

Objectif(s)

Maîtriser les termes spécifiques au marketing.

Vaincre les difficultés linguistiques grâce à l'étude de documents professionnels.

Méthode active et participative.

Entraînement à l'oral par le biais de jeux de rôles, discussions et mise en situations professionnelles.

Public visé

- Tous les collaborateurs des services marketing devant s'exprimer en anglais dans le cadre de leur fonction.

Pré-requis

- En fonction du niveau (d'A1 au C1)

Moyens pédagogiques

- Ecoute de textes (dialogues audio et écrits)
- Fiche de grammaire et d'exercices
- Visionnage de séquence vidéo
- Exercices et textes basés sur documentation (divers manuels)
- Fiches de prononciation

Méthodes pédagogiques

- Le programme sera adapté par niveau
- Leçon de grammaire et mise en pratique des temps par des cas concrets d'utilisation et mises en situation.
- Travail du vocabulaire
- Jeux de rôle
- Incitation à la prise de parole
- Tout au long de la formation, un contrôle d'évaluation continu est effectué à l'aide d'exercices pratiques
- Remise de supports pédagogiques

Validation

- Attestation de fin de formation

Contenu détaillé de la formation

- Rôle du marketing
- Différents type de marketing
- Démarche marketing
 - L'approche besoin, marché, produit
 - La synergie marketing et commercial
- Plan d'actions commerciales
 - L'analyse (marché, concurrence, clients, produits), la prise de décision
- Etudes de marché et comportement du consommateur
 - Les panels, les sondages
 - Les questionnaires, les enquêtes
- Marketing mix
 - Le prix, le produit, la promotion

- Marketing international
- Intégrer la dimension interculturelle

- Maniement des chiffres

- Pourcentages, décimaux, fractions, rations, chiffre d'affaire, taux de change ...

A la fin de cette formation les stagiaires seront capables de :

- Comprendre les documents professionnels
- S'exprimer avec plus d'aisances lors de réunions marketing
- Elaborer un questionnaire d'étude de marché
- Intégrer la dimension interculturelle