

La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



# 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.