

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de Contratación y Negociación Internacional

→ Conceptos básicos y características principales de la Contratación y Negociación Internacional.




Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



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

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



Presentación

La situación actual de globalización en todos los aspectos, no solamente a nivel económico sino también político y social, es una de las claves para entender el auge de las relaciones comerciales internacionales.

Las relaciones entre empresas, gobiernos y todo tipo de agentes económicos que intervienen en las mismas, han derivado en diferentes tipos de colaboraciones y acuerdos en los que no sólo se mantiene la tradicional operación de compraventa internacional sino que han surgido otro tipo de relaciones, adaptadas a los cambios y a la continua deslocalización empresarial, entre los que podemos destacar los acuerdos de intermediación comercial y los de distribución como vía de penetración de una empresa o marca en otros mercados.

A estas figuras debemos añadir nuevas tendencias de colaboraciones o alianzas internacionales en la búsqueda de mutuos beneficios: acuerdos de *Joint Venture*, de transferencia de licencias o know-how, o la conocida figura de la franquicia, cada una con sus propias características.

Este curso le permitirá saber cómo afrontar un proceso de comunicación y negociación con empresas de otros países. Su estudio, puesta en marcha y revisión, así como la plasmación formal del acuerdo alcanzado en el contrato adecuado son el motor de todas las operaciones posteriores, documentales, de pago, seguros, aduaneras y fiscales.

La Educación On-line

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

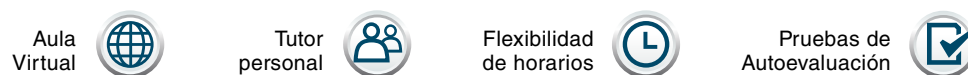
- La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- Trabajar con diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 80 horas y el material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 7 módulos de formación práctica de que consta el curso Contratación y Negociación Internacional.

Material Complementario

Incluye ejemplos, casos reales, tablas de soporte, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas en la negociación y contratación a nivel internacional.

Ejercicios de Seguimiento

Corresponden a ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes a la negociación y contratación a nivel internacional.

Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.

Curso Bonificable



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo definir las técnicas más utilizadas en las relaciones de comunicación de las organizaciones empresariales.
- Cómo desarrollar las etapas de un proceso de negociación internacional.
- Cómo identificar las características más relevantes de los negociadores de acuerdo a sus diferentes culturas.
- Cómo reconocer los diferentes estilos de negociación internacional y el protocolo a seguir en cada situación.
- Cómo interpretar la normativa y usos habituales que regulan las operaciones de comercio internacional.
- Cuáles son los aspectos jurídicos de la contratación internacional y la normativa que los regula.
- Qué aspectos deben figurar en un contrato internacional de compraventa de mercaderías.
- Cuáles son los elementos más relevantes que compone un contrato de intermediación internacional.
- Cómo identificar otros tipos de contratos mercantiles que se utilizan a nivel internacional.
- Cómo reconocer los sistemas de resolución de discrepancias que puedan existir en las relaciones comerciales internacionales.

Para saber identificar los aspectos fundamentales y diferenciales de los diferentes contratos internacionales.

Dirigido a:

Directores Generales, de Exportación, Compras, Aprovisionamientos, Material Managers, Directores de Operaciones y Logística y, en general, a todos aquellos directivos y profesionales que estén interesados en obtener una visión moderna de la negociación internacional.

Contenido del curso

→ MÓDULO 1. La importancia de la comunicación en los negocios y en las relaciones comerciales internacionales

14 horas

Las organizaciones empresariales que actúan en los mercados internacionales no pueden ser ajenas a la importancia de la comunicación en estas relaciones. El objetivo de este módulo es conocer este concepto, desarrollar sus características y formas de optimizarlo.

1.1. Introducción.

1.2. Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales:

- 1.2.1. Los elementos de la comunicación.
- 1.2.2. Las etapas de la comunicación.
- 1.2.3. Los canales de la comunicación.
- 1.2.4. Los medios de comunicación.
- 1.2.5. Las dificultades y las barreras en la comunicación internacional.
- 1.2.6. Recursos para manipular datos de percepción.
- 1.2.7. La comunicación generadora de comportamientos.

1.3. Tipos de comunicación:

- 1.3.1. Comunicaciones masivas: publicidad y promoción.
- 1.3.2. Comunicaciones selectivas: marketing directo y telemarketing.
- 1.3.3. Comunicaciones personales: venta personal.

1.4. Actitudes y técnicas en la comunicación:

- 1.4.1. Coherencia comunicativa e imagen corporativa. Función e importancia.
- 1.4.2. Medios y equipos. Innovaciones tecnológicas aplicadas a la comunicación.
- 1.4.3. Autoconocimiento y desarrollo personal. Habilidades de comunicación.

1.5. La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes:

- 1.5.1. Información telefónica.
- 1.5.2. Comunicación presencial.

1.6. La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales:

- 1.6.1. La comunicación telefónica y presencial.
- 1.6.2. Técnicas de transmisión y recepción de mensajes orales.
- 1.6.3. La atención al cliente. Actitudes técnicas que favorecen la comunicación.

1.7. La comunicación escrita en el comercio internacional:

- 1.7.1. Normas de comunicación y expresión escrita.
- 1.7.2. Modelos de comunicación.

Contenido del curso

1.8. Relaciones Públicas en el comercio internacional:

1.8.1. Técnicas de Relaciones Públicas.

1.9. Internet como instrumento de comunicación:

1.9.1. Comercio electrónico. El B2B y el B2C.

1.10. Conclusiones.

→ MÓDULO 2. La negociación internacional. Elementos fundamentales en su desarrollo

16 horas

Para poder ejecutar una operación comercial internacional debe existir una fase de negociación previa cuyas peculiaridades en el ámbito internacional son desarrolladas en este módulo.

2.1. Introducción.

2.2. Preparación de la negociación internacional:

2.2.1. Análisis previo del proceso:

2.2.1.1. Principios para el negociador en el proceso de negociación internacional.

2.2.2. Planificación de la negociación internacional:

2.2.2.1. Fases de la planificación de la negociación internacional.

2.2.3. Componentes básicos de la negociación:

2.2.3.1. Partes negociadoras.

2.2.3.2. Objeto de la negociación.

2.2.3.3. Lugar de celebración.

2.2.3.4. Momento de celebración.

2.2.3.5. Poder negociador.

2.2.3.6. Actitud negociadora.

2.2.4. Fases que configuran la negociación:

2.2.4.1. Etapa inicial de la negociación.

2.2.4.2. La planificación de la negociación.

2.2.4.3. Entrevista.

2.2.4.4. La oferta.

2.2.4.5. La negociación.

2.2.4.6. El cierre del acuerdo.

2.2.4.7. La puesta en marcha del acuerdo.

2.2.4.8. Seguimiento de la negociación.

Contenido del curso

2.3. Desarrollo de la negociación internacional:

- 2.3.1. Propuesta, contrapropuesta y concesiones.
- 2.3.2. La actitud y el comportamiento en la negociación.

2.4. Técnicas de negociación internacional:

- 2.4.1. Clasificación de los tipos de negociación.
- 2.4.2. Tipología cliente/proveedor.
- 2.4.3. Tipología productos.
- 2.4.4. Aspectos socio-profesionales del país cliente/proveedor:
 - 2.4.4.1. El ancla.
 - 2.4.4.2. Exigencias crecientes.
 - 2.4.4.3. Autoridad superior.
 - 2.4.4.4. El hombre bueno y el hombre malo.
 - 2.4.4.5. El farol.
 - 2.4.4.6. Arriba y abajo.

2.5. Consolidación de la negociación internacional:

- 2.5.1. Puntos de acuerdo.
- 2.5.2. Momento del cierre del acuerdo.
- 2.5.3. Problemas en el cierre del acuerdo.

2.6. Estilos de negociación internacional:

- 2.6.1. Negociación intercultural: diferencias y semejanzas.
- 2.6.2. Estilo de negociación en Estados Unidos.
- 2.6.3. Estilo de negociación en Gran Bretaña.
- 2.6.4. Estilo de negociación en Francia.
- 2.6.5. Estilo de negociación en Alemania.
- 2.6.6. Estilo de negociación en Japón.
- 2.6.7. Estilo de negociación en China.
- 2.6.8. Estilo de negociación en Latinoamérica (LATAM):
 - 2.6.8.1. México.
 - 2.6.8.2. Chile.

2.7. Protocolo internacional:

- 2.7.1. Curiosidades sobre el protocolo y las costumbres en algunos países.

2.8. Conclusiones.

Contenido del curso

→ MÓDULO 3. La contratación internacional. Aspectos fundamentales

10 horas

Las negociaciones entre empresas de diferentes países concluyen en ocasiones en un contrato internacional que refleja los derechos y obligaciones que se determinan para cada una de las partes implicadas. A través de este módulo conoceremos los aspectos jurídicos de la contratación internacional y la normativa que los regula.

3.1. Introducción: trascendencia de los contratos internacionales

3.1.1. Cinco preguntas básicas sobre contratación internacional.

3.2. Definición de contrato internacional:

3.2.1. Principios rectores de la contratación internacional.

3.3. Clases de contratos internacionales:

3.3.1. Contrato de compraventa internacional de mercaderías.

3.3.2. Contrato de agencia comercial internacional.

3.3.3. Contrato de concesión o distribución comercial internacional.

3.3.4. Contrato de joint ventura internacional.

3.3.5. Contrato de franquicia internacional.

3.3.6. Contrato internacional de transferencia de tecnología.

3.3.7. Contrato internacional de I+D.

3.4. Requisitos de los contratos internacionales.

3.5. Elementos a tener en cuenta al efectuar un contrato internacional.

3.6. Documentación preparatoria para formalizar un contrato internacional.

3.7. Regulación básica de la contratación internacional en España.

3.8. Resolución de controversias en contratación internacional.

3.9. Conclusiones.

Contenido del curso

→ MÓDULO 4. La compraventa internacional

14 horas

Los acuerdos comerciales entre empresas de diferentes países han de formalizarse a través de un contrato de compraventa internacional. El objetivo de este módulo es explicar el valor de los acuerdos precontractuales y sus efectos en contextos internacionales.

4.1. Regulación:

- 4.1.1. Instrumentos de armonización: *Lex Mercatoria*.
- 4.1.2. Principios *Unidroit*.
- 4.1.3. Convenios de Viena y de Roma.
- 4.1.4. Leyes modelo.
- 4.1.5. Unificación del Derecho y otros.
- 4.1.6. Convenios internacionales.

4.2. Reglas CCI (Cámara de Comercio Internacional de París).

4.3. Incoterms 2010:

- 4.3.1. Incoterms. Concepto.
- 4.3.2. Finalidad y alcance.
- 4.3.3. Aspecto contractual de los Incoterms.
- 4.3.4. Utilización de los Incoterms según la modalidad de transporte, el tipo de operación y el medio de cobro o pago internacional.
- 4.3.5. Revisiones. Análisis Incoterms.
- 4.3.6. Clasificación de los Incoterms en grupos.
- 4.3.7. Obligaciones del comprador y del vendedor según Incoterms.

4.4. Contrato de compraventa internacional:

- 4.4.1. Obligaciones de las partes intervinientes:
 - 4.4.1.1. Principales obligaciones del vendedor según el Convenio de Viena.
 - 4.4.1.2. Principales obligaciones del comprador según el Convenio de Viena.
- 4.4.2. Elementos esenciales del contrato de compraventa internacional.
- 4.4.3. Clausulado del contrato.
- 4.4.4. Incumplimiento y resolución.

4.5. Arbitraje comercial internacional:

- 4.5.1. Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional.

4.6. Conclusiones.

Contenido del curso

→ MÓDULO 5. La intermediación comercial internacional

10 horas

El objetivo de este módulo es diferenciar los distintos tipos de intermediarios que pueden aparecer en una relación comercial internacional y que facilitan la internacionalización de una empresa en un mercado de destino previamente seleccionado.

5.1. Introducción.

5.2. Formas de intermediación internacional:

- 5.2.1. Tipos de intermediarios.
- 5.2.2. La red de ventas internacional.
- 5.2.3. Similitudes y diferencias en contratos de comisión, mediación y agencia.

5.3. El contrato de agencia comercial internacional:

- 5.3.1. Conceptos y características.
- 5.3.2. Obligaciones principales del agente comercial internacional.
- 5.3.3. Obligaciones principales del exportador frente al agente comercial.
- 5.3.4. Duración del acuerdo y modos de extinción o finalización.

5.4. El contrato de distribución internacional:

- 5.4.1. Conceptos y características.
- 5.4.2. Cláusulas básicas del contrato de concesión o distribución internacional.
- 5.4.3. Obligaciones principales del distribuidor internacional.
- 5.4.4. Duración del acuerdo y modos de extinción o finalización.

5.5. Criterios de selección de agentes y distribuidores internacionales:

- 5.5.1. Diferencias y similitudes entre agente, distribuidor y otros tipos de intermediarios.
- 5.5.2. Fuentes de información y búsqueda de intermediarios internacionales.

5.6. La red de ventas internacional:

- 5.6.1. Establecimiento temporal de la red de ventas internacional.
- 5.6.2. Motivación e imagen de empresa en la red de ventas internacional.

5.7. Conclusiones.

Contenido del curso

→ MÓDULO 6. Otros contratos comerciales internacionales

8 horas

En este módulo se exponen las características de determinados acuerdos que implican la cesión internacional de conocimientos y tecnología, los aspectos más importantes de un tipo de negocio que viene teniendo un uso cada vez más frecuente, como es la creación de una joint venture internacional, y por último el desarrollo del contrato de franquicia internacional.

6.1. Introducción.

6.2. El contrato internacional de transferencia de tecnología:

- 6.2.1. Acuerdos de licencia internacional de patente.
- 6.2.2. Acuerdos de licencia internacional de “know-how”.
- 6.2.3. Cláusulas básicas del contrato internacional de transferencia de tecnología.

6.3. El contrato de “Joint Venture” internacional:

- 6.3.1. Concepto y regulación.
- 6.3.2. Estructura básica del contrato de “joint venture” internacional.
- 6.3.3. Criterios de selección del colaborador en los contratos de “joint venture” internacional.

6.4. El contrato de franquicia internacional:

- 6.4.1. Aspectos generales, partes del acuerdo y tipos de contrato según el objeto.
- 6.4.2. Obligaciones del franquiciado internacional.
- 6.4.3. Obligaciones del franquiciador internacional.

6.5. Conclusiones.

Contenido del curso

→ MÓDULO 7. El arbitraje comercial internacional como vía de resolución de conflictos

8 horas

El objetivo de este módulo es conocer los aspectos específicos del arbitraje comercial internacional, sus características así como las diferentes fases de un procedimiento arbitral. Se exponen, además, otras vías de resolución de conflictos comerciales internacionales.

7.1. Introducción.

7.2. Posibilidades de prevención y resolución de conflictos derivados del contrato comercial internacional:

7.2.1. ADR.

7.2.2. Peritaje.

7.3. Principales organismos arbitrales internacionales.

7.4. Ventajas del uso del sistema arbitral de resolución de conflictos.

7.5. El procedimiento arbitral internacional:

7.5.1. Cuestiones previas a determinar para iniciar el procedimiento arbitral internacional.

7.5.2. Fases del procedimiento arbitral internacional:

7.5.2.1. Demanda y contestación.

7.5.2.2. Inicio del procedimiento.

7.5.2.3. Gastos del arbitraje.

7.5.2.4. Acta de misión.

7.5.2.5. Instrucción de la causa.

7.5.2.6. Examen previo del proyecto de laudo y laudo definitivo.

7.5.3. El laudo arbitral y su ejecución.

7.6. Conclusiones.

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Contratación y Negociación Internacional han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

→ Eduardo Javier Neira

Abogado del ICA de Zamora posee amplia experiencia dentro del comercio internacional. Asesor y formador en gestión e internacionalización de la empresa es además colaborador habitual con organizaciones empresariales e instituciones educativas públicas y privadas en la elaboración e impartición de materias relacionadas con el comercio internacional.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Contratación y Negociación Internacional**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

