








APLICACIÓN DE TECNICAS DE VENTA EN INGLES



	ONLINE		
	Duración: 30 H	Horas presenciales: 0 H	Horas online: 30 H
	Familia: IDIOMAS Área: GENERAL PRL		
	Dirigido a: - Personas empleadas, desempleadas o autónomas, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presenta o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento.		
	Objetivos: Interpretar mensajes orales o escritos de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal, emitidos en el ámbito de la actividad turística, extrayendo la información relevante. Producir con fluidez y correctamente mensajes orales o escritos en inglés medianamente complejos, referidos al contexto profesional del turismo. Comunicarse oralmente con uno o varios interlocutores en inglés estándar, expresando e interpretando con fluidez, mensajes medianamente complejos en distintas situaciones, formales e informales, propias de los servicios turísticos.		
	Metodología: Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumno interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.		
	Contenidos: 1. Presentación de productos/servicios. 2. Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores. 3. Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta. 4. Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor. 5. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica. 6. Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de		

productos/servicios, entre otros