

MÒDUL PROFESSIONAL 9: NEGOCIACIÓ INTERNACIONAL

Durada: 99 hores

UNITATS FORMATIVES:

UF 1: Contractació internacional

Durada: 33 hores

Continguts:

1. Interpretació de la normativa i usos habituals que regulen la contractació internacional:

1.1 El contracte internacional:

1.1.1 Llei aplicable.

1.1.2 Elecció de la llei aplicable.

1.1.3 Llei aplicable en defecte d'elecció.

1.1.4 Principis UNIDROIT als contractes internacional.

1.1.5 Regles de la Cambra de Comerç Internacional. Versions en llengües oficials i en llengua anglesa.

1.1.6 Els Incoterms: condicions i obligacions. Versions en llengües oficials i en llengua anglesa.

1.2 L'arbitratge i la mediació internacional.

1.3 Concursos i licitacions internacionals.

2. Elaboració de contractes internacionals:

2.1 El contracte de compravenda internacional.

2.1.1 Convenció de Viena de 1980.

2.1.2 Lex Mercatoria Internacional.

2.1.3 Aspectes a acordar en la negociació: quantitat, preu, descripció del producte i referència, terminis i condicions de lliurament/recepció, terminis de pagament/cobrament, entre d'altres.

2.2 Etapes del contracte de venda internacional:

2.2.1 L'oferta comercial.

2.2.2 Condicions generals d'una venda d'exportació

2.2.3 L'acceptació

2.2.4 Clausulat del contracte:

2.2.4.1 Clàusules de caràcter econòmic: preu, productes, modalitat de transport i condicions de lliurament.

2.2.4.2 Clàusules de caràcter jurídic: objecte del contracte, parts contractants, transferència de la propietat, clàusules de compromís, clàusules penals, clàusules resolutòries, clàusules exoneratòries, clàusula de salvaguarda, entrada en vigor del contracte, llei, jurisdicció competent, idioma del contracte.

2.3 Els contractes d'intermediació comercial:

2.3.1 El contracte de comissió o representació.

2.3.2 El contracte de mediació o corretatge.

2.3.3 El contracte d'agència. Clàusules: Parts, objecte, data d'entrada en vigor, finalització del contracte, remuneració de l'agent, sanció per no execució i tractament dels litigis, obligacions del principal, obligacions de l'agent, clàusula Ducroire, entre d'altres.

2.4 Els contractes de distribució comercial:

2.4.1 El contracte de distribució o concessió

2.4.2 El contracte de franquícia

2.5 Els contractes de transferència de tecnologia:

- 2.5.1 Acords de llicència de patent.
- 2.5.2 Acords de llicència de know-how.
- 2.6 Els contractes de joint-venture o d'empresa conjunta.
- 2.7 Els contractes informàtics internacionals.
- 2.8 Els contractes de subministrament.
- 2.9 Els contractes de prestacions de serveis i resultat.
- 2.10 Contractació mitjançant concursos o licitacions internacionals.
- 2.11 Vies de prevenció de conflictes: L'arbitratge internacional.
- 2.12 Anglès comercial.

3. Planificació del desenvolupament i control dels acords contractuals internacionals:

- 3.1 Organització d'operacions de compravenda internacional
 - 3.1.1 La gestió de l'equip comercial.
 - 3.1.1.1 La composició de l'equip de vendes d'exportació.
 - 3.1.1.2 La retribució dels venedors a l'estranger.
 - 3.1.1.3 El control de l'equip de vendes
 - 3.1.1.4 El sistema de recompenses i de sancions de l'equip de vendes.
 - 3.1.2 Accions dirigides als distribuïdors
 - 3.1.2.1 La diversitat dels distribuïdors: Importador, detallista independent i punt de venda pertanyent a una central de compra, entre d'altres.
 - 3.1.2.2 Programes de fidelització dels distribuïdors.
 - 3.1.3 El desenvolupament de les relacions amb els representants locals:
 - 3.1.3.1 Comissionistes. Concessionaris. Franquícies.
 - 3.1.4 Tècniques de motivació, perfeccionament i temporització de la xarxa de vendes.
- 3.2 Seguiment de les compres.
 - 3.2.1 Ratis de control de les operacions i seguiment al llarg del temps.
 - 3.2.2 Anàlisi gràfic del seguiment de les compres: *Spider graph* (gràfic radial o d'aranya o de radar)
- 3.3 Control de qualitat d'operacions internacionals.

Resultats de l'aprenentatge:

1. Interpreta la normativa i els usos habituals que regulen la contractació internacional, analitzant la seva repercussió en les operacions de comerç internacional.
2. Elabora contractes internacionals, incorporant els acords presos en els processos de negociació i aplicant la normativa, usos i costums internacionals.
3. Planifica el desenvolupament i el procés de control dels acords contractuals internacionals, obtenint informació dels agents que intervenen.

UF 2. Estratègies de negociació internacional

Durada: 66 hores

Continguts:

1. Selecció de proveïdors potencials:

1.1 La funció de les compres:

1.1.1 Les especificitats de la funció de les compres.

1.1.2 Tipus de compres: La segmentació de les compres. El portafolis de compres: Avaluació del risc i del benefici. Les estratègies de compres.

1.1.3 El procés de les compres.

1.1.4 Organització de les compres.

1.2 Les compres internacionals:

1.2.1 La internacionalització de les compres: L'aprovisionament a l'estranger. El *global sourcing*. Els riscos de les compres internacionals. Els circuits i xarxes de vendes L'aproximació tradicional. L'*e-procurement*. Els mercats electrònics. Les limitacions logístiques, duaneres i financeres.

1.2.2 La recerca de proveïdors potencials: Quadern de càrregues tècniques i funcionals. Identificació dels proveïdors potencials: Fonts d'informació. Preselecció del proveïdor. Contacte amb el proveïdor: *Request for quote*.

1.2.3 Els criteris de selecció. Anàlisi gràfic dels proveïdors seleccionats: *Spider graph* (gràfic radial o d'aranya o de radar)

2. Establir el procés de comunicació en les relacions internacionals:

2.1 Fonts d'informació sobre comerç internacional.

2.2 Mitjans i sistemes de comunicació internacional.

2.3 La comunicació interpersonal:

2.3.1 Els actors de la relació.

2.3.2 Els problemes de la comunicació.

2.3.3 Estratègies relacionals.

2.3.4 La interculturalitat dins de la comunicació.

2.4 La comunicació verbal i no verbal, en un context d'interculturalitat.

2.5 El coneixement d'un mateix i dels altres.

2.6 Les competències relacionals:

2.6.1 L'assertivitat.

2.6.2 L'escolta activa.

2.6.3 L'argumentació.

2.6.4 Les regles de la convivència.

2.6.5 L'aparença física com element de comunicació.

2.6.6 La capacitat de generar estrès.

2.6.7 Les competències relacionals interculturals.

2.7 L'entrevista.

2.7.1 La realització de l'entrevista telefònica o videoconferència:

2.7.2 Condicions d'èxit.

2.7.3 Guia d'entrevista telefònica i videoconferència.

2.8 Protocol internacional.

2.8.1 La dimensió cultural i l'aproximació a la cultura del país: Cultura i competència intercultural. Reconeixement i respecte de les diferències culturals. Salutacions i presentacions. Noms i títols. Intercanvi de targetes. Costums a la taula. Propines. Colors i formes. Gestos. Regals.

2.8.2 Els models interculturals: Etnocentrisme i percepció social intercultural. Els principals models interculturals.

2.8.3 Desenvolupament de les competències interculturals: Les subtileses de la llengua. Els comportaments individuals i socials. L'equip multicultural.

2.9 Utilització de les tecnologies de la informació i comunicació amb operadors internacionals.

2.10 Anglès comercial.

3. Disseny del procés de negociació amb clients i/o proveïdors internacionals:

3.1 Preparació de la negociació internacional.

3.2 Marge de la negociació.

3.3 Desenvolupament de la negociació internacional.

3.4 Etapes del procés de negociació.

3.5 La compra internacional:

3.5.1 Avaluació de les ofertes dels proveïdors: La comparació de les ofertes. L'avaluació dels proveïdors.

3.5.2 La preparació de la negociació: La negociació cara a cara. Les subhastes inverses.

3.6 Consolidació de la negociació internacional.

3.7 Tècniques de negociació internacional.

3.8 Estils nacionals de negociació comercial en diferents països: anglosaxó, francès, alemany, nipó, xinès, nord-americà, hispanoamericà i àrab, entre altres.

3.9 Factors d'èxit en una negociació internacional.

3.10 Utilització d'aplicacions informàtics pel procés de negociació.

3.11 Utilització de programes de presentacions gràfiques pel procés de negociació.

Resultats d'aprenentatge:

1. Selecciona els proveïdors potencials, utilitzant les fonts d'informació disponibles i analitzant les seves condicions comercials.

2. Estableix processos de comunicació amb clients i proveïdors internacionals segons els protocols empresarials i costums del país, emprant els mitjans i sistemes adequats.

3. Dissenya el procés de negociació amb clients i/o proveïdors, proposant els termes més avantatjosos per l'organització.