

Inglés profesional para actividades comerciales



Área: Sin clasificar
Modalidad: Mixta
Duración: 90 h
Horas presenciales: 54
Horas teleformación: 36
Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.

CONTENIDOS

1. Atención al cliente/consumidor en inglés - Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes. - Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor: ■saludos, ■presentaciones y ■fórmulas de cortesía habituales. - Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita. - Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores: ■Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes. - Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad. 2. Aplicación de técnicas de venta en inglés - Presentación de productos/servicios: ■características de productos/servicios, ■medidas, ■cantidades, ■servicios añadidos, ■condiciones de pago y ■servicios postventa, entre otros. - Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores. - Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta: ■instrucciones de uso, ■precio, ■descuentos y ■recargos entre otros. - Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor. - Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica: ■Fórmulas habituales en el argumentario de venta. - Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros. 3. Comunicación comercial escrita en inglés - Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica: ■pedidos, ■facturas, ■recibos y ■hojas de reclamación. - Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés: ■hojas de pedido, ■facturas, ■ofertas y ■reclamaciones entre otros. - Redacción de correspondencia comercial: ■Ofertas y presentación de productos por correspondencia. ■Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, respuesta a las reclamaciones, solicitud de prórroga y sus respuestas. ■Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga. - Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés. - Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés. - Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta. - Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes: ■Internet, ■fax, ■correo electrónico, ■carta u otros análogos.

METODOLOGIA

Principios metodológicos de la acción formativa

- Conocer y partir del perfil de entrada de los asistentes en cuanto a nivel de conocimiento y desarrollo profesional.
- Procurar que el objeto de aprendizaje sea coherente, claro y lógico y aparezca ante los asistentes adecuadamente presentado.
- Motivar a los asistentes para lograr un esfuerzo continuado acorde con el proceso de aprendizaje y su duración.

Características de la acción formativa

- Formación directa entre alumno y profesor.
- Formación específica ajustando el Temario a los objetivos a cumplir.



- Formación adaptada incorporando ejemplos prácticos y clarificadores.
- Formación participativa motivando a los asistentes a que sean agentes principales del desarrollo de la acción.
- Formación documentada apoyando siempre las explicaciones del docente del correspondiente material didáctico: presentaciones, guiones, documentaciones, libros, etc.