

Lengua Extranjera Oral y Escrita, distinta del Inglés, en el Comercio Internacional (Francés)

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Adquirir las competencias profesionales necesarias para comunicarse en francés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS.

Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional.

Estructuras lingüísticas y lexico relacionado con la contratacion y condiciones de la compraventa internacional.

Lexico y fonetica de las condiciones de entrega.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESENTACIONES COMERCIALES EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS.

Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en lengua extranjera distinta del inglés.

Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación.

Simulación de presentaciones comerciales orales en inglés.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS.

Estructuras lingüísticas y léxico habitual en procesos de negociación del comercio internacional.



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Interacción entre las partes de una negociación comercial.
Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación.
Fórmulas de persuasión en una negociación internacional.
Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTEXTO SOCIOPROFESIONAL DE LAS OPERACIONES COMERCIO INTERNACIONAL.

Contenidos socioculturales y sociolingüísticos en entornos profesionales internacionales.
Elementos significativos en las relaciones comerciales y profesionales.
Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores.
Giros y modismos adecuados al contexto del comercio internacional.
Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.