

Talleres divulgativos: Atención al turismo de compras

Objetivo:

Conseguir que los profesionales del sector tengan los recursos idiomáticos suficientes para entenderse con los clientes de forma básica pero efectiva.

Inglés para comerciantes representa una opción pedagógica para aquellos comerciantes que encuentran dificultad de comunicación con sus clientes en el uso del idioma inglés.

No se pretende conseguir el dominio del idioma sino solo y exclusivamente tener los recursos idiomáticos suficientes para entenderse con los clientes de forma básica pero efectiva.

En el curso, el alumno comenzará con una primera parte teórica con gramática básica de introducción al inglés, así como con ejercicios aplicados que permitan entender y asimilar dicha base.

A continuación se procederá a impartir una segunda parte eminentemente práctica, en la que dichos conocimientos serán aplicados en las diferentes habilidades orales: producción y comprensión oral (speaking and listening).

A lo largo del curso, el alumno también desarrollará conocimientos relacionados con el vocabulario y las expresiones relacionadas con el sector en cuestión, para conseguir que el alumno pueda realizar su trabajo no solo en el contexto de su lengua materna (castellano), sino que también en inglés.

El curso finalizará con un examen en el que el alumno deberá poner en práctica los conocimientos adquiridos, por lo que dicho examen constará de tres partes:

- Use of English (aplicación de la gramática en un examen tipo test).
- Listening (ejercicio de comprensión oral).
- Speaking (situación comunicativa de expresión y comprensión oral en parejas).

Índice contenidos gramatical:

- Pronouns
- Present simple
- Present continuous
- Past simple
- Present perfect
- Future simple
- To be going to
- Comparatives and superlatives
- Some any no compounds
- Vocabulary applied to tourism and service sector

Índice de contenidos speaking:

1. Atención al cliente consumidor en inglés
2. Terminología específica en relaciones comerciales con clientes.
3. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/ consumidor.
4. Diferenciación de estilos formal e informal en comunicación comercial.
5. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores.
6. Simulación de situaciones de atención al cliente.

Actuaciones enmarcadas dentro del Plan Integral de Apoyo
a la Competitividad del Comercio Minorista.

Colaboran: