

GUÍA DOCENTE 2024-2025

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Técnicas de Resolución de Conflictos y Negociación		
PLAN ESTUDIOS:	DE	Máster Universitario en Dirección de Marketing	
FACULTAD:	Centro de Posgrado		
CARÁCTER ASIGNATURA:	DE	LA	Obligatorio
ECTS:	3		
CURSO:	Primero		
SEMESTRE:	Primero		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	EN	QUE	SE Castellano
PROFESORADO:	Msc. Maria Eugenia Luna Borgaro		
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	maria.borgaro@uneatlantico.es		

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica.
CONTENIDOS:
Tema 1: Análisis de conflictos <ul style="list-style-type: none"> • Origen y causas de los conflictos • Clases de conflictos

- Formas de expresión de conflicto
- Fuentes o causas de los conflictos
- Fases de los conflictos
- Consecuencias de los conflictos

Tema 2: Estrategia de resolución de conflictos

- Gestión del conflicto: fases y curva de resolución
- Estrategias de resolución de conflictos
- Estrategias de negociación
- Estrategia de mediación
- Estrategia de arbitraje

Tema 3: Competencias y habilidades para resolver conflictos

- Competencias emocionales, personales y sociales para resolver conflictos
- Habilidades sociales
- Competencias relacionadas con lo comercial
- Habilidades de los especialistas en resolución de conflictos

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

CG1 - Evaluar y analizar teorías y resultados sobre cuestiones relacionadas con el ámbito de Marketing.

CG2- Analizar situaciones y resolver problemas en relación con aspectos relacionados con el Marketing.

CG4- Gestionar proyectos y resolver cuestiones relativas al ámbito del Marketing.

CG6- Trabajar de forma individual y en equipo en los diferentes aspectos involucrados con el ámbito del Marketing, desde la planificación de la investigación, análisis de resultados y propuesta estratégica.

CG8- Razonar críticamente sobre cuestiones relacionadas con el ámbito del Marketing.

CG9- Gestionar información especializada en relación con el ámbito del Marketing.

CG10- Utilizar y aplicar las tecnologías de la información y la comunicación como fuente de información, gestión de datos en el ámbito académico y profesional del campo del Marketing.

CG11- Desarrollar un trabajo de forma crítica y reflexiva en todas las actividades de aplicación del Marketing.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE4. Adquirir habilidades y desarrollar técnicas para la resolución de diferentes situaciones de conflictos en el ámbito empresarial.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Utilizar estrategias de mediación en situación de conflicto.
- Desarrollar habilidades para la resolución de conflictos.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo.
- Estudio y análisis de casos.
- Resolución de ejercicios.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje cooperativo/trabajo en grupos.
- Trabajo autónomo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividades supervisadas	Actividades de foro	11.25
	Corrección de actividades	2.25
	Tutorías (individual / en grupo)	6
Actividades autónomas	Sesiones expositivas virtuales	6
	Preparación de las actividades de foro	11.25
	Estudio personal y lecturas	18.75
	Elaboración de trabajos (individual-en grupo)	15
	Realización de actividades de autoevaluación	2.25
Actividades de evaluación	Examen final	2.25

El día del inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	Participación en una actividad de debate	20 %
	Resolución de un caso práctico	40 %
Evaluación final	Resolución de un examen final	40 %

Para más información consúltese [aquí](#)

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Calificación obtenida en la actividad de debate de la convocatoria ordinaria	20 %
Realización de un trabajo individual	40 %
Resolución de un examen final	40 %

Para más información consúltese [aquí](#)

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas por nivel de importancia:

VV.AA (s.f.). Técnicas de resolución de conflictos y negociación. Material didáctico propio de la institución.

Ramos, A. A., Cardozo, D. A. M., Puello, I. B., & Madrigal, J. H. (2020). El liderazgo y las acciones del líder en la resolución de conflictos organizacionales. *Aglala*, 11(2), 233-248.

<https://revistas.uninunez.edu.co/index.php/aglala/article/view/1740>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable. Están ordenadas alfabéticamente:

Atencio, R. E., Arrias, J. C. D. J., & Pupo, A. R. (2021). Técnicas y estrategias de negociación en el procedimiento del arbitraje y mediación. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 92-97.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000500092&script=sci_arttext

Calle, D. R., Erazo, J. C., & Narváez, C. I. (2020). Estrategias de mediación y solución de conflictos para el sector industrial de pinturas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 514-544.

<https://www.redalyc.org/journal/5768/576869215019/576869215019.pdf>

Castillo, C., Mejía, L. A., & García, R. A. (2022). Manual de estrategias para el manejo de conflictos organizacionales desde la gestión efectiva de las emociones aplicado a la gerencia de vigilancia y seguridad del Hospital



Traumatológico DR. Ney Arias Lora durante el periodo mayo-julio 2022.
<https://rai.uapa.edu.do/handle/123456789/1959>

Franco, C. E. (2021). La mediación como medio alternativo para la solución de conflictos entre socios de empresas familiares.
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/48455>

Huapaya, C. A. A. (2022). Liderazgo en la negociación y manejo de conflictos para una organización. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(2), 4691-4715. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2226>

Ledesma, K. N. F., Díaz, R. R. G., & Contreras, E. E. L. (2020). Estrategia alternativa para la resolución de conflictos en las redes sociales digitales. CiiD Journal, 1(1), 103-113. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8528306>

WEBS DE REFERENCIA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.