

Modalidad: curso e-Learning Duración: 90 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Interpretar la información, líneas y argumentos de un discurso oral en inglés, formal e informal, presencial y retransmitido, de una operación comercial internacional definida Interpretar los datos e información específica de distintos documentos, informes comerciales y fuentes de información de comercio internacional escritos en inglés extrayendo la información relevante para una exportación y/o importación de bienes/servicios Producir mensajes orales complejos en inglés con fluidez, detalle y claridad, en situaciones-tipo del comercio internacional Interactuar oralmente, en inglés, con fluidez y espontaneidad, con uno y al menos dos interlocutores, manifestando opiniones diversas, en distintas situaciones, formales e informales, propias de comercio internacional: visitas a ferias, gestiones y negociación de operaciones con clientes/proveedores

CONTENIDOS

UD1. Gestión de operaciones de Comercio Internacional en inglés. 1.1. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional:. 1.2. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional:. 1.3. Léxico y fonética de las condiciones de entrega:. UD2. Presentaciones comerciales en inglés. 2.1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en inglés. 2.2. Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación:. 2.3. Simulación de presentaciones comerciales orales en inglés. UD3. Negociación de operaciones de Comercio Internacional en inglés. 3.1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en procesos de negociación del comercio internacional. 3.2. Interacción entre las partes de una negociación comercial. 3.3. Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación. 3.4. Fórmulas de persuasión en una negociación internacional. 3.5. Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos. UD4. Contexto socioprofesional de las operaciones Comercio Internacional. 4.1. Contenidos socioculturales y sociolingüísticos en entornos profesionales internacionales. 4.2. Elementos significativos en las relaciones comerciales y profesionales. 4.3. Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores. 4.4. Giros. 4.5. Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.

