

## **ESCI32 Comercio Internacional III**

*Regular course*

4 credits

### 1. Descripción

Análisis de los mecanismos y técnicas de negociación y comunicación internacional incluidos los modernos medios electrónicos.

### 2. Evaluación

- Interés y participación en clase 10%
- Examen final comercio electrónico 15 %
- Examen final Negociación y comunicación 45%
- Trabajo escrito 15 %
- Presentación Oral 15 %

### 3. Contenidos

Negociación y Comunicación Internacional

1. Negociación. 1.1. La globalización y las diferencias culturales. 1.2. El territorio en la negociación internacional. 1.3. Dimensiones diferenciales culturales. 1.3.1 Individualismo/Cohesion social. 1.3.2 Distancia en el poder. 1.3.3 Temor a la incertidumbre. 1.3.4 Otras dimensiones en el análisis de las culturas internacionales (Integradora, Pragmática, Rígida, Formal o Informal, Sensible al lenguaje corporal, Factual o Abstracta). 1.4 Cualidades del buen negociador en el entorno internacional. 1.4.1 Ser asertivo. 1.4.2 Flexibilidad y adaptación. 1.4.3 Facilidad de Análisis y racionalidad. 1.4.4 Comprensión y atención. 1.4.5 Transparencia y honestidad. 1.4.6 Errores más comunes. 1.5 Fases de proceso de negociación internacional. 1.5.1 La preparación y planificación del proceso negociador (Definición del MAAN y la ZAP, Estudio de la otra parte negociadora, Estudio del territorio y su entorno legal, La creación o reclamación del valor, Nivel de conflicto y técnicas de dominio, interés, derecho y poder). 1.5.2 La construcción de la relación. (Información previa imprescindible, Comunicación y análisis). 1.5.3 Apertura (Elementos en la presentación, El lenguaje corporal en la apertura). 1.5.4 Cierre (Técnicas de cierre, El falso cierre). 1.5.5 Implementación (Formalización de acuerdos, Seguimiento y puesta en marcha)

Comunicación

2 Comunicación. 2.1 Definición de Comunicación. 2.1.1 La comunicación: clave del éxito en negociación. 2.2 El proceso de comunicación. 2.2.1 Barreras de comunicación. 2.2.2 Problemas habituales. 2.3 Tipos de comunicación. 2.3.1 Comunicación verbal. 2.3.2 Comunicación no verbal: El lenguaje corporal. 2.4 Comunicación en comercio internacional. 2.4.1 Imagen corporativa. 2.4.2 Correspondencia Comercial Internacional. 2.4.3 Los informes internos del departamento internacional. 2.4.4 El Plan de negocios Internacional. 2.4.5 Comunicación en Ferias y Eventos internacionales. 2.4.6 Comunicación en elementos promocionales básicos (Catálogos, Paginas Web, Folletos, CD-Room, Carteles promocionales)

E-commerce

3. Introducción a las Nuevas Tecnologías. 3.1. La empresa digital y la cadena de valor. .2. Los nuevos desafíos para la empresa internacional. 3. Estrategia de empresa basada en Internet. 3.1. ¿Que se puede hacer con el Internet? 3.2. El plan estratégico: Fases de desarrollo. 3.2.1. Análisis (Situación de la compañía, Situación del sector, Situación de la competencia, Situación de los productos, Situación del e-consumidor) 3.2.2. Estrategias. (Misión de la compañía, Objetivos,

Segmentación del mercado, Posicionamiento, Acciones y campañas). 3.2.3. Presupuesto (Recursos humanos, Tarifas publicitarias, Inversión en promociones, Información de valor añadido, Adaptaciones técnicas). 3.2.4. Puesta en marcha (Calendario, Apoyo corporativo, Aplicaciones Web, Aplicación del Marketing-mix). 3.2.5. Control y actualización (Herramientas de control, Seguimiento del e-consumidor, Política de actualización, Orientación hacia la fidelización, Retorno de inversión). 3.3. Recomendaciones para una estrategia eficaz. 3. 4. Ejemplos y casos de éxito. 3. Seguridad en Internet. 3.1. Paradigmas de la seguridad. 3.2. Introducción a la certificación digital