IELOGIS
Instituto Europeo de Logística y Transporte

MÁSTER EN NEGOCIACIÓN Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL

IELB007
www.ielogis.com



Escuela asociada a:

e: CUM LAUDE

CECAP

DESTINATARIOS

El **Máster en Negociación y Compraventa Internacional** va dirigido a todas aquellas personas que quieran especializarse en el desarrollo de técnicas de negociación internacional. A lo largo de la formación, el alumno estudiará el funcionamiento de la compraventa internacional, las barreras y obstáculos de los intercambios comerciales, así como la elaboración de ofertas en mercados exteriores. Además, el estudiante aprenderá a localizar y buscar proveedores potenciales y sabrá gestionar pedidos y tareas de facturación. Por otro lado, se formará también para adquirir las pautas de negociación internacional más efectivas de acuerdo a un modelo de comunicación estratégico específico. Asimismo, el contrato de compraventa exterior, la intermediación comercial y el arbitraje para la resolución de conflictos en el comercio son otras fuentes de estudio. Una vez finalizada la titulación, el alumno será capaz de liderar la negociación de una operación de comercio a escala global.

MODALIDAD

• **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

El alumno puede solicitar **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.

DURACIÓN

La duración del curso es de 1200h.

IMPORTE

Importe Original: ~~1320€~~

Importe Actual: 660€

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica la “MÁSTER EN NEGOCIACIÓN Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL”, de IELOGIS, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

El alumno tiene la opción de solicitar junto a su diploma un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

CONTENIDO FORMATIVO

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TEORÍAS SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith
2. Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo
    - Economías de escala
3. Teoría de la demanda recíproca de Stuart Mill
4. Teoría de Heckscher-Ohlin
5. Teoría de la gravedad del comercio internacional
6. Paradoja de Wassily Leontief
7. Teoría de Brander-Spencer

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MODELOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Modelo librecambista
2. Modelo proteccionista

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 2. MARCO ECONÓMICO, POLÍTICO Y JURÍDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMERCIO INTERIOR, EXTERIOR E INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL SECTOR EXTERIOR ESPAÑOL

1. Comercio de productos, servicios e inversiones
2. Relaciones comerciales
    - Por países
    - Por sectores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MAGNITUDES MACROECONÓMICAS

1. PIB
2. IPC
3. Balanza de Pagos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANISMOS REGULADORES

1. Organización Mundial del Comercio (OMC)
    - GATT (1994)
2. Fondo Monetario Internacional (FMI)
3. Banco Mundial (BM)
4. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTEGRACIÓN ECONÓMICA REGIONAL

1. Principales bloques económicos
    - Áreas de Libre Comercio
    - Acuerdos Aduaneros
    - Comunidad Económica
    - Unión Económica

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA UNIÓN EUROPEA

1. Política comercial comunitaria
2. Mercado Único Europeo

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 3. BARRERAS A LOS INTERCAMBIOS COMERCIALES INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. BARRERAS ARANCELARIAS

1. Tipos de barreras arancelarias
    - Arancel ad-valorem
    - Arancel específico
    - Arancel mixto
2. Exenciones o bonificaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BARRERAS NO ARANCELARIAS

1. Barreras cuantitativas
    - Permisos de exportación e importación
    - Cupos
2. Barreras cualitativas

- Barreras técnicas
- Barreras sanitarias
- Barreras medioambientales

3. Barreras fiscales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIDAS DE DEFENSA COMERCIAL

1. Medidas antidumping
2. Medidas antisubvención
3. Medidas de salvaguardia

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 4. FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOS DE INFORMACIÓN

1. Información comercial de clientes y proveedores internacionales
2. Información de los países de origen y/o destino
3. Información de apoyo a la internacionalización de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)
2. Cámaras de Comercio
3. Oficinas comerciales
4. Asociaciones empresariales
5. Entidades financieras
6. Organismos internacionales
7. Dirección General de Aduanas de la Agencia Tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BASES DE DATOS EN LÍNEA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Archivo y actualización de la información
2. Confección de bases de datos y aplicaciones informáticas

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 5. BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOCALIZACIÓN Y BÚSQUEDA DE CLIENTES Y PROVEEDORES INTERNACIONALES

1. Directorios y portales
2. Marketplaces sectoriales
3. Ferias comerciales internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES Y PROVEEDORES

4. Clasificación de los clientes
    - Según su frecuencia de compra
    - Según su volumen de compras
    - Según su rentabilidad
    - Según su ubicación geográfica
    - Según su antigüedad
5. Clasificación de los proveedores
    - Según el tipo de bienes que ofrecen a la empresa compradora
    - Según su riesgo
    - Según los tratados del mercado internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOLOGÍA DE LOS ARCHIVOS DE LOS CLIENTES Y PROVEEDORES

1. Principales
2. Secundarios
3. Físicos
4. Informáticos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELABORACIÓN DE BASES DE DATOS DE CLIENTES Y PROVEEDORES

1. Codificación de clientes y proveedores
2. Modelos
    - Relacional
    - Distribuida
    - NoSQL
3. Sistemas de administración de bases de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ALERTAS INTELIGENTES

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 6. CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. REGULACIÓN DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Lex mercatoria
2. Principios UNIDROIT
3. Convención de Viena
4. Convenio de Roma
5. Leyes modelo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OBLIGACIONES DE LAS PARTES QUE INTERVIENEN EN LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Obligaciones del vendedor
2. Obligaciones del comprador

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CLÁUSULAS GENERALES DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Descripción de los productos
2. Precio del contrato
3. Condiciones de entrega
4. Plazo de entrega
5. Documentos
6. Inspección de los productos por el comprador
7. Reserva de propiedad
8. Fuerza mayor
9. Resolución de controversias

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INCOTERMS: CONDICIONES DE ENTREGA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Finalidad y alcance
2. Categorías principales de incoterms
    - Incoterms para cualquier medio de transporte
    - Incoterms para medios marítimos y navegables
3. Revisiones de los incoterms

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 7. CONFECCIÓN DE OFERTAS EN COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. OFERTA COMERCIAL INTERNACIONAL

1. Análisis previo del mercado de destino
2. Elementos de la oferta comercial internacional
    - Identificación del vendedor
    - Descripción de los productos o servicios
    - Cantidad
    - Precio
    - Condiciones de entrega
    - Condiciones de pago
    - Validez de la oferta
    - Documentos requeridos
3. Preparación y presentación de la oferta comercial internacional
4. Negociación de la oferta comercial internacional

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 8. GESTIÓN DE PEDIDOS Y FACTURACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DOCUMENTAL DE LA OPERACIÓN COMERCIAL

1. Presupuesto
2. Pedido
3. Albarán de entrega
4. Factura

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PEDIDOS

1. Contenido
2. Revisión por parte del vendedor
3. Pedido en firme
4. Confirmación del pedido
5. Preparación del pedido

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACTURAS

1. Factura proforma
2. Factura comercial

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 9. APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. APLICACIONES INFORMÁTICAS GENERALES

1. Procesadores de texto
2. Bases de datos
3. Hojas de cálculo
4. Presentaciones
5. Aplicaciones de agenda y calendario

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA DIFERENTES ÁREAS EMPRESARIALES

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 10. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Fases de la negociación
    - Toma de contacto
    - Preparación
    - Encuentro
    - Propuesta
    - Discusión
    - Cierre
2. Componentes básicos de la negociación
    - Comunicación
    - Relación
    - Intereses
    - Opciones
    - Compromisos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTILOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

1. Negociación colaborativa
2. Negociación competitiva
3. Negociación acomodativa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NEGOCIACIÓN INTERCULTURAL

1. Negociación comercial según la región geográfica
    - Estados Unidos
    - Inglaterra
    - Francia
    - Alemania
    - Japón
    - China
    - Latinoamérica

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 11. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DE COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES COMERCIALES

1. Proceso comunicativo
2. Etapas del proceso de comunicación
3. Barreras en la comunicación entre operadores internacionales
    - Barreras semánticas
    - Barreras psicológicas
    - Barreras fisiológicas
    - Barreras físicas
    - Barreras idiomáticas
    - Barreras culturales
4. Recursos para manipular datos de percepción
    - Estereotipación
    - Efecto Halo
    - Proyección
    - Expectativa
    - Percepción selectiva
    - Defensa perceptiva

5. La comunicación como generadora de comportamientos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE COMUNICACIÓN

1. Comunicaciones masivas
    - Televisión
    - Radio
    - Periódicos y revistas
    - Redes sociales
2. Comunicaciones selectivas: marketing directo
3. Comunicaciones personales: venta personal

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN ORAL EN LAS RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

1. Comunicación telefónica y presencial
2. Técnicas de recepción y transmisión de mensajes orales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN ESCRITA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Normas de comunicación y expresión escrita
    - Construir un mensaje claro, preciso y conciso
    - Estructuración correcta del contenido
    - Cuidar la expresión escrita
2. Modelos de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RELACIONES PÚBLICAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Ventajas del comercio electrónico
2. Desventajas del comercio electrónico
3. Tipos de comercio electrónico
    - Transacciones entre organizaciones (B2B)
    - Transacciones entre empresas y consumidores finales (B2C)

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 12. CONTRATOS DE INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERMEDIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

1. Tipos de intermediarios
2. Contratos de intermediación: delimitación entre los contratos de comisión, mediación y agencia

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTRATO DE AGENCIA

1. Obligaciones principales del agente
2. Obligaciones principales del empresario
3. Duración y extinción

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN

1. Cláusulas de especial atención
2. Obligaciones principales del distribuidor
3. Duración y extinción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SELECCIÓN DE AGENTES Y/O DISTRIBUIDORES EN EL EXTERIOR

1. Fuentes de localización de agentes y distribuidores internacionales
    - Ferias y exposiciones comerciales
    - Cámaras de Comercio

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MÉTODOS DE MOTIVACIÓN, PERFECCIONAMIENTO Y GESTIÓN DEL TIEMPO DE LA RED DE VENTAS INTERNACIONAL

1. Agentes comerciales
2. Distribuidores
3. Proveedores

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 13. OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONTRATO DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTRATO DE JOINT VENTURE

1. Estructura del contrato

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTRATO DE FRANQUICIA

1. Obligaciones comunes del franquiciador
2. Obligaciones comunes del franquiciado

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 14. EL ARBITRAJE COMERCIAL INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. VÍAS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DERIVADOS DEL CONTRATO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES ORGANISMOS ARBITRALES

1. Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional
2. Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial
3. Cámara de Comercio Internacional
4. Centro Internacional de Arreglo de Diferencias relativas a Inversiones
5. London Court of International Arbitration

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCEDIMIENTO ARBITRAL INTERNACIONAL

1. Problemas preliminares
2. Fases del procedimiento

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN
SOLUCIONARIO
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA