www.formatesincoste.com
info@formatesincoste.com
Tfno: 956 074 222/655 617 059
Fax: 956 922 482

Inglés Oral y Escrito en Comercio Internacional

Duración: 80 horas

Modalidad: Online

Coste Bonificable: 600 €

Objetivos del curso

- 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:
1.1.1. Vocabulario y expresiones en la operativa de los distintos destinos aduaneros.
1.1.2. Vocabulario y expresiones en la negociación y procesos de acuerdos comerciales con otros operadores.
1.2. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional:
1.2.1. Condiciones de contratación y financiación.
1.2.2. Tarifas y precios.

1.2.3. Modos de pago.
1.2.4. Prórrogas.
1.2.5. Descuentos.
1.3. Léxico y fonética de las condiciones de entrega:
1.3.1. Incoterms.
1.3.2. Plazos de entrega.
1.3.3. Condiciones de transporte.
1.3.4. Incumplimientos, anomalías y siniestros

UD2. Presentaciones comerciales en inglés
2.1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en inglés.
2.1.1. Fórmulas de marcadores conversacionales: saludo, presentación, despedida, ayuda, interacción.
2.1.2. Argumentación comercial y características de los productos.
2.1.3. Conclusiones, despedida y cierre de las presentaciones comerciales.
2.2. Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación:
2.2.1. Elaboración de guiones para la presentación de empresas, productos y/o servicios en ferias, visitas y cartas.
2.3. Simulación de presentaciones comerciales orales en inglés.
2.3.1. Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.
2.3.2. Entonación y puntuación discursiva básica.

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
3.2.1. Presentación inicial de posiciones.
3.2.2. Argumentos.
3.2.3. Preferencias.
3.2.4. Comparaciones.
3.2.5. Estrategias de negociación.
3.2.6. Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.
3.3. Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación.
3.3.1. Mostrar duda, acuerdo y desacuerdo.
3.3.2. Contradecir en parte.
3.3.3. Clarificar las opiniones y reformular.
3.3.4. Expresar contraste y clasificar.
3.4. Fórmulas de persuasión en una negociación internacional.
3.5. Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos.

3.5.1. Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.
3.5.2. Entonación y puntuación discursiva básica.

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.
4.2.1. Registro formal, neutral e informal.
4.2.2. Relaciones profesionales en distinto grado de formalidad.
4.2.3. Relaciones con la autoridad y la administración.
4.3. Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores.
4.3.1. Convenciones sociales: Tabúes relativos al comportamiento.
4.3.2. Fórmulas de cortesía y tratamiento de uso frecuente.
4.3.3. Convenciones en la conversación y visitas comerciales: puntualidad, ofrecimientos de comida, tiempo de estancia, expresión de expectativas como anfitrión.
4.3.4. Comportamiento ritual: celebraciones y actos conmemorativos.
4.4. Giros
4.5. Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.
4.5.1. El saludo.
4.5.2. La posición del cuerpo y las extremidades.
4.5.3. La mirada.
4.5.4. Las diferencias de género.
4.5.5. Proximidad física y esfera personal.