

NOMBRE Y APELLIDOS

CURSO

FECHA

Comunicación eficaz para los negocios

Curso de conversación, recursos y vocabulario

Nivel B

Marisa de Prada

Pilar Marcé



GRUPO DIDASCALIA, S.A.
Plaza Ciudad de Salta, 3 - 28043 MADRID - (ESPAÑA)
TEL.: (34) 914.165.511 - (34) 915.106.710
FAX: (34) 914.165.411
e-mail: edelsa@edelsa.es
www.edelsa.es



4

Lanzamos un producto



VOCABULARIO

(Traduce a tu lengua)

EL PRODUCTO

- Artículo, el
- Atributo, el
- intangible
- tangible
- Bien, el
- Calidad, la
- Categoría, la
- Compra, la
- a plazos
- en efectivo
- por impulso
- Consumidor/a, el/la
- Consumo, el
- Convulsiones, las
- Crecimiento, el
- Declive, el
- Diseño, el
- Elaboración, la
- Encuesta, la
- Envase, el
- Estudio de mercado, el
- Excedente, el
- Fabricación, la
- Fabricante, el
- Identificación, la
- Impacto, el
- Jefe/a de producto, el/la
- Madurez, la
- Marca, la
- Material, el
- Mercado, el
- Notoriedad, la
- Novedad, la
- Núcleo, el
- Oferta, la
- Porcentaje, el
- Posición, la
- Posicionamiento, el
- Precio, el

Producción, la
 Productividad, la
 Promoción, la
 Propiedad, la
 Recursos, los
 Referencia, la
 Reinversión, la
 Rentabilidad, la
 Servicio, el
 Sondeo, el
 Talla, la
 Tamaño, el
 Tara, la
 Tendencias, las
 Turbulencias, las
 Ventas, las
 Vigencia, la

VERBOS

Acaparar
 Adaptar(se)
 Adjudicar(se)
 Añadir
 Comercializar
 Consolidar
 Consumir
 Decrecer
 Determinar
 Diseñar
 Disminuir
 Elaborar
 Evolucionar
 Fabricar
 Identificar
 Innovar
 Lanzar
 Optimizar
 Posicionar
 Prever
 Producir
 Reducir

Reforzar
 Rejuvenecer
 Renovar
 Revitalizar

ADJETIVOS

Artesanal
 Comercial
 Competidor/a
 Costoso/a
 Innovador/a
 Mayorista, el/la
 Minorista, el/la
 Original
 Perecedero/a
 Pionero/a
 Promocional
 Rentable

EXPRESIONES

Abanico de productos, el
 Análisis del producto, el
 Ciclo de vida del producto, el
 Decisión de compra, la
 Expectativas del consumidor, las
 Familia de productos, la
 Frecuencia de compra, la
 Gama de productos, la
 Identidad del producto, la
 Imagen de la empresa, la
 Imagen del producto, la
 Incrementar las ventas
 Lanzamiento de un producto, el
 Línea de productos, la
 Oferta de múltiples opciones, la
 Segmentación de mercados, la
 Servicio a medida, el
 Valor agregado, el
 Valor final de adquisición, el
 Volumen de ventas, el

