



Curso Online de
**Morfopsicología aplicada a la
Negociación: “Negociar por la cara”**

Conocimientos prácticos para saber cómo influye el estudio del rostro de cualquier interlocutor en los procesos de negociación y cómo utilizarlo a nuestro favor.




Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Morfopsicología aplicada a la Negociación: “Negociar por la cara”

Presentación

“Negociar por la cara” aporta una herramienta finalista para potenciar las competencias personales y las habilidades interpersonales de forma práctica y eficaz al ser capaces, a través de la observación de las formas del rostro, de conocer y comprender la personalidad de cualquier interlocutor.

Su conocimiento aportará un doble objetivo, por un lado, permitirá desde el inicio de un proceso de negociación saber de antemano cómo piensa-siente-actúa nuestro interlocutor y poder adelantarnos a sus planteamientos y estrategias y, por otra parte, un mejor conocimiento de nuestras propias motivaciones y comportamientos, aumentando así nuestra seguridad y confianza.

Todos somos diferentes, y ante un mismo movimiento de concesión o de posicionamiento en un proceso de negociación, no podemos esperar idéntica reacción en todos los individuos. Por ello, un argumento exitoso en una negociación anterior puede que no funcione como estrategia en la próxima ya que hay individuos que, para implicarse en un acuerdo, priorizarán aquellas propuestas que le aporten seguridad ante todo, otros pretenden influencia y poder sobre los demás, otros exigen eficacia, organización, control y respeto a las normas establecidas, y también los hay que solo firmarán si ven la perspectiva de innovar, de ser los primeros, de avanzar rápido....

Y este es el objetivo principal de este curso, poder saber de antemano qué tipo de argumentos específicos deben llevar las propuestas para cerrar negociaciones eficaces, exitosas y duraderas.

La Formación E-learning

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4 *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Morfopsicología aplicada a la Negociación: “Negociar por la cara”

Objetivos del curso:

- Saber cómo identificar, a primera vista, los rasgos más relevantes de la personalidad de cualquier negociador en tres aspectos clave: su receptividad, sus motivaciones y su tolerancia al estrés.
- Cómo ganar la confianza del negociador desde el primer momento al ser capaces de adaptar, de forma anticipada, nuestro mensaje entre estrategias y comportamientos de desconfianza, impaciencia, abertura o hermetismo.
- Saber preparar argumentos específicos para convencer a un negociador con propuestas adaptadas a su personalidad.
- Construir argumentos adaptados a los movimientos dominantes del marco óseo del negociador, focalizándonos en sus necesidades vitales.
- Cómo identificar al negociador contradictorio y con doble personalidad para evitar sorpresas desagradables al cerrar una negociación y poder manejar todas sus objeciones de forma exitosa.
- Saber identificar por adelantado en un negociador su grado de paciencia y tolerancia, de agresividad e intransigencia, su forma de gestionar las tensiones y su adaptación a los cambios.
- Poder aplicar la metodología de este nuevo conocimiento en cualquier situación o entorno, que nos permita cerrar negociaciones exitosas y duraderas en cualquier ámbito (político, social, económico....).

“ Conozca cómo identificar los rasgos más relevantes del rostro de una persona en los procesos de negociación y cómo aprovecharlos de forma eficaz e inmediata”

Dirigido a:

Directores Generales, Directores Comerciales y de Ventas, Delegados y Ejecutivos Comerciales, CEOS y, en general, a todos aquellos profesionales que en sus funciones desempeñen los retos de la negociación, trabajen en contacto con los demás y quieran desarrollar sus habilidades interpersonales.

Morfopsicología aplicada a la Negociación: “Negociar por la cara”

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

7 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Morfopsicología aplicada a la Negociación: “Negociar por la cara”

Contenido del Curso

MÓDULO 1. La observación del rostro: nuestra caja de herramientas para negociar

2 horas

Las diferentes formas del rostro nos informarán que no todos los interlocutores tienen el mismo grado de paciencia y capacidad de adaptación disponible ante una propuesta. Por ello, es imprescindible crear argumentos a medida en función de cada negociador.

1.1. Introducción.

1.2. La morfopsicología aplicada:

1.2.1. Bases de la morfopsicología aplicada: ley de dilatación-retracción.

1.3. ¿Cómo observaremos un rostro?

1.3.1. Los receptores sensoriales.

1.3.2. La estructura del marco óseo.

1.3.3. Las carnes del modelado.

MÓDULO 2. Los receptores sensoriales: puertas de entrada y salida de la negociación

10 horas

Los ojos, la nariz y la boca son los instrumentos de contacto de las personas, nos indican como seremos recibidos....de forma abierta y confiada, de forma distante y fría, con curiosidad e impaciencia, con prudencia y desconfianza. Por ello, si no conseguimos entrar en su personalidad, por muy buenas que sean las condiciones para negociar, no podremos exponérselas o, en todo caso, si le presionamos para ello no nos prestará atención por lo que la negociación puede fracasar sin llegar a exponer nuestros argumentos.

2.1. Los receptores:

2.1.1. Funciones de los receptores.

2.1.2. ¿Cómo observamos los receptores?

2.2. 4 movimientos vitales.

2.3. Aprendizaje del método:

2.3.1. La dilatación:

2.3.1.1. Morfología.

2.3.1.2. Comportamientos.

2.3.1.3. Cómo tratarlos al inicio de una negociación para ganar su confianza.

Morfopsicología aplicada a la Negociación: “Negociar por la cara”

- 2.3.1.4. Cómo tratarlos para cerrar la negociación.
- 2.3.2. La retracción:
 - 2.3.2.1. Morfología.
 - 2.3.2.2. Comportamientos.
 - 2.3.2.3. Cómo tratarlos al inicio de una negociación para ganar su confianza.
 - 2.3.2.4. Cómo tratarlos para cerrar la negociación.
- 2.3.3. La proyección:
 - 2.3.3.1. Morfología.
 - 2.3.3.2. Comportamientos.
 - 2.3.3.3. Cómo tratarlos al inicio de una negociación para ganar su confianza.
 - 2.3.3.4. Cómo tratarlos para cerrar la negociación.
- 2.3.4. La contención:
 - 2.3.4.1. Morfología.
 - 2.3.4.2. Comportamientos.
 - 2.3.4.3. Cómo tratarlos al inicio de una negociación para ganar su confianza.
 - 2.3.4.4. Cómo tratarlos para cerrar la negociación.
- 2.4. El tono de los receptores:**
 - 2.4.1. Ley biológica de la tonicidad – Atonía.
 - 2.4.2. Cómo observaremos la ley de la tonicidad.
 - 2.4.3. Cómo nos influye la ley de la tonicidad.
- 2.5. Asociación de movimientos de los receptores:**
 - 2.5.1. Otras consideraciones de los receptores sensoriales.
 - 2.5.2. Ejemplos prácticos.

MÓDULO 3. El marco óseo: argumentos adaptados a la personalidad del negociador

10 horas

El marco óseo es la estructura de nuestra personalidad profunda. Nos informa del potencial de las necesidades primordiales de un individuo, de su rapidez de ritmo para satisfacerlas y de sus reservas de energía para conseguirlo. Estas necesidades profundas nos inducen a determinadas motivaciones que generan comportamientos, muchas veces difíciles de comprender por nosotros mismos.

- 3.1. Su estructura y su observación:**
 - 3.1.1. Qué movimiento domina la personalidad profunda.
 - 3.1.2. Hacia qué movimiento evoluciona la personalidad.
- 3.2. Los 4 movimientos biológicos y su significado psicológico:**
 - 3.2.1. La dilatación:
 - 3.2.1.1. Morfología.

Morfopsicología aplicada a la Negociación: “Negociar por la cara”

- 3.2.1.2. Psicología.
- 3.2.1.3. Comportamientos.
- 3.2.1.4. Argumentos para convencer a un negociador con marco dilatado.
- 3.2.2. La retracción:
 - 3.2.2.1. Morfología.
 - 3.2.2.2. Psicología.
 - 3.2.2.3. Comportamientos.
 - 3.2.2.4. Argumentos para convencer a un negociador con marco en retracción.
- 3.2.3. La proyección:
 - 3.2.3.1. Morfología.
 - 3.2.3.2. Psicología.
 - 3.2.3.3. Comportamientos.
 - 3.2.3.4. Argumentos para convencer a un negociador con marco en proyección.
- 3.2.4. La contención:
 - 3.2.4.1. Morfología.
 - 3.2.4.2. Psicología.
 - 3.2.4.3. Comportamientos.
 - 3.2.4.4. Argumentos para convencer a un negociador con marco en contención.
- 3.3. Preparar argumentos en función de cada movimiento dominante:**
 - 3.3.1. La jerarquía de los movimientos del marco.
 - 3.3.2. Construir argumentos adaptados a los movimientos dominantes del marco óseo del negociador.

MÓDULO 4. Las tres zonas del rostro: argumentos adaptados para el negociador racional, emocional y práctico

10 horas

El estudio de las tres zonas del rostro nos permitirá precisar en qué áreas las necesidades profundas de un individuo se vivirán con mayor facilidad o, por el contrario, tendrán mayor dificultad en ser expresadas. Por tanto, este estudio nos aportará un plus adicional para conocer mejor las motivaciones del negociador, al poder focalizar y precisar mejor nuestros argumentos con una presentación racional, emocional o práctica.

- 4.1. Las tres zonas del rostro:**
 - 4.1.1. Sus componentes y su actividad.
 - 4.1.2. Sus funciones correspondientes.
- 4.2. La observación de las tres zonas y sus dinámicas:**
 - 4.2.1. La dinámica del volumen respectivo entre zonas:
 - 4.2.1.1. La zona dominante o más dilatada.

Morfopsicología aplicada a la Negociación: “Negociar por la cara”

- 4.2.1.2. Zona superior dilatada: el negociador racional.
- 4.2.1.3. Zona media dilatada: el negociador emocional.
- 4.2.1.4. Zona inferior dilatada: el negociador concreto.
- 4.2.2. La dinámica del ritmo de acción entre zonas:
 - 4.2.2.1. Tensión entre la proyección de la zona superior y la contención en la zona inferior.
 - 4.2.2.2. Tensión entre la contención de la zona superior y la proyección en la zona inferior.
- 4.2.3. La observación de la zona inferior para cerrar una negociación.
- 4.2.4. Información adicional de la zona superior del rostro:
 - 4.2.4.1. Frente dilatada.
 - 4.2.4.2. Frente en retracción.
 - 4.2.4.3. Frente proyectada.
 - 4.2.4.4. Frente en contención.

MÓDULO 5. Las tendencias: negociadores contradictorios

10 horas

Cuando coinciden los mismos movimientos entre los receptores y el marco, será relativamente fácil deducir el comportamiento global del negociador, ya que los comportamientos conscientes (receptores) y sus motivaciones inconscientes (marco óseo) tienen las mismas prioridades. Pero puede ocurrir que al sintetizar la observación del marco y de los receptores nos encontremos con movimientos opuestos. A estos movimientos contradictorios les llamaremos tendencias.

5.1. Las tendencias: sus mensajes contradictorios.

5.2. Las cuatro tendencias:

- 5.2.1. Tendencia concentrada: morfología y comportamientos
 - 5.2.1.1. Tensión entre las necesidades del marco y de los receptores.
 - 5.2.1.2. Cómo ganar su confianza de entrada y preparar nuestros argumentos con este tipo de negociador.
- 5.2.2. Tendencia dispersa-reaccionante: morfología y comportamientos
 - 5.2.2.1. Tensión entre las necesidades del marco y de los receptores.
 - 5.2.2.2. Cómo ganar su confianza de entrada y preparar nuestros argumentos con este tipo de negociador.
- 5.2.3. Tendencia pendular: morfología y comportamientos
 - 5.2.3.1. Tensión entre las necesidades del marco y de los receptores.
 - 5.2.3.2. Cómo ganar su confianza de entrada y preparar nuestros argumentos con este tipo de negociador.
- 5.2.4. Tendencia pendular inversa: morfología y comportamientos
 - 5.2.4.1. Tensión entre las necesidades del marco y de los receptores.
 - 5.2.4.2. Cómo ganar su confianza de entrada y preparar nuestros argumentos con este tipo de negociador.

Morfopsicología aplicada a la Negociación: “Negociar por la cara”

5.3. Analogías de las tendencias:

- 5.3.1. Tendencia dispersa reaccionante.
- 5.3.2. Tendencia concentrada.
- 5.3.3. Tendencia pendular.
- 5.3.4. Tendencia pendular inversa.

MÓDULO 6. La carnosidad del modelado del rostro: la paciencia o intransigencia de un negociador

10 horas

La carnosidad del modelado del rostro nos informa de la energía disponible, de nuestro grado de sociabilidad, de adaptabilidad, de nuestra actitud ante la vida, de la forma de resolver problemas y de la gestión de las tensiones y el estrés, ya sean internas o externas.

6.1. La carnosidad del modelado del rostro.

6.2. La tonicidad de las carnes del rostro:

- 6.2.1. La tonicidad de las carnes del modelado:
 - 6.2.1.1. Descripción morfológica.
 - 6.2.1.2. Descripción psicológica.
- 6.2.2. La atonía de las carnes de modelado:
 - 6.2.2.1. Descripción morfológica.
 - 6.2.2.2. Descripción psicológica.
- 6.2.3. La atonía “seca” de las carnes de modelado:
 - 6.2.3.1. Descripción morfológica.
 - 6.2.3.2. Descripción psicológica.

6.3. El modelado del rostro: grado de sociabilidad y adaptación

- 6.3.1. Cuatro formas de modelado: cuatro formas de adaptación.
- 6.3.2. Rostro redondeado: adaptación fácil.
- 6.3.3. Rostro plano: adaptación difícil.
- 6.3.4. Rostro ondulado: adaptación selectiva.
- 6.3.5. Rostro abrupto: adaptación conflictiva.

6.4. Tipos de inteligencia por el modelado de la frente:

- 6.4.1. Las 3 partes de la frente.
- 6.4.2. Frente redondeada.
- 6.4.3. Frente plana.
- 6.4.4. Frente ondulada.
- 6.4.5. Frente abrupta.

Morfopsicología aplicada a la Negociación: “Negociar por la cara”

MÓDULO 7. La aplicación de los conocimientos adquiridos. Casos prácticos

8 horas

- 7.1. Pautas para la observación de un rostro.
- 7.2. Casos prácticos.

Morfopsicología aplicada a la Negociación: “Negociar por la cara”

Autor



Josep Viñals

Diplomado en Morfopsicología y en Psicomorfología facial cuenta con más de 20 años de experiencia como docente en morfopsicología aplicada que, a través de la observación dinámica del rostro, permite conocer las motivaciones profundas de la personalidad y entender y comprender mejor nuestros propios comportamientos y los de los demás.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

