual.
- Desarrollar capacidades controladas para abarcar lo diferente sociolingüístico y sociocultural con sensibilidad y empatía para tener éxito en ámbito profesional.

ESTRUCTURA DEL CURSO Y REQUISITOS PREVIOS

El curso se compone principalmente de tres partes:

- definición de competencia comunicativa y estudio de los factores que la componen, de los elementos de comunicación verbal y no verbal de tipo kinésico, proxémico y cronémico y de la teoría de la atribución en el acto comunicativo;
- análisis de los elementos implícitos y explícitos de la actitud cultural, definición de los aspectos positivos y negativos de los estereotipos y de los elementos que pueden causar el choque cultural, estudio del uso y significado del tiempo, de las relaciones personales y de otras dimensiones para clasificar las diferentes culturas negociales;
- estudio de los aspectos principales de las culturas de negociación en Europa comparadas con algunas extraeuropeas, construcción de una pragmática de la negociación intercultural.

La clase será compuesta por un máximo de 30 personas. Los estudiantes que quieran asistir deberán conocer el idioma castellano con un nivel mínimo de A2-B1. No se aceptarán niveles inferiores debido a la elevada interactividad del curso. De hecho, el curso se realizará a modo de seminario, donde la docente ejercerá un papel de facilitadora, motivando a la discusión entre todos los estudiantes sobre los conceptos y ejemplos planteados en las sesiones. Así que el éxito estará basado también en el trabajo y la participación de cada asistente. En este sentido, el elemento central será el análisis del material propuesto para profundizar sobre los contenidos y las diferentes técnicas aplicados a casos reales, que serán desarrollados en los trabajos en equipo y en las tareas específicas asignadas a cada estudiante.

Se utilizarán algunas estrategias pedagógicas de apoyo a las sesiones de clase, incluyendo: analizar películas o documentales, simulacros y estudios de caso.

PROGRAMACIÓN Y TEMAS TRATADOS

- 1) LA COMUNICACIÓN: definición y tipos de comunicación, características de la comunicación interpersonal, comunicación verbal y no verbal, el lenguaje corporal. Lo no verbal: definición y clasificación de indicios, definición y clasificación de símbolos, comunicación kinésica, proxémica, paralingüística y simbólico-icónica. Gestos o ademanes. Distancia: zona íntima, personal y social. Cognición social y primer contacto.
- 2) LA COMPETENCIA INTERCULTURAL: definición de cultura, elementos implícitos y explícitos de la actitud cultural; objetivos y fundamentos de la comunicación intercultural; síntomas y etapas del choque cultural (Oberg). Los estereotipos: definición y funciones de las categorías cognitivas, efectos positivos y negativos (integración de la información y estereotipo dinámico); superación del “efecto escaparaté”, elementos de la competencia intercultural (Hymes) en relación con la teoría de la atribución. Clasificación de culturas según parámetros de valores (E. Hall): el tiempo (culturas monocrónicas y policrónicas) y el contexto (culturas CCA y CCB). Análisis de los índices de G. Hofstede: distancia al poder, evitación de la incertidumbre, masculinidad, orientación temporal, indulgencia. La clasificación en dimensiones según Trompenaars.
- 3) PARA UNA PRAGMÁTICA DE LA NEGOCIACIÓN: negociar es comunicar, proceso complejo, categorías de posibles entornos comunicativos (clasificación de Emery), categorías de resultados: ganar-perder (negociación competitiva), perder-perder (negociación conflictiva), ganar-ganar (negociación cooperativa). Negociación efectiva: posiciones e intereses. Punto de partida, punto objetivo, punto de retirada. Tipos de negociación: dura, blanda, objetiva. Los siete elementos del método Harvard: intereses, opciones, alternativas, legitimidad, comunicación, relación, compromiso.
- 4) ESTRATEGIAS, TÉCNICAS Y TÁCTICAS PARA NEGOCIAR EN EQUIPO: establecer objetivos, evitar demasiada personalización, gestionar cansancio y fatiga, premiar la emisión de señales, interpretar y aplicar el receso, abandonar las posiciones de principio.
- 5) NEGOCIAR CON NACIONALIDADES – Acercamiento intercultural a negociadores europeos y extraeuropeos.

EVALUACIÓN

1. Asistencia y participación 03/30 (10%)
2. Ejercicios y trabajos en equipo 06/30 (20%)
3. Examen final 21/30 (70%). El examen final consistirá en una prueba a respuesta múltiple sobre los contenidos teóricos del curso y el análisis de un breve caso práctico (*case study*).

BIBLIOGRAFÍA

Malaffo E. (2015), *Negociando*, Torino: G. Giappichelli Editore

Lecturas aconsejadas:

Beyrich D, Y Borowski C. (2000), *Malentendidos interculturales en la comunicación cotidiana, en Propuestas interculturales*, Actas de las VI Jornadas Internacionales TANDEM.

Cohen S. y Altamira R. (2003), *Claves de Negociación: con el corazón y la mente*, New York: Mac Graw Hill.

Hall E. (1989), *El lenguaje silencioso*, Madrid: Alianza Editorial.

Hofstede (1993), *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, in Administrative Science Quarterly, 132-134.

Trompenaars A. y Hampden-Turner C. (2012), *Riding the waves of cultures: understanding diversity in global business*, New York: Mc Graw Hill.

Roger Fisher and William Ury (1983), *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*, New York: Penguin Books.

Strategie di comunicazione nella negoziazione internazionale

Semestre: I

Crediti: 3

MAN0129 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA

MAN0191 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA IV

OBIETTIVI

- Ottenere nozioni teorico-pratiche sulla comunicazione e sulla negoziazione internazionale con le loro diverse espressioni ed applicazioni.
- Conoscere le origini della negoziazione internazionale e alcuni concetti relativi alla risoluzione dei conflitti.
- Sviluppare le abilità necessarie ad analizzare in modo adeguato processi di negoziazione internazionale, applicando strategie specifiche e riconoscendo le caratteristiche della controparte.

RISULTATI ATTESI

- Acquisire nozioni basilari sugli elementi verbali e non verbali utilizzati durante una comunicazione negoziale.
- Saper definire le proprie caratteristiche culturali per poi proiettarle in una dimensione omnicomprensiva che è parte e risultato della globalizzazione della società e dell'economia attuali.
- Sviluppare capacità controllate per affrontare le differenze sociolinguistiche e socioculturali con sensibilità ed empatia per avere successo in ambito professionale.

STRUTTURA DEL CORSO E REQUISITI PROPEDEUTICI

Il corso di compone principalmente di tre parti:

- definizione di competenza comunicativa e studio dei fattori che la compongono, degli elementi della comunicazione verbale e non verbale di tipo cinesico, prossemico e cronemico e della teoria dell'attribuzione nell'atto comunicativo;
- analisi degli elementi impliciti ed espliciti dell'atteggiamento culturale, definizione degli aspetti positivi e negativi degli stereotipi e degli elementi che possono causare lo shock culturale, studio dell'uso e del significato del tempo, delle relazioni personali e di altre dimensioni per la classificazione delle diverse culture negoziali;
- studio dei principali aspetti delle culture negoziali in Europa comparate ad alcune extraeuropee, costruzione di una pragmatica della negoziazione interculturale.

La classe sarà composta da un Massimo di 30 persone. Gli studenti che intendono seguire dovranno conoscere la lingua spagnola ad un livello minimo A2-B1. Non si accetteranno livelli inferiori data l'elevata interattività del corso. Infatti, il corso sarà realizzato sotto forma di seminario, durante il quale la docente eserciterà il ruolo di facilitatore, motivando la discussione tra tutti gli studenti sui concetti e sugli esempi presentati in aula. Il risultato positivo sarà quindi basato anche sul lavoro e sulla partecipazione attiva di ogni studente. In questo censo, l'elemento centrale sarà l'analisi del materiale proposto per approfondire i contenuti e le diverse tecniche applicate a casi reali, che saranno poi sviluppati nel lavoro di gruppo e negli esercizi specifici assegnati a ogni partecipante

In aula si farà uso di strategie pedagogiche di appoggio alle sessioni teoriche, come l'analisi di spezzoni di film e documentari, prove di negoziazione e *case study*.

PROGRAMMA E ARGOMENTI TRATTATI

- 1) LA COMUNICAZIONE: definizione dei tipi di comunicazione, caratteristiche della comunicazione interpersonale, verbale e non verbale, il linguaggio del corpo. Gestì ed atteggiamenti. Uso dello spazio e della distanza. Cognizione sociale e primo contatto.
- 2) LA COMPETENZA INTERCULTURALE: definizione di cultura, elementi impliciti ed espliciti dell'atteggiamento culturale, obiettivi e fondamenti della comunicazione interculturale; sintomi e tappe dello shock culturale (Oberg). Gli stereotipi: definizione e funzione delle categorie cognitive, effetti positivi e negativi (integrazione dell'informazione e dinamismo), elementi della competenza interculturale (Hymes) in relazione con la teoria dell'attribuzione. Classificazione delle culture secondo parametri di valori (Hall): il tempo e il contesto. Analisi degli indici di Hofstede: distanza dal potere, resistenza alla incertezza, mascolinità, orientamento temporale, indulgenza. La classificazione in dimensioni di Trompenaars.
- 3) PER UNA PRAGMATICA DELLA NEGOZIAZIONE: negoziare come processo complesso, categorie di possibili contesti comunicativi, categorie di risultati possibili: win-lose, win-win. Negoziazione efficace: posizioni e interessi. Punto di partenza, obiettivo e punto di rottura. Tipi di negoziazioni: dura, blanda, obiettiva. I sette elementi del metodo Harvard: interessi, opzioni, alternative, legittimità, comunicazione, relazione e compromesso.
- 4) STRATEGIE, TECNICHE E TATTICHE PER NEGOZIARE IN TEAM: stabilire obiettivi chiari, evitare troppa personalizzazione, gestire stanchezza e fatica, interpretare ed applicare strategie di protezione, abbandonare le posizioni di principio.
- 5) NEGOCIARE CON DIVERSE NAZIONALITÀ: avvicinamento interculturale a negoziatori europei ed extraeuropei.

VALUTAZIONE

1. Presenza e partecipazione 03/30 (10%)
2. Esercizi e lavori di gruppo 06/30 (20%)
3. Esame finale 21/30 (70%). L'esame finale consisterà in un test a risposte multiple sui contenuti teorici del corso e l'analisi di un breve caso pratico (*case study*).

BIBLIOGRAFÍA

Malaffo E. (2015), *Negociando*, Torino: G. Giappichelli Editore

Lecture consigliate:

Beyrich D, Y Borowski C. (2000), *Malentendidos interculturales en la comunicación cotidiana, en Propuestas interculturales*, Actas de las VI Jornadas Internacionales TANDEM.

Cohen S. y Altamira R. (2003), *Claves de Negociación: con el corazón y la mente*, New York: Mac Graw Hill.

Hall E. (1989), *El lenguaje silencioso*, Madrid: Alianza Editorial.

Hofstede (1993), *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, in Administrative Science Quarterly, 132-134.

Trompenaars A. y Hampden-Turner C. (2012), *Riding the waves of cultures: understanding diversity in global business*, New York: Mc Graw Hill.

Roger Fisher and William Ury (1983), *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*, New York: Penguin Books.