

IDIOMAS - INGLÉS DE NEGOCIOS

Duración: 20 horas

Metodología: Online

Financiación: Bonificable

INGLÉS: VENTAS Y MARKETING

Descripción

Este curso de Inglés: Ventas y Marketing se centra en el uso del inglés en contextos comerciales relacionados con la negociación, la presentación de productos y servicios y la comunicación con clientes y proveedores. Se trabajan expresiones, vocabulario y estructuras propias del ámbito de las ventas y el marketing, aplicadas a situaciones prácticas del entorno empresarial.

Objetivos

- » Proporcionar al alumno/a una amplia práctica en áreas más complejas de inglés comercial, como negociaciones, presentaciones, análisis de datos y la prensa empresarial.
- » Aprender a negociar, hacer presentaciones que se refieren a tablas y gráficos, tratar con clientes y analizar datos y el lenguaje de la prensa comercial.
- » Conseguir una independencia del alumno/a a través de la exposición al uso correcto del idioma, prestando atención a situaciones prácticas y al uso de modismos y verbos compuestos.

Programa

- » Sugerencias: ¿qué tal...? Y si...?
- » Disculpas: lo siento muchísimo, me temo, estoy de acuerdo, entiendo tu punto.
- » Role-play una reunión cara a cara para negociar precios.
- » Frases de negociación: Podríamos aceptar que si..., ¿estarían preparados para...? Eso suena bastante justo, creo que es razonable.
- » Recursos para proporcionar servicios más eficientes para sus negocios.
- » Elaborar ofertas y contrarrestar ofertas. Relaciones con proveedores para encontrar la mejor oferta.
- » Publicidad y verbos modales para especular sobre el producto: podría ser, podría ser y debe ser.
- » Vocabulario: pagos seguros, inicio / finalización de la sesión, reembolso, envío de algo, P & P, cesta de la compra, pago, comentarios, ofertas, precios de productos y servicios...
- » Práctica: hacer referencia a cuadros y gráficos, ordenar y estructurar una breve charla a partir de la información dada.
- » Medios para anunciar un negocio y los pros y los contras de cada uno.
- » Análisis del éxito de una campaña actual en la que se comparan los usos de las nuevas tendencias y los nuevos medios y se contrastan con los otros tipos existentes.
- » Estructuras más complejas como el segundo condicional, los tiempos verbales narrativos y las formas futuras, utilizadas para llevar a cabo tareas tales como presentaciones, tratar con clientes y expresar opiniones.