

# Negociación con proveedores

AF: 26441

HORAS: 30

## OBJETIVOS

En este curso de 30 horas el objetivo general será controlar todas las opciones que se pueden dar en una negociación con proveedores. Asimismo, como objetivos individuales están los siguientes: ? Conocer lo fundamental en relación a la negociación comercial: elementos que la componen, la comunicación apropiada y sus principios, entre otros aspectos fundamentales. ? Estar en conocimiento de las características que debe de tener un buen negociador. ? Conocer, al menos de manera general, las diferentes fases del proceso de negociación comercial. ? Comprender y reconocer las diferentes estrategias y tácticas empleadas en el desarrollo de la negociación. ? Aprender qué es el modelo Strategic Sourcing, así como sus etapas y los beneficios que aporta su implementación. ? Saber de la existencia de los indicadores claves de rendimiento.

## CONTENIDOS

CONTENIDOS UNIDAD 1. LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL Introducción Mapa conceptual Contenido 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 Resumen UNIDAD 2. EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL Introducción Mapa conceptual Contenido 2.1 Introducción 2.2 Fase de preparación 2.3 Fase de desarrollo 2.4 Fase de cierre Resumen UNIDAD 3. ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS Introducción Mapa conceptual Contenido 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 Resumen UNIDAD 4. DESARROLLO DE NEGOCIACIÓN Introducción Mapa conceptual Contenido 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 Resumen UNIDAD 5. PROVEEDORES: BÚSQUEDA, SELECCIÓN Y EVALUACIÓN. VALORACIÓN DE OFERTAS Introducción Mapa conceptual Contenido 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 Resumen UNIDAD 6. CONTROL DE GESTIÓN EN COMPRAS Introducción Mapa conceptual Contenido 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 Resumen BIBLIOGRAFÍA GLOSARIO