

Inglés Profesional para Actividades Comerciales

Duración:

90 horas lectivas

Metodología:

- A través de un enlace a la plataforma se introduce un usuario y un password para poder acceder al curso de referencia.
- El alumno deberá superar las distintas unidades o capítulos de los que se componen los módulos, realizando los test, casos prácticos o ejercicios que se le vayan presentando.
- Cada curso tiene un tutor / a asignado, el cual podrá enviar a los alumnos aquellos ejercicios adicionales y pruebas de aptitud que considere necesarias.
- La comunicación con el tutor se realizará siempre a través de la herramienta de correo habilitada en la plataforma a tal efecto.
- Una vez cumplimentados los ejercicios, se deben enviar al tutor para su corrección. El tutor responderá las consultas que le plantee el alumno en un plazo máximo de 24 horas.
- A los alumnos que resulten APTOS se les enviará un CERTIFICADO DE APTITUD a la dirección indicada en la solicitud.

OBJETIVOS

- Interactuar oralmente con fluidez y espontaneidad, en situaciones de relación de comunicación interpersonal con un cliente/consumidor.
- Conocer la terminología específica en las relaciones comerciales con clientes
- Interpretar la información de un discurso oral, en lengua estándar, tanto en vivo como retransmitido, en distintas situaciones-tipo de relación con un cliente/consumidor.
- Diferenciar entre los estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
- Diferenciar la dicción fonética de la terminología comercial básica habitual en las actividades comerciales.
- Interpretar con exactitud las necesidades del cliente/consumidor en distintas situaciones habituales en las actividades de consumo y comercio, como por ejemplo una venta y una reclamación de productos.
- Aprender a presentar al cliente diferentes productos y servicios, distinguiendo sus cualidades y características.
- Interpretar con exactitud las necesidades del cliente/consumidor en cuanto a características, cantidad y calidad de los productos.
- Comprender el vocabulario y las expresiones habituales relacionadas con los productos ofrecidos: cantidades, medidas, precios, descuentos, etc.
- Exponer de forma oral las características de un producto/servicio realizando la descripción del producto con exactitud y detalle suficiente.
- Exponer adecuadamente las condiciones comerciales: formas de pago, servicios añadidos, garantías, etc.
- Conocer las fórmulas sintácticas y los usos habituales empleados en la venta y atención telefónica de los clientes.
- Diferenciar las características del léxico técnico habitual en: faxes y cartas comerciales, facturas, hojas de reclamación y recibos, entre otros.
- Diferenciar las estructuras más formales e informales utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial.

- y cumplimentar documentación comercial básica utilizando las herramientas de interpretación, manuales y fuentes de información adecuadas.
- Identificar las características de los diferentes lenguajes y léxico técnico habitual en los documentos comerciales básicos: cartas, facturas, órdenes de pedido, recibos y hojas de reclamación entre otros.
- Identificar las expresiones, estructura y formas de presentación utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial y hojas de reclamación de clientes/consumidores/usuarios.
- Aprender a redactar una carta comercial de acuerdo a los usos habituales en las empresas considerando al menos: datos del remitente, objeto de la carta, solicitud/respuesta de información de productos sobre cantidades y calidades del producto, precios, descuentos por pronto pago entre otros.
- Redactar correctamente cartas comerciales, empleando la estructura y el vocabulario más adecuados según la finalidad de las mismas (ofertas, pedidos, solicitudes, presentaciones, reclamaciones, etc.)

Programa

Unidad Didáctica 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.

Unidad Didáctica 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.

Unidad Didáctica 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.