

Negociación y contratación internacional

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Adquirir las competencias profesionales necesarias para elaborar el precontrato y/o contrato asociado a operaciones de compraventa internacional y concursos o procesos de licitación internacional de acuerdo con la normativa y usos habituales en el comercio internacional, así como aplicar técnicas de negociación adecuadas en la determinación de las condiciones de operaciones de compra y venta internacional.

Contenidos:

1. Negociación de operaciones de comercio internacional 1.1. Preparación de la negociación internacional: 1.1.1. Análisis del proceso. 1.1.2. Planificación de la negociación. 1.1.3. Componentes básicos de la negociación. 1.1.4. Fases que configuran la negociación. 1.2. Desarrollo de la negociación internacional: 1.3. Técnicas de la negociación internacional: 1.3.1. Tipología cliente/proveedor. 1.3.2. Tipología productos. 1.3.3. Aspectos socio-profesionales del país cliente/proveedor. 1.4. Consolidación de la negociación internacional: 1.4.1. Puntos de acuerdo. 1.4.2. Momento de cierre. 1.4.3. Problemas de cierre. 1.5. Estilos de negociación comercial: 1.5.1. Negociación intercultural: diferencias y semejanzas. 1.5.2. Estados Unidos. 1.5.3. Inglaterra. 1.5.4. Francia. 1.5.5. Alemania. 1.5.6. Japón. 1.5.7. China. 1.5.8. Hispanoamérica.

2. Técnicas de comunicación y relaciones comerciales internacionales 2.1. Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales: 2.1.1. Etapas, canales y medios. 2.1.2. Dificultades y barreras en la comunicación entre operadores internacionales. 2.1.3. Recursos para manipular datos de percepción. 2.1.4. La comunicación generadora de comportamientos. 2.2. Tipos de comunicación: 2.2.1. Comunicaciones masivas: publicidad y promoción. 2.2.2. Comunicaciones selectivas: Marketing directo y telemarketing. 2.2.3. Comunicaciones personales: Venta personal. 2.3. Actitudes y técnicas en la comunicación: 2.3.1. Coherencia comunicativa e imagen corporativa. Función e importancia. 2.3.2. Medios y equipos. Innovaciones tecnológicas aplicadas a la comunicación. 2.3.3. Autoconocimiento y

desarrollo personal. Habilidades de comunicación. 2.4. La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes. 2.5. La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales: 2.5.1. La comunicación telefónica y presencial. 2.5.2. Técnicas de recepción y transmisión de mensajes orales. 2.5.3. La atención al cliente. Actitudes y técnicas que favorecen la comunicación. 2.6. La comunicación escrita en el comercio internacional: 2.6.1. Normas de comunicación y expresión escrita. 2.6.2. Modelos de comunicación. 2.7. Relaciones públicas en el comercio internacional. 2.8. Internet como instrumento de comunicación: 2.8.1. Comercio electrónico: el B2B y el B2C.

3. El contrato de compraventa internacional 3.1. Regulación de la compraventa internacional 3.1.1. Instrumentos de armonización: Lex Mercatorum. 3.1.2. Principios UNIDROIT. 3.1.3. Convenio de Viena y de Roma. 3.1.4. Leyes modelo. 3.1.5. Unificación del derecho y otros. 3.1.6. Convenios internacionales. 3.2. Reglas de la Cámara de Comercio Internacional de París. 3.2.1. Distribución de documentos. 3.2.2. Condiciones de entrega de la mercancía: INCOTERMS 3.2.3. Distribución de costes de la operación. 3.2.4. Distribución de riesgos de la operación. 3.3. El contrato de compraventa internacional: 3.3.1. Principales obligaciones del vendedor. 3.3.2. Principales obligaciones del comprador. 3.3.3. Elementos esenciales del contrato. 3.3.4. Clausulado del contrato. 3.3.5. Incumplimiento y resolución.

4. Los contratos de intermediación comercial 4.1. Intermediación comercial internacional: 4.1.1. Tipos de intermediarios. 4.1.2. Red de venta internacional. 4.1.3. Delimitación entre los contratos de comisión, mediación y agencia. 4.2. Contrato de agencia: 4.2.1. Concepto y características. 4.2.3. Principales obligaciones del agente. 4.2.4. Principales obligaciones del empresario. 4.2.5. Duración y extinción. 4.3. Contrato de distribución: 4.3.1. Concepto y características. 4.3.2. Cláusulas de especial atención. 4.3.3. Principales obligaciones del distribuidor. 4.3.4. Duración y extinción. 4.4. Selección de agentes y/o distribuidores en el exterior: 4.4.1. Comparación entre agente, distribuidor y otras figuras de intermediación. 4.4.2. Fuentes de localización de agentes y distribuidores internacionales. 4.5. Métodos de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas internacional: agentes comerciales, distribuidores y proveedores.

5. Otras modalidades contractuales en el comercio internacional 5.1. Contrato de transferencia tecnológica: 5.1.1. Acuerdos de licencia de patente. 5.1.2. Acuerdos de licencia de know how. 5.1.3. Clausulado estándar. 5.2. Contrato de Joint venture: 5.2.1. Concepto legal y normas aplicables. 5.2.2. Estructura del contrato. 5.3. Contrato de franquicia: 5.3.1. Características generales. 5.3.2. Obligaciones del franquiciador. 5.3.3. Obligaciones del franquiciado.

6. El arbitraje comercial internacional 6.1. Vías de prevención y resolución conflictos derivados del contrato. 6.2. Principales organismos arbitrales. 6.3. El procedimiento arbitral internacional: 6.3.1. Problemas preliminares. 6.3.2. Fases del procedimiento. 6.3.3. El laudo y su ejecución.