

Inglés Oral y Escrito en el Comercio Internacional

Modalidad: Teleformación

Duración: 90 horas

Titulación expedida por la Universidad Rey Juan Carlos¹

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

Índice

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 Una vez superado el curso

- 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.