

En este curso, el objetivo general será controlar todas las aristas que se podrán dar en una negociación con proveedores. Y como objetivos individuales están: Conocer en qué consiste la negociación comercial, los elementos que la componen, su protocolo, la comunicación apropiada, sus principios y sus diferentes tipos y estilos, además desarrollado en el ámbito internacional. Aprender las características que debe tener un buen negociador, así como los diferentes estilos que existen. Estudiar las diferentes fases del proceso de negociación comercial, compuesta por la preparación, el desarrollo y el cierre. Situar la función de compras dentro del organigrama de la empresa, además de conocer su definición y la importancia. Analizar cómo estructurar un departamento de compras internamente, el proceso y las estrategias que pueden emplearse. Comprender las diferentes estrategias y tácticas empleadas en el desarrollo de la negociación. Desarrollar el modelo Strategic Sourcing, conociendo las etapas, los beneficios y los factores de éxito en su implementación. Poder conocer los criterios de búsqueda e identificación de proveedores, así como las características del proveedor que queremos encontrar, así como la importancia que tiene la cadena de suministro. Gestionar los contratos y los pedidos de compra, así como su correcta administración. Saber de la existencia de los indicadores claves de rendimiento, así como de cuáles son imprescindibles para nuestra organización.

UNIDAD 1. LA NEGOCIACIÓN COMECIAL

1.1. Concepto de negociación comercial 1.2. Diferencias entre vender y negociar 1.3. Elementos de negociación 1.4. El protocolo de la negociación 1.5. La comunicación 1.6. Principios de la negociación 1.7. Tipos y estilos de negociación 1.8. Características del negociador 1.9. Tipos de negociador 1.9.1. Archivo multimedia "Los diferentes tipos de negociadores" 1.10. Estilos internacionales de negociación

UNIDAD 2. EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL

2.1 Introducción 2.2 Fase de preparación 2.3 Fase de desarrollo 2.4 Fase de cierre

UNIDAD 3. ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

3.1 Situando la función de compras en la organización 3.2 Definición de la función de compras 3.3 Importancia de las compras 3.4 Aspectos organizativos del departamento de compras 3.5 El proceso de compra. Fases del proceso. 3.6 La estrategia de compra 3.7 El proceso administrativo de compra

UNIDAD 4. DESARROLLO DE NEGOCIACIÓN

4.1. Estrategias de negociación 4.1.1. Negociación por posiciones 4.1.1.1. Negociaciones competitivas (yo gano, tú pierdes) 4.1.1.2. Negociaciones colaborativas (yo gano, tú ganas) 4.1.1.3. Crítica a la negociación por posiciones 4.1.2. Negociación por principios, o negociación basada en los méritos 4.1.3. Criterios para elegir el tipo de negociación más apropiado 4.2. Tácticas de negociación 4.2.1. Tácticas de presión posicionales 4.3. El perfil de un buen negociador

UNIDAD 5. PROVEEDORES: BÚSQUEDA, SELECCIÓN Y EVALUACIÓN. VALORACIÓN DE OFERTAS

5.1. El Proceso de Sourcing: Localización, Identificación y Evaluación de proveedores 5.1.1. Las etapas 5.1.2. Beneficios del modelo de Strategic Sourcing 5.1.3. Factores de éxito en su implementación 5.2. El mercado del proveedor 5.2.1. Archivo multimedia: "El mercado del proveedor" 5.3. El perfil del proveedor deseado 5.4. El Proceso de Búsqueda e Identificación de Proveedores

UNIDAD 6. CONTROL DE GESTIÓN EN COMPRAS

6.1. Gestión de los contratos/pedidos de compra 6.1.1. Gestión de los contratos con proveedores 6.1.2. La gestión de compras 6.1.2.1. Buenas prácticas en la gestión de compras 6.2. La importancia de la cadena de suministro 6.3. Administración de los contratos de compra 6.4. Elementos de gestión en la relación con proveedores 6.5. Riesgos en las operaciones de compra 6.6. Indicador clave de rendimiento (KPI) 6.7. Indicadores imprescindibles en tu departamento de compras