Negociación y contratación internacional (UF1784)

Negociación y contratación internacional (UF1784)

Duración: 80 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2025

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

© icaformación2025

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

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.

© icaformación2025

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.

© icaformación2025

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.

© icaformación2025

6.3.3. El laudo y su ejecución.

© icaformación2025