|  |  |
| --- | --- |
|  | **Universidad Nacional Politécnica de Odesa** |
|  | **Instituto Ucraniano-Español** |

**Julia Stolyarova,**

**Natalia Bondarchuk,**

**Julia Zhuk**

**INTRODUCCIÓN AL MERCADEO**

Material didáctico

Odesa

2017

**INTRODUCCIÓN AL MERCADEO**

Рекомендовано до друку вченою радою

Українсько-іспанського навчально-наукового інституту ОНПУ

протокол № \_\_\_ від \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**CONTENIDO**

**ПЕРЕДМОВА** 5

**PRIMERA PARTE: CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN**

1.1. ANÁLISIS DOCUMENTAL 6

1.2. GESTIÓN DOCUMENTAL 10

1.3. CONCEPTO DEL ARCHIVO 14

1.4. DOCUMENTO 18

1.5. CONTRATO Y CONVENIO 21

1.6. CONTRATO DE TRABAJO 24

1.7. LINGUISTICA DOCUMENTAL 28

1.8. COMPRAS Y VENTAS 31

1.9. LA TRANSICIÓN DE LA ECONOMÍA PLANIFICADA A LA

ECONOMÍA DE MERCADO 34

1.10. ECONOMÍA EN GENERAL 37

1.11. DINERO 41

1.12. RECURSOS NATURALES 44

1.13. RECURSOS HUMANOS 47

1.14. COMERCIO (PARTE I) 50

1.15. COMERCIO (PARTE II) 53

**SEGUNDA PARTE: CONCEPTOS BÁSICOS DE LA LEGISLACIÓN ESPAÑOLA**

2.1. ESTADO ESPAÑOL ES UNA MONARQUÍA PARLAMENTARIA 57

2.2. LOS SÍMBOLOS DE ESPAÑA 60

2.3. LOS TRES PODERES EN ESPAÑA 64

2.4. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DE ESPAÑA 68

2.5. LOS DERECHOS Y LOS DEBERES DE LOS ESPAÑOLES 71

2.6. LOS IMPUESTOS 74

2.7. LEY DE EXTRANJERÍA 78

2.8. REY DE ESPAÑA 81

2.9. PRESIDENTE DEL GOBIERNO 84

2.10. LEY DE EDUCACIÓN 88

2.11. ESTUDIAR Y TRABAJAR EN ESPAÑA 92

2.12. VISA DE ESTUDIANTES EN ESPAÑA 95

2.13. INGRESAR EN UNA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA 98

2.14. BECAS PARA ESTUDIAR EN ESPAÑA 102

2.15. DERECHOS DE LOS EXTRANJEROS EN ESPAÑA 106

**TERCERA PARTE: MERCADEO**

3.1. LA FUNCIÒN DEL MERCADEO. TÉRMINOS BÁSICOS……………110

3.2. LOS OBJETIVOS DEL MERCADEO 114

3.3. MERCADEO: PROCESO DE EVOLUCIÓN. (Parte 1)………………...118

3.4. MERCADEO: PROCESO DE EVOLUCIÓN. (Parte 2)………………...122

3.5. MERCADEO: PROCESO DE EVOLUCIÓN. (Parte 3)………………...126

3.6. COMPONENTES DEL MERCADEO 130

3.7. TIPOS DEL MERCADEO. PARTE 1 134

3.8. TIPOS DEL MERCADEO. PARTE 2 138

3.9. TIPOS DEL MERCADEO. PARTE 142

3.10. TIPOS DEL MERCADEO. PARTE 4 146

3.11. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN 150

3.12. ESTEREOTIPOS EN LA PUBLICIDAD 154

3.13. DEFINICIÓN DE PROYECCIÓN DE VENTAS 158

3.14 PROGRAMA DE PROMOCIÓN DE VENTAS………………………...162

3.15. EL MERCADEO ONLINE……………………………………………...166

BIBLIOGRAFÍA 170

Навчальний посібник «Маркетинг» до практичних занять з іспанської мови за професійним спрямуванням для студентів старших курсів УІІ усіх напрямів бакалаврської підготовки / Укл.: Ю.В. Жук, Ю.О. Столярова, Н.В. Бондарчук; за ред. проф. С.С. Гутирі. – Одеса: «ОНПУ», 2017. – 172 с.

**ПЕРЕДМОВА**

Навчальний посібник спрямований на формування у студентів впродовж 60 годин аудиторних занять (вхідний рівень володіння іспанською мовою – A2) вмінь та навичок читання, письма, аудиювання та говоріння за тематикою навчальної дисципліни «Маркетинг» на 2–у та 3–у курсах бакалаврської підготовки (вихідний рівень володіння мовою – В1). Шляхом тренувань у читанні та перекладі автентичних текстів і виконанні комунікативних завдань студенти зможуть досягти практичного володіння іспанською мовою у сфері професійної комунікації.

Практичне володіння іспанскою мовою в межах даного курсу припускає наявність таких умінь в різних видах мовної комунікації, які дають можливість:

• вільно читати автентичну літературу на іспанській мові за відповідною галуззю знань;

• опрацьовувати та підсумовувати отриману з іспаномовних джерел інформацію у вигляді перекладу або резюме;

• виконувати повідомлення та презентації іспанською мовою на теми, пов'язані з науковою та виробничою діяльністю майбутнього фахівця;

• вільно вести бесіду за фахом.

Кожне тематичне заняття складається з основного тексту й комплексу мовних вправ, які розраховані на удосконалення навичок та активізацію мовної діяльності.

Навчальний посібник забезпечує підготовку до міжнародного усного і письмового спілкування іспанською мовою за професійним спрямуванням, а саме – опанування лексичними, граматичними і стилістичними формами, а також умінням розмовляти, читати, листуватися, перекладати, конспектувати, згортати і розгортати усну і письмову іспаномовну інформацію функціонального стилю (ділового, інженерно–технічного, наукового тощо), що передбачено вимогами затвердженої МОН України Програми вивчення іноземних мов у технічному університеті.

Автори: Ю.В. Жук, Ю.О. Столярова, Н.В. Бондарчук

**PRIMERA PARTE: CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN**

**Lección 1. ANÁLISIS DOCUMENTAL**

* 1. **Lee y traduce el texto:**

El análisis documental es una de las operaciones fundamentales de la cadena documental. Se trata de una operación de tratamiento.Es un conjunto de operaciones encaminadas a representar un documento y su contenido bajo una forma diferente de su forma original, con la finalidad posibilitar su recuperación posterior e identificarlo.

El análisis documental es una operación intelectual que da lugar a un subproducto o documento secundario que actúa como intermediario o instrumento de búsqueda obligado entre el documento original y el usuario que solicita información. El calificativo de intelectual se debe a que el documentalista debe realizar un proceso de interpretación y análisis de la información de los documentos y luego sintetizarlo.

En el análisis documental se produce un triple proceso:

* Un proceso de comunicación, ya que posibilita y permite la recuperación de información para transmitirla;
* Un proceso de transformación, en el que un documento primario sometido a las operaciones de análisis se convierte en otro documento secundario de más fácil acceso y difusión;
* Un proceso analítico-sintético, porque la información es estudiada, interpretada y sintetizada minuciosamente para dar lugar a un nuevo documento que lo representa de modo abreviado pero preciso.

El análisis documental surge con fines de orientación científica e informativa y sus productos, los documentos secundarios:

* Representan sintéticamente a los originales;
* Contienen una información concentrada del documento original;
* Pueden ser consultados con facilidad ofreciendo las primeras noticias de la existencia de aquellos.

La finalidad última del análisis documental es la transformación de los documentos originales en otros secundarios, instrumentos de trabajo, identificativos de los primeros y gracias a los cuales se hace posible tanto la recuperación de éstos como su difusión.

Toda la información registrada, en el soporte que sea, puede ser objeto del análisis documental: un artículo original de una revista científica, una noticia de prensa, un reportaje de revista, una obra musical, un registro sonoro, una imagen de vídeo, una película, una fotografía, una página web.

El análisis documental representa la información de un documento en un registro estructurado, reduce todos los datos descriptivos físicos y de contenido en un esquema inequívoco.

Indizar significa construir índices y significa seleccionar expresiones o términos para representar el contenido o los temas de que trata un documento y también las solicitudes de información.La indización supone caracterizar y representar el contenido de documentos y preguntas mediante términos apropiados, con el fin de permitir el almacenamiento (generación de índices) y posterior recuperación de la información.

Clasificar es “ordenar o disponer por clases”. Se entiende por clasificación documental el proceso de análisis por el cual un documento es identificado y ordenado por clases, definidas éstas según el contenido del propio documento.

La clasificación exige un esfuerzo de síntesis, encaminado a detectar y aislar el tema principal (el más amplio y genérico) en que se puede encuadrar el documento y no los conceptos clave del documento.Su principal objetivo es permitir el agrupamiento de materias específicas en clases mayores o más genéricas para facilitar la organización, almacenamiento y recuperación de la información a partir de un tema amplio.

En las bases de datos multidisciplinares la clasificación es fundamental para poder, en un momento determinado, hacer subdivisiones de la base por grandes temas. También es importante para la búsqueda documental ya que permite delimitar el punto de vista de un tema, que puede ser distinto al habitual.

**Vocabulario:**

Contenido, m – зміст

posibilitar – включити

intermediario, m – посередник

usuario, m – користувач

documentalista, m – документознавець

transmitir – передавати

acceso, m – доступ

minuciosamente, adv – детально

recuperación, f – відновлення

registro sonoro, m – звукозапис

índice, m – каталог, алфавітний показник

delimitar – визначити

ordenar – сортувати

disponer – розмістити

detectar – виявити

**1.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es el análisis documental?
2. ¿Qué conjunto es el análisis documental?
3. ¿Qué proceso se produce el análisis documental?
4. ¿Con qué fines surge el análisis documental?
5. ¿Qué es la finalidad última del análisis documental?
6. ¿Qué representa el análisis documental?
7. ¿Qué es la clasificación documental?

**1.3. Comprueba que lo has entendido. Elige Falso o Verdadero:**

1. Los sistemas de clasificación documental no se caracterizan, por sus estructuras jerárquicas.
2. Toda la información registrada puede ser objeto del análisis documental.
3. El análisis documental surge con fines de orientación científica e informativa y sus productos, los documentos secundarios representan sintéticamente a los originales.
4. En el análisis documental se produce un triple proceso.
5. En las bases de datos multidisciplinares la clasificación no es fundamental para poderhacer subdivisiones de la base por grandes temas.
6. Indizar significa construir índices y significa seleccionar expresiones o términos para representar el contenido o los temas de que trata un documento.
7. El análisis documental no representa la información de un documento en un registro estructurado.

**1.4. Lee y traduce las oraciones e identifica el significado de la palabra “margen”**

1.La tardanza en identificar el carácter sistémico de nuestra deuda externa ha reducido drásticamente nuestro margen de acción interna. 2. La delegación de ese país se mantiene al margen de todas las discusiones. 3. El mundo en desarrollo en general, y nuestra región en particular, corren el riesgo de quedar permanente al margen de las transformaciones en el ordenamiento político mundial. 4. No le queda mucho margen en esa venta. 5. A él le dejan al margen cuando se trata de un asunto serio. 6. El pacto entre Argentina y Brasil fue alcanzado al margen de las negociaciones que comenzaron anteayer. 7. El margen de libertad que pierden los Gobiernos al aceptar la disciplina cambiaria ha sido la principal polémica para ingresar o no.

**1.5. Pone preposiciones necesarias y traduce al ucraniano:**

1. Nos dirigimos \_\_\_ ustedes \_\_\_ el fin \_\_\_ informarles que \_\_\_ el 1 \_\_\_ febrero hemos cambiado nuestro sistema contable computarizado. 2. \_\_\_ todas las demás cuestiones, nuestro encargado está \_\_\_ su disposición. 3. \_\_\_ cualquier pregunta que tengan \_\_\_ el respecto, les rogamos se sirvan poner \_\_\_ contacto \_\_\_ nuestro experto, el Sr.Fierra. 4. Como podrá usted comprobar \_\_\_ el folleto adjunto, contamos \_\_\_ la más avanzada tecnología \_\_\_ nuestros aparatos, y \_\_\_ unos precios competitivos \_\_\_ el sector. 5. Esperamos que nuestra oferta sea \_\_\_ su interés y quedamos \_\_\_ su entera disposición. 6. El centro \_\_\_ asesoramiento y nuestro depósito \_\_\_ consignación están vinculados \_\_\_ nuestra sucursal \_\_\_ ventas. 7. \_\_\_ esta manera estamos \_\_\_ condiciones \_\_\_ suministrar los productos \_\_\_ plazos cortos.

**1.6. Completa las frases con los verbos en el tiempo necesario y tradúcelas:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **poder** | **permitir** | **suponer** | **transformar** | **ser** |
| **entenderse** | **contener** | **permitir** | **posibilitar** | **representar** |

1. La búsqueda documental \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ delimitar el punto de vista de un tema, que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ser distinto al habitual.
2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ por clasificación documental el proceso de análisis por el cual un documento ... identificado y ordenado por clases.
3. La indización \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ caracterizar y representar el contenido de documentos.
4. Un proceso de comunicación \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la recuperación de información para transmitirla.
5. El análisis documental \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la información de un documento en un registro estructurado.
6. Los documentos secundarios \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una información concentrada del documento original.
7. La finalidad última del análisis documental \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ los documentos originales en otros secundarios.

**Lección 2. GESTIÓN DOCUMENTAL**

**2.1. Lee y traduce el texto:**

Se entiende por la gestión documental el conjunto de normas técnicas y prácticas usadas para administrar el flujo de documentos de todo tipo en una organización, permitir la recuperación de información desde ellos, determinar el tiempo que los documentos deben guardarse, eliminar los que ya no sirven y asegurar la conservación indefinida de los documentos más valiosos, aplicando principios de racionalización y economía.

Es una actividad casi tan antigua como la escritura, que nació debido a la necesidad de documentar o fijar actos administrativos y transacciones legales y comerciales por escrito para dar fe de los hechos. Este tipo de documentos se plasmaron sucesivamente en tablillas de arcilla, hojas de papiro, pergaminos y papel, cuya gestión se fue haciendo cada vez más compleja a medida que crecía el tamaño de los fondos documentales.

**Algunos Criterios Generales a Tener en cuenta**

|  |  |
| --- | --- |
| **Almacenamiento** | ¿Dónde guardaremos nuestros documentos? ¿Cuánto podemos pagar para almacenarlos? |
| **Recuperación** | ¿Cómo puede la gente encontrar documentos necesarios? ¿Cuánto tiempo se puede pasar buscándolo? ¿Qué opciones tecnológicas están disponibles para la recuperación? |
| **Clasificación** | ¿Cómo organizamos nuestros documentos? ¿Cómo aseguramos que los documentos estén archivados siguiendo el sistema más apropiado? |
| **Seguridad** | ¿Cómo evitamos la pérdida de documentos, evitar la violación de la información o la destrucción no deseada de documentos? ¿Cómo mantenemos la información crítica oculta a quién no debiera tener acceso a ella? |
| **Custodia** | ¿Cómo decidimos qué documentos conservar? ¿Por cuánto tiempo deben ser guardados? ¿Cómo procedemos a su eliminación (expurgo de documentos)? |
| **Distribución** | ¿Cómo distribuimos documentos a la gente que la necesita? ¿Cuánto podemos tardar para distribuir los documentos? |
| [**Workflow**](https://es.wikipedia.org/wiki/Workflow) | ¿Si los documentos necesitan pasar a partir de una persona a otra, cuáles son las reglas para el flujo de estos documentos? |
| **Creación** | ¿Si más de una persona está implicada en creación o modificación de un documento, cómo se podrá colaborar en esas tareas? |
| **Autenticación** | ¿Cómo proporcionamos los requisitos necesarios para la validación legal al gobierno y a la industria privada acerca de la originalidad de los documentos y cumplimos sus estándares para la autentificación? |

**Desarrollo de la gestión documental**

Durante siglos, la gestión documental en las organizaciones fue el dominio exclusivo de administradores, archiveros y bibliotecarios, cuyas herramientas manuales básicas eran los libros de registro, las carpetas, archivadores, cajas y estanterías en que se guardan los documentos de papel (y más tarde los audiovisuales y los documentos en soportes magnéticos u ópticos), los ficheros o kárdex que permiten hacer referencias cruzadas y una larga lista de técnicas de recuperación de información mediante sistemas de codificación y clasificación. Más recientemente se fueron sumando a ellos los informáticos, que son cada vez más necesarios debido a la complejidad y nivel de sofisticación que van alcanzando los sistemas computacionales de apoyo de la actividad administrativa. Aunque los informáticos benefician sustancialmente la gestión documental, aun los profesionales en sistemas de información son los expertos en los flujos de documentos y los procesos de cada documento de soporte papel o electrónico.

El uso del ordenador en la gestión documental se inicia en la práctica a partir de la experiencia de las grandes bibliotecas nacionales anglófonas, la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos de América y la British Library, que en los años 60 del siglo XX crean el formato bibliográfico MARC (Machine Readable Cataloguing) o catalogación legible por máquina, para sus bases de datos. Unos años más tarde el uso de las tecnologías de información y comunicación se hizo común en la administración pública y privada, con el uso generalizado de bases de datos y la aparición de los procesadores de textos y otras aplicaciones ofimáticas.

En la actualidad, coexisten en el mundo los más diversos sistemas de gestión documental: desde el simple registro manual de la correspondencia que entra y sale, hasta los más sofisticados sistemas informáticos que manejan no sólo la documentación administrativa propiamente tal, venga ella en papel o en formato electrónico, sino que además controlan los flujos de trabajo del proceso de tramitación de los expedientes, capturan información desde bases de datos de producción, contabilidad y otros, enlazan con el contenido de archivos, bibliotecas, centros de documentación y permiten realizar búsquedas sofisticadas y recuperar información de cualquier lugar.

**Vocabulario:**

Flujo, m – потік

eliminar – ліквідувати

recuperación, f – відновлення

transacción, f – угода

dar fe – засвідчити

tablillas de arcilla – глиняні таблички

herramienta, f – інструмент

fichero, m – файл

sofisticación, f – витонченість

computacional, adj. – обчислювальний

anglófono, adj. – англомовний

legible, adj. – розбірливий

tramitación, f – угода

expediente, m – запис

capturar – захоплювати

**Comentario:**

Kárdex – registro de entradas y salidas de un almacén, empresa, etc. para registrar los movimientos de inventario o cualquier otro registro contable.

**2.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué se entiende por la gestión documental?
2. ¿Es la gestión documental antigua?
3. ¿Cómo fue la gestión documental durante siglos?
4. ¿Qué es la catalogación?
5. ¿Qué es el uso del ordenador en la gestión documental?
6. ¿Qué sistemas de gestión documental coexisten en la actualidad?
7. ¿Quién y cuándo crearon el formato bibliográfico?

**2.3. Pone preposiciones necesarias y traduce al ucraniano:**

1. Les rogamos tomen nota \_\_\_ nuestro nuevo número \_\_\_ fax. 2. \_\_\_ partir \_\_\_ hoy tenemos una nueva dirección. 3. Nos trasladamos \_\_\_ la calle Huelva, 3.4. Debido \_\_\_ la frecuente confusión \_\_\_ el nombre \_\_\_ nuestra empresa \_\_\_ el \_\_\_ otra, nos hemos decidido \_\_\_modificar nuestra razón social. 5. Nos proporciona una gran alegría poder comunicarles que acabamos \_\_\_ abrir una sucursal \_\_\_ su cuidad. 6. Nuestra nueva sucursal se encuentra \_\_\_ contacto permanente \_\_\_ nuestra central \_\_\_ través \_\_\_ una red \_\_\_ computación. 7. \_\_\_ efecto inmediato el nombre \_\_\_ la firma es Sara, S.L.

**2.4. Empare los vocablos con los significados adecuados:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Escritura | a.Máquina electrónica capaz de almacenar información y tratarla automáticamente mediante operaciones matemáticas y lógicas controladas por programas informáticos |
| 2. Documento | b.Los documentos ordenados y clasificados que produce una institución, personalidad, etc., en el ejercicio de sus funciones o actividades. |
| 3.Ordenador | c.Comunicación entre personas mediante el intercambio de cartas. |
| 4.Biblioteca | d.Material que se presenta como una lámina fina hecha con pasta de fibras vegetales u otros materiales molidos y mezclados con agua, secados y endurecidos después, que se utiliza para escribir, dibujar, etc.. |
| 5.Archivo | e.Un conjunto de libros ordenados y clasificados para su consulta o préstamo bajo determinadas condiciones. |
| 6.Correspondencia | f.Sistema de signos gráficos que se utilizan para escribir. |
| 7.Papel | g.Escrito en papel u otro tipo de soporte con que se prueba o acredita una cosa, como un título, una profesión, un contrato, etc.. |

**2.5. Termina las frases usando el léxico del texto:**

1. Es posible que hoy ...
2. Era extraño qur ...
3. Nos alegramos mucho de que ...
4. Intentamos hacerlo sin que ...
5. Yo dudaba que ...
6. Diga lo que diga, nosotros ...
7. Sea lo que sea, mañana ...

**2.6. Hace el resumen del texto (por escrito).**

**Lección 3. CONCEPTO DEL ARCHIVO**

**3.1. Lee y traduce los textos:**

**CONCEPTO DEL ARCHIVO**

La palabra archivo, del latín archivium, presenta tres acepciones distintas de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española.

Local en el que se custodian documentos públicos o particulares (lo que significa la existencia de archivos no sólo oficial sino también semipúblicos, comerciales o particulares); conjunto de estos documentos y el mueble/s que los contienen (carpetas, guías, etc., donde se colocan).

La misma Administración reconoce estas definiciones de archivo en la Ley de Patrimonio Histórico Español. Otras disposiciones hacen referencia al archivo como aquella institución cuya función primordial es la de reunir, organizar, conservar y difundir, utilizando las técnicas adecuadas, dichas conjuntos de documentos para el cumplimiento de los fines anteriormente mencionados.

También se le da este nombre al servicio especializado (Servicio de Archivo) cuya misión consiste en recibir, clasificar, custodiar y facilitar documentos.

Archivar significa guardar de forma ordenada documentos útiles, haciéndolo de un modo lógico y eficaz que permita su posterior localización de la forma más rápida posible cuando sea necesario.El material de archivo más corriente lo constituyen: Carpetas, archivadores tipo Z, guías, etc.

**FUNCIONES DEL ARCHIVO Y CLASES DE ARCHIVOS**

La principal función del archivo consiste en la conservación de documentos, ya que la Ley obliga a ello estableciendo unos plazos mínimos de conservación, durante los cuales puede ser requerida su presentación.

Estos documentos se conservaran debidamente ordenados y clasificados. Esta conservación proporciona información sobre el funcionamiento y los asuntos tratados por la entidad. El archivo será eficaz cuando se encuentra rápidamente lo que se busca.

Otra función del archivo es la de ser un centro activo de información que permite relacionar los nuevos documentos con los ya archivados. Además sirve como medio de consulta cuando se pretende indagar en las actuaciones del pasado. También el archivo sirve como elemento probatorio cuando el organismo o entidad pretende demostrar la realización de un acto o la forma de hacerlo.

Según el grado o frecuencia de utilización:

– Archivos activos o de gestión: recogen documentos recién entregados en la entidad o de consulta frecuente.

– Semiactivos: contienen documentos provenientes de archivos activos por haberse realizado sobre ellos el trabajo concreto.

– Inactivos: recoge los documentos que habiendo perdido todo su valor operativo y funcional, conservan valor histórico, político, o documental.

Según el lugar de emplazamiento:

– Generales o centralizados: documentos que se conservan en el mismo lugar y es consultado por distintos departamentos.

– Descentralizados o parciales: se encuentran en las distintas dependencias de la entidad. Estos a su vez pueden ser:

Departamentales o por secciones – en el propio departamento por ser utilizado constantemente por este.

Personales – de cada puesto de trabajo para que pueda ser de acceso inmediato a la persona que trabaja con ellos.

Estas dos clasificaciones no son excluyentes, sino que se complementan entre sí.

**EL ARCHIVO DE GESTIÓN**

Es el archivo realizado directamente por el empleado o funcionario en supuesto de trabajo. El número de consultas de este archivo es muy amplio y los documentos archivados pueden provenir de otros organismos departamentos o bien has sido entregados directamente por los interesados.

El funcionario es el responsable directo de su archivo, debe clasificar los documentos y mantenerlos en el archivo el tiempo estrictamente necesario fijado por la entidad o el que resulte imprescindible para realizar sobre el documento las operaciones oportunas. Sólo deberán estar por tanto los documentos en poder del funcionario el tiempo oportuno, sin que sirva el archivo como lugar permanente de almacenamiento, debiéndose enviar los documentos a otros puestos de trabajo para que siga su tramitación o bien a los archivos semiactivos de los departamentos si se ha terminado el trabajo sobre éstos.

El archivo de gestión debe estar perfectamente ordenado para facilitar la rapidez de actuación y la perfecta localización del documento.

**Vocabulario:**

servicio de Archivo, m – архівнебюро

archivar – здативархів, назберігання

concepto, m – поняття

acepción, f – значення

definición, f – визначення

disposición, f – розміщення, розташування

primordial, adj. – пріоритетний, головний

custodiar – зберігати

difundir – поширювати

requerir – вимагати

proporcionar – надавати, забезпечувати

entidad, f – організація, ассоціація, товариство

indagar – розшукувати

imprescindible, adj. – необхідний, обов’язковий

tramitación, f – обробка

**3.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué acepcioner presenta la palabra archivo?
2. ¿Qué significa archivar?
3. ¿Qué es la principal función del archivo?
4. ¿Quién es el funcionario y qué debe hacer?
5. ¿Para qué el archivo debe estarperfectamente ordenado?
6. ¿Qué clases de archivos existen?
7. ¿Qué es el archivo de gestión?

**3.3. Rellena los huecos con las palabras adecuadas:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ordenados** | **custodiar** | **estar estruturado** | **archivar** |
| **elemento probatorio** | **correspondencias** | **centro activo** | **clasificados** |

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ significa guardar de forma ordenada documentos útiles, haciéndolo de un modo lógico y eficaz que permita su posterior localización de la forma más rápida posible cuando sea necesario.
2. La misión de Servicio de Archivo consiste en recibir, clasificar, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y facilitar documentos.
3. Estos documentos se conservaran debidamente \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
4. La función del archivo es la de ser un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de información que permite relacionar los nuevos documentos con los ya archivados.
5. El archivo sirve como \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ cuando el organismo o entidad pretende demostrar la realización de un acto.
6. El contenido del documento debe indicar claramente el objetivo, así como también, a quien está dirigido y en qué forma \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
7. Es necesario registrar las \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ para poder archivar y llevar el control.

**3.4. Pone artículos en las siguientes oraciones donde sea necesario y traduce:**

1. \_\_\_ inauguración de \_\_\_ nuevo comercio tendrá lugar \_\_\_ 2 de \_\_\_ corriente. 2. Nos permitimos anunciarles que \_\_\_ día 4 abriremos \_\_\_ sucursal en Madrid. 3. Por decisión de \_\_\_ junta de socios, a partir de hoy, \_\_\_ razón social será Bagon, S.L. 4. Les participo que he transformado mi pequeño negocio en \_\_\_ sociedad limitada. 5. Por lo que le rogamos sepan disculpar \_\_\_ eventuales demoras en \_\_\_ envío de facturas. 6. Todo \_\_\_ equipo humano que formamos esta oficina queremos expresarles \_\_\_ cordial saludo. 7. Esperamos que con \_\_\_ sucursal y con \_\_\_ personal técnico a su servicio, podremos estrechar \_\_\_ vínculos que nos unen.

**3.5. Pone los verbos entre paréntesis en Futuro Simple y traduce las oraciones:**

1. En primer lugar el profesor nos\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (hablar) del archivo y el registro de documentación. 2. El segundo punto de su informe\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (estar) dedicado a la realización de una gestión documental de manera eficaz. 3. Nosotros \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (referirse) a los tipos de documentos existentes y a los elementos que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (conformar) un documento. 4. La principal función del archivo de esta empresa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (consistir) en la conservación de documentos. 5. El acceso \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (poder) ser denegado por razones de interés publico o por intereses terceros más dignos. 6. Todo documento de la Administración \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (ser) registrado el día siguiente. 7. En la bibliografía \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (registrarse) las obras que tratan el tema, implícita o explícitamente. 8. No \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (recomendar, ellos) citar obras de cultura general, como enciclopedias y diccionarios.

**3.6. Destaca los aspectos fundamentales de los textos.**

**Lección 4. DOCUMENTO**

**4.1. Lee y traduce el texto:**

Un **documento** es un testimonio material de un hecho o acto realizado en el ejercicio de sus funciones por instituciones o personas físicas, jurídicas, públicas o privadas, registrado en una unidad de [información](https://es.wikipedia.org/wiki/Informaci%C3%B3n) en cualquier tipo de soporte (papel, cintas, discos magnéticos, fotografías, etc.) en [lengua natural](https://es.wikipedia.org/wiki/Lengua_natural) o convencional. Es el testimonio de una actividad humana fijada en un soporte, dando lugar a una fuente archivística, arqueológica, audiovisual, etc.

Tradicionalmente, el medio de un documento era el papel y la información era ingresada a mano, utilizando tinta (esto es lo que se denomina hacer un manuscrito) o por un proceso mecánico (mediante una máquina de escribir, o utilizando una impresora láser).

Desde el punto de vista de la [informática](https://es.wikipedia.org/wiki/Inform%C3%A1tica), es un archivo, pero con determinados atributos ya que contiene datos textuales o gráficos creados por el usuario con su computadora mediante un programa. El archivo recibe un nombre y un formato para guardarlo en un directorio, subdirectorio o carpeta previamente asignado en la unidad de almacenamiento. Es posible volver a abrirlo cuando se necesite acceder a su contenido, ya sea para imprimirlo, modificarlo o eliminarlo. Es mucho más frecuente decirle solamente archivo.

Todo objeto material que porte, registre o fije, en sí, información, es decir, el conjunto formado por el contenedor con su contenido; con el objetivo de conservar y transmitir dicha información en el dominio del espacio y del tiempo a fin de ser utilizada como instrumento jurídico o probativo, testimonio histórico, etc.

Toda fuente de información registrada sobre cualquier soporte, sea un disco compacto (CD), un disco versátil digital (DVD), papel, papiro o incluso una piedra o trozo de madera. Los documentos pueden clasificarse de acuerdo a:

* Al soporte material usado para consignar la información.
* A las características informacionales que conlleva.

En cuanto a la naturaleza de los documentos pueden ser textuales y no textuales.

* Textuales: son los documentos que contienen información escrita sobre un soporte que es el papel.
* No textuales: son los documentos que aunque pueden contener información escrita, sin embargo lo más importante es que suelen estar en otros tipos de soportes diferentes al papel porque están hechos para verse, oírse y manipularse.

**Características informacionales** son características que tienen que ver con el carácter informativo. Las características intelectuales son el contenido, la finalidad, el tema, etc. Podemos hacer la siguiente clasificación: documentos primarios, secundarios, y terciarios.

Los documentos primarios son aquellos que contienen información original del autor/a y no han pasado por ninguna clase de tratamiento. Los documentos secundarios son resultado de aplicar tratamiento a los documentos primarios. Los documentos terciarios son resultado de aplicar tratamiento a los documentos secundarios.

Documento archivístico es toda expresión testimonial, en cualquier lenguaje, forma o soporte (forma oral o escrita, textual o gráfica, manuscrita o impresa, en lenguaje natural o codificado, en cualquier soporte documental así como en cualquier otra expresión gráfica, sonora, en imagen o electrónica), generalmente en ejemplar único, (aunque puede ser multicopiado o difundido en imprenta).

Un **documento electrónico** es un [documento](https://es.wikipedia.org/wiki/Documento) cuyo soporte material es algún tipo de dispositivo electrónico o magnético, y en el que el contenido está codificado mediante algún tipo de [código digital](https://es.wikipedia.org/wiki/Se%C3%B1al_digital), que puede ser leído, interpretado, o reproducido, mediante el auxilio de detectores de [magnetización](https://es.wikipedia.org/wiki/Magnetizaci%C3%B3n).

Originalmente, cualquier archivo o registro electrónico fue considerado como algo interno,

ya que cuando existía un destinatario final, el soporte para este destinatario era invariablemente [papel](https://es.wikipedia.org/wiki/Papel). Sin embargo, el desarrollo de las [redes informáticas](https://es.wikipedia.org/wiki/Red_inform%C3%A1tica) y el [correo electrónico](https://es.wikipedia.org/wiki/Correo_electr%C3%B3nico) alteraron esa situación, surgiendo dispositivos destinatarios que leían el documento en un soporte diferente del papel.

**Vocabulario:**

Testimonio, m – свідоцтво

directorio, m – каталог

asignado, adj. – призначений

acceder – увійти

imprimir – друкувати

eliminar – видаляти

contenedor, m – контейнер

transmitir – передавати

probativo, adj. – доказовий

versátil, adj. – універсальний

finalidad, f – остаточність

aplicar – застосовувати

alterar – змінювати

**4.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es un documento?
2. ¿Qué era el medio de un documento?
3. ¿Qué es el documento desde el punto de vista de la [informática](https://es.wikipedia.org/wiki/Inform%C3%A1tica)?
4. ¿Cómo pueden ser los documentos?
5. ¿Qué son las características intelectuales?
6. ¿Qué son las característicasinformacionales?
7. ¿Qué es un documento electrónico?

**4.3. Continua la frase:**

1. El archivo recibe un nombre y un formato para guardarlo en ... .
2. Toda fuente de información registrada sobre cualquier soporte, sea ... .
3. Los documentos primarios son aquellos que ... .
4. Documento archivístico es toda expresión testimonial ... .
5. Sin embargo, el desarrollo de las [redes informáticas](https://es.wikipedia.org/wiki/Red_inform%C3%A1tica) y el [correo electrónico](https://es.wikipedia.org/wiki/Correo_electr%C3%B3nico) ... .
6. Es el testimonio de una actividad humana ... .
7. Cualquier archivo o registro electrónico fue considerado como algo interno ... .

**4.4. Pone el verbo entre paréntesis en la forma correcta de Pretérito perfecto, Pretérito indefinido, Pretérito imperfecto o Pretérito pluscuamperfecto:**

1.Esta noche (ver, yo) al vicepresidente pero no (decirme) nadade la ampliación del crédito bancario. 2.Ninguno de ellos (saber) en qué año (descubrir) Cristóbal Colón el continente nuevo. 3. La viuda de Romero (ser) la última en llegar. Por su carta (ver, yo) que no (estar) dispuesta a firmar ningún documento. 4. Mi benefactor fitzgeraldino (devolverme) el dinero que (cáerseme) en el asiento. 5. (Comprender, nosotros) lo que (pasar). (No registrar, nosotos) a los secuestadores y alguno de ellos (tener) un móvil. 6. A una señora con visón y bolso de piel de cocodrilo que (acabar) de salir del centro comercial, (acercársele) por detrás un tipo (arebatarle) un bolso y (huir) a toda velocidad. 7. Cuando (llegar, yo) a la estación, el autobús de Ana (acabar) de irse y (tener, yo) que esperar una hora más porque (perder) el autobús.

**4.5. Busca cualquier tipo de contrato en ucraniano y haga la traducción al espaňol. Usa las frases de los ejercicios anteriores.**

**4.6. Hace el resumen del texto (por escrito).**

**Lección 5.CONTRATO Y CONVENIO**

**5.1. Lee y traduce el texto:**

El **contrato**es el documento mediante el cual una entidad o una persona adquiere derechos, asume obligaciones sobre determinados asuntos frente a otra institución, empresa, persona física o jurídica. El contrato se firma por acuerdo de ambas partes y se ha de cumplir no sólo lo que se ha pactado sino también las consecuencias que sean conformes a la buena fe, al uso y a las leyes de los países donde se suscribe.

Los tipos de contratos son muy variados, dependiendo del ámbito en que se suscriben (laborales, de investigación, formativos, en practicas, de servicio, de suministro, etc.), el objetivo de los mismos (compraventa, arrendamiento, alquiler) o su duración (temporales, indefinidos, eventuales, de duración determinada).

Los contratos más comunes son:

– contrato laboral

– contrato de compraventa

– contrato de alquiler

– contrato de suministro

– contrato de servicios

Muy próximo al contrato se encuentran **el convenio** y **el acuerdo,** que sediferencian del contracto en que pueden ser más amplios y flexibles tanto en las materias a las que pueden aplicarse como en la forma de redactarse.

En la esfera internacional se suele hablar también de **tratados, acuerdos y convenciones**, que tienen un mayor significado político y su contenido estárelacionado normalmente con la cooperación internacional. En este sentido, **la convención** y **los tratados** contienen una manifestación de intenciones de laspartes y suelen redactarse en forma que permita adhesión de nuevos miembrospartidarios de los mismos (El Tratado de Kioto, la Convención de la Haya).

Lo característico de los contratos, convenios, convenciones, acuerdos ytratados consiste, en primer lugar, en que son documentos en cuya redacción participan varias personas, organismos e, incluso, los países.

Los apartados de un contrato típico son los siguientes:

– Objeto del contrato

– Obligaciones de las partes

– Condiciones y orden de pago

– Responsabilidades de las partes

– Período de vigencia del contrato

– Dirección jurídica de las partes y de las cuentas bancarias

**Vocabulario:**

Entidad, f – сутність

pactar – узгоджувати

consecuencia, f – наслідок

suminisrto, m – постачання

compraventa, f –купівля-продаж, перепродаж

eventual, adj. – непостійний, випадковий

convenio, m – угода

tratado, m – договір, угода

adhesión, f – приєднання

en vigor, adj. – що має силу, діючий

prorrogar – продовжити, відкласти

excluir – виключити

discrepancia, f – незгода

divergencia, f – розбіжність

vigencia, f – юридична (законна) сила

conforme, adj. – відповідний

**5.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es el contrato?
2. ¿Cómo se firma el contrato?
3. ¿Qué tipos de contratos existen?
4. ¿Qué son los contratos más comunes?
5. ¿Cuáles son las partes integrantes de un contrato?
6. ¿Qué es el convenio y el acuerdo?
7. ¿En qué se diferencian los contratos, los convenios y los tratados?

**5.3. Busca equivalentes ucranianos y escribe oraciones:**

prorrogar, estar en vigor, tener la validez, ser vigente, excluir, arbitrio, dar por terminado, ser a cargo de, el funcionamiento ininterrumpido, discrepancia, divergencia, ser de efecto nulo.

**5.4. Termina las frases empleando la forma adecuada del imperativo:**

1. Si quieres corregir esas faltas históricas, (encargarse de la investigación).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Si Ud. quiere participar en ese golpe más espectacular en la historia del crimen, (no decírselo a nadie). \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Si no tienes nada más que decirme, (colgar y no volver a llamarme)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Si Ud. elige regalos, (no buscar más, comprar este reloj de oro).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Si Ud. tiene prisa, (conducir más rápido y no detenerse hasta llegar a la oficina).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Si os interesa la obra de Lorca, (dirigirse a la biblioteca y sacar algún libro suyo).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Si estás enamorado de esta joven, (casarse con ella y ser feliz).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

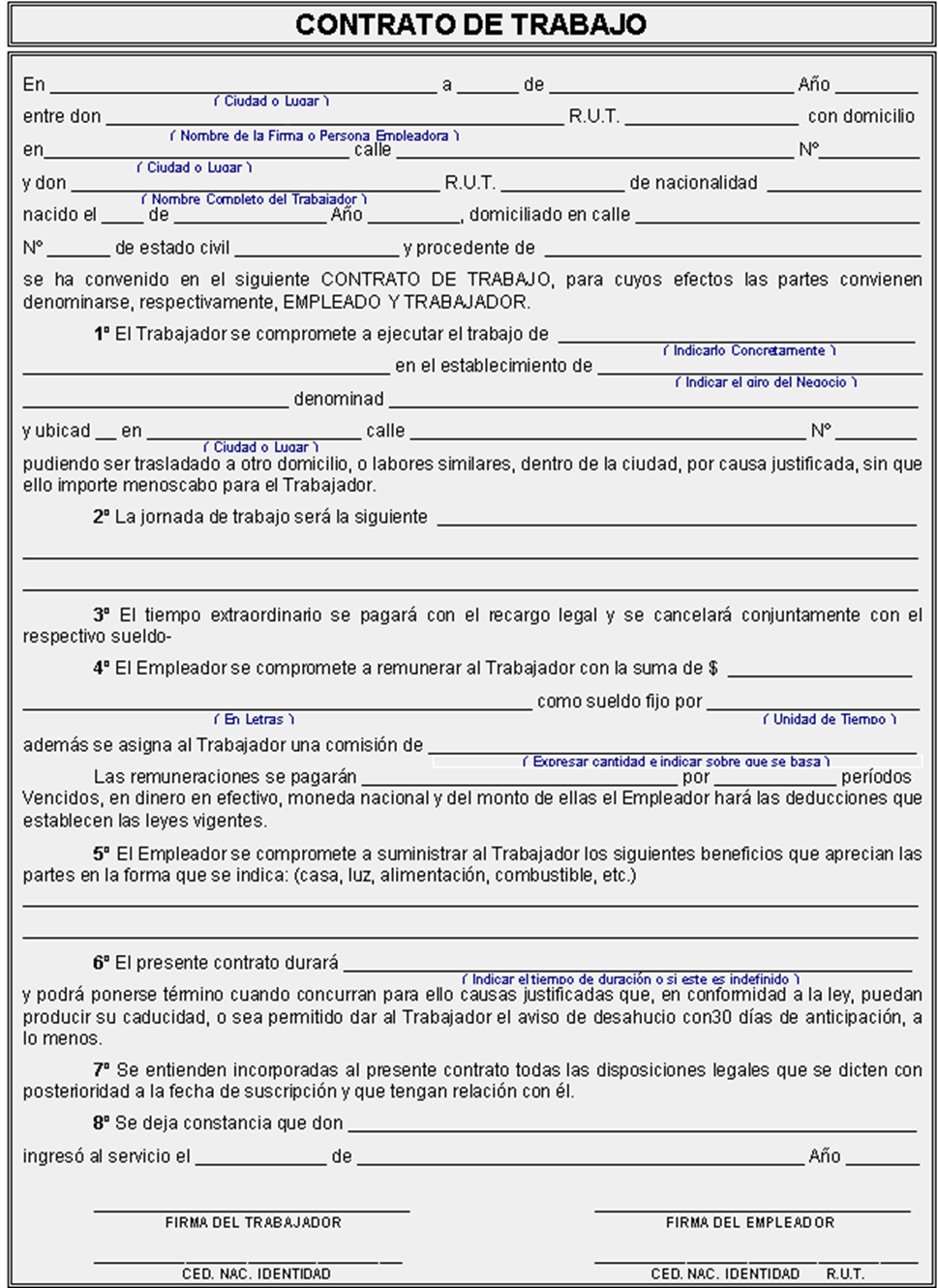
**5.5. Pone preposiciones necesarias en las siguientes oraciones y traduce:**

1. La sucursal \_\_\_ el Banco Santander está situada \_\_\_ la plaza \_\_\_ Cibeles. 2. Como ya sabe, nuestra entidad cuenta \_\_\_ amplia gama \_\_\_ servicios. 3. Confío \_\_\_ que \_\_\_ su reincorporación \_\_\_ el departamento \_\_\_ Inversión \_\_\_ nuestra entidad siga desarrollando la atmósfera \_\_\_ mutuo respeto y entendimiento que usted ayudará \_\_\_ establecer y que ha reinado \_\_\_ su ausencia. 4. Usted puede dirigirse \_\_\_ nosotros \_\_\_ cualquier asunto \_\_\_ el que podamos serle \_\_\_ utilidad. 5. \_\_\_ nombre \_\_\_ mi empresa y \_\_\_ el mío propio te felicito \_\_\_ motivo \_\_\_ tu nuevo puesto \_\_\_ trabajo \_\_\_ la firma “Isabel”. 6. \_\_\_ la llegada \_\_\_ el Sr. Solar el capital social ha sido aumentado \_\_\_ el 5%. 7. Nos gustaría que esas medidas contribuyeran \_\_\_ estrechar aún más las buenas relaciones.

**5.6. Escribe un resumen del texto en forma de tesis.**

**Lección 6. CONTRATO DE TRABAJO**

**6.1. Rellena el contrato:**

****

**6.2. Lee y traduce el texto:**

El artículo 1254 del Código Civil español establece: “El contrato existe desde que una o varias personas consientan en obligarse respecto de otra u otras a dar alguna cosa o prestar algún servicio”. Partiendo de esta definición el contrato de trabajo es aquel pacto o acuerdo entre dos personas, el trabajador por un lado y el empresario o patrón por otro, por el que ambos se obligan recíprocamente, el primero a prestar servicios remunerados dentro del ámbito de organización y dirección del empresario, y este, a retribuir los servicios del trabajador. El contrato de trabajo es la base sobre la que se asienta la relación jurídica laboral, aunque ésta puede existir aun sin haber tenido partes intención de celebrarlo. Para que el contrato sea válido y produzca todos sus efectos es necesario que concurran determinados requisitos, referidos a los sujetos que lo celebran, por un lado, al objeto de susodicho contrato, por otro, y, por último, a la forma en que las partes lo formalicen.

Pueden celebrar contrato de trabajo:

Los que tengan plena capacidad de obrar conforme al Código Civil. Por tanto pueden contratar los mayores de edad, los menores que legalmente hayan sido emancipados y los no incapacitados juridicalmente.

Los menores de 18 años y mayores de 16 que vivan de forma independiente, si el contrato se realiza con consentimiento de los padres o tutores o con autorización de la persona o institución que los tenga a su cargo. En este supuesto, es decir, que el representante de una persona con capacidad limitada autorice a ésta a celebrar el contrato de trabajo, sea expresa o tácitamente, es decir, sin manifestar oposición, el menor queda también autorizado para ejercitar los derechos y cumplir los deberes que se derivan de su contrato, así como para su cesación. Queda prohibida la admisión de trabajadores menos de 16 años salvo en supuestos especiales de relaciones laborales tales como la de los artistas. Por otra parte, los menores de 18 años no podrán realizar trabajos nocturnos ni horas extraordinarias. Se limita también su acceso a determinados puestos de trabajo, establecidos reglamentariamente, que presenten índices prefijados de penosidad, noctividad, insalubridad o peligrosidad.

Los extranjeros. Debe señalarse, con respecto al trabajo de los extranjeros en España, que existe una enorme cantidad de disposiciones legales al respecto que regulan materias tan disoares como permisos de trabajo, servicios de integración, etc.

El objeto de un contrato de trabajo es la prestación de servicios retribuidos dentro del ámbito de dirección del empresario. Por tanto el objeto del contrato es doble viene dado por las obligaciones que asumen las partes en virtud del vínculo que se crea con el contrato: la prestación recíproca de salarios y servicios. Cualquier tipo de servicios puede ser objeto del ccontrato, no importa que sea trabajo manual o intelectual, físico o jurídico; ahora bien, la prestación de los servicios debe tener carácter personal, es decir, no puede realizarse por representante.

Deberán constar por escrito:

Los contratos de trabajo cuando así lo exija una disposición legal. Los de prácticas y para la formación. Los contratos a tiempo parcial, fijo discontinuo y de revelo. Los contratos de trabajo a domicillo. Los contratos para realización de obra o servicio determinado. Los contratos de los trabajadores contratados en España al servicio de empresas españolas en el extranjero. Contratos por tiempo determinado cuya duración sea superior a cuatro semanas.

Si no se observa la exigencia de escritura, el contrato se presume celebrado a jornada completa y por tiempo indefinido. Cuando la relación laboral sea superior a cuatro semanas, el empresario deberá informar por escrito al trabajador, en los términos y plazos que reglamentariamente se establezcan, sobre los elementos especiales del contrato y las principales condiciones de ejecución de la prestación laboral, siempre que tales elementos y condiciones nofiguren en el contrato formalizado por escrito.

Nulidad del contrato.Los contratos pueden resultar nulos, totalmente o sólo en parte, por caracter de alguno de los requisitos esenciales necesarios para su validez. En tal caso, los derechos de los trabajadores serán los siguientes:

Si el contrato resultase nulo sólo en parte y el trabajador tuviese asignadas condiciones o retribuciones especiales en virtud de contraprestaciones establecidas en la parte no válida del ccontrato, será el juez que declaró la nulidad el que decida si dichas condiciones o retribuciones deben mantenerse o suprimirse.

Si el contrato es totalmente nulo, y el trabajador ya hubiera prestado algún servicio, puede exigir su remuneración, como si el contrato hubiera sido válido.

**Vocabulario:**

retribución, f – винагорода, оплата

concurrir – відповідати вимогам

tácitamente, adv. – негласно, неявно, автоматично

horas extraordinarios – понаднормові години

dispar, adj. – нерівний, неоднаковий

presumir que – здогадуватися, припускати

contrato de relevo – трудова угода про прийом робітника на тимчасову роботу

jornada, f – робочийдень

nulidad, f – недійсність

suprimir– відміняти

consentir en + inf. – давати згоду

autorizar a uno a\para + inf – давати дозвіл

tener a su cargo – мати під своєю опікою

**6.3. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué noción genérica del contrato de trabajo ofrece el Código Civil?
2. ¿Quiénes pueden celebrar contrato de trabajo?
3. ¿Cuáles son los requisitos del contrato del trabajo?
4. ¿Qué significa la nulidad del contrato?
5. ¿En qué caso el contrato de trabajo puede resultar nulo?
6. ¿Qué esel objeto de un contrato de trabajo?
7. ¿Qué debe informar el empresario al tabajador?

**6.4. Busca equivalentes ucranianos y escribe oraciones:**

el contrato de trabajo; prestar servicios remunerados; retribuir los servicios del trabajador; formalizar el contrato; celebrar el contrato de trabajo; ejercitar los derechos y cumplir los deberes que se derivan de su contrato; cesación del contrato de trabajo; relaciones laborales

**6.5. Pone preposiciones necesarias en las siguientes oraciones y traduce:**

1. Estamos \_\_\_ su entera disposición \_\_\_ cualquier tipo \_\_\_ consulta que pudiera ser \_\_\_ su interés. 2. He recibido \_\_\_ gran satisfacción la noticia \_\_\_ su incorporación \_\_\_ su cargo \_\_\_ el período \_\_\_ 3 años \_\_\_ comisión \_\_\_ servicio \_\_\_ un trabajo \_\_\_ científico \_\_\_ América Latina. 3. \_\_\_ el futuro el departamento \_\_\_ Compra estará \_\_\_ cargo \_\_\_ la Sra. Fernández. 4. Tengo el placer \_\_\_ comunicarles \_\_\_ ustedes que \_\_\_ efecto inmediato el Sr. Pérez ha sido nombrado el director \_\_\_ el banco. 5. La dirección \_\_\_ la empresa tiene el placer \_\_\_ informarle \_\_\_ usted que la Sra. Gómez ha sido nombrada apoderada \_\_\_ partir \_\_\_ el 1 \_\_\_ el corriente. 6. Confiamos \_\_\_ tener pronto la oportunidad \_\_\_ presentarle \_\_\_ usted \_\_\_ el Sr. Segura. 7. Si usted necesita no dude \_\_\_ ponerse \_\_\_ contacto \_\_\_ nuestro representante \_\_\_ el Área \_\_\_ Recursos Humanos.

**6.6. Pone los verbos entre paréntesis en tiempo necesario y traduce:**

1.El contrato de trabajo\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (ser) un acuerdo que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (establecerse) entre un empresario y un trabajador. 2.En los contratos de trabajo celebrados por escrito \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (deber) constar siempre los siguientes apartados: datos de la empresa, datos del trabajador, la fecha y su duración, el tipo de contrato, etc. 3. Cada tipo de trabajo\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (tener) sus peculiaridades, sus características y cláusulas que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (convenir) conocer y comprender para evitar problemas en el futuro.4. El hecho de que el contrato de trabajo indefinidono \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (tener) una fecha de finalización determinada, más trabajadores \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (desear) y más bonificaciones \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (recibir) por parte del estado. 5. El periodo de prueba no \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (poder) durar más de seis meses para los técnicos titulados ni más de dos meses para los demás trabajadores. 6. Si, al llegar a su término, no\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (producirse) denuncia alguna de las partes y \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (seguirse) prestando el servicio. 7. El contrato único\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (establecer) un nuevo tipo de relación laboral entre empleador y empleado y que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (acabar) con la diferenciación entre contratos temporales y contratos indefinidos.

**Lección 7. LINGÜÍSTICA DOCUMENTAL**

**7.1. Lee y traduce el texto:**

La **Lingüística documental** es definida por Antonio Luis Garcia Gutiérrez como la disciplina ligada a los procesos informativos-documentales (científico-informativos y profesionales) que tiene por objeto el establecimiento de un efectivo control documental mediante la utilización de mecanismos léxicos.

Esta disciplina surge de otras dos, la [Lingüística](https://es.wikipedia.org/wiki/Ling%C3%BC%C3%ADstica) y la [Documentación](https://es.wikipedia.org/wiki/Documentaci%C3%B3n), para proporcionar un control de los documentos de una [biblioteca](https://es.wikipedia.org/wiki/Biblioteca), [archivo](https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo_de_documentos) o [centro de documentación](https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_de_documentaci%C3%B3n), a través de la [terminología](https://es.wikipedia.org/wiki/Terminolog%C3%ADa) y de todos los elementos propios de la lengua, como la morfología, la sintaxis, la lexicología o la semántica. El estudio hecho sobre la terminología dará como fruto un lenguaje controlado, que se empleará para el análisis y recuperación de información, ofreciendo grandes ventajas como la precisión y la economía de la búsqueda.

Los [bibliotecarios](https://es.wikipedia.org/wiki/Bibliotecario) y [documentalistas](https://es.wikipedia.org/wiki/Documentalista) elaboran a través de este disciplina, los distintos [lenguajes documentales](https://es.wikipedia.org/wiki/Lenguaje_de_indizaci%C3%B3n), como las [clasificaciones](https://es.wikipedia.org/wiki/Clasificaci%C3%B3n), los [tesauros](https://es.wikipedia.org/wiki/Tesauro) o los listados de [encabezamientos de materia](https://es.wikipedia.org/wiki/Encabezamientos_de_materia). Esta disciplina también es empleada en ámbitos del [procesamiento del lenguaje natural](https://es.wikipedia.org/wiki/Procesamiento_del_lenguaje_natural). De hecho, las búsquedas en lenguaje libre avanzan en la obtención de resultado interesantes, si bien solo son importantes cuando la información buscada es de tipo general.

Algunos teóricos consideran que, en verdad, la Lingüística documental es una forma de metalingüística, ya que los [metalenguajes](https://es.wikipedia.org/wiki/Metalenguaje) son aquellos que aparecen para explicar otro lenguaje.

La Lingüísica documental se nutre de otros campos científicos, como la [Lógica](https://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%B3gica), la [Estadística](https://es.wikipedia.org/wiki/Estad%C3%ADstica) y la [Informática](https://es.wikipedia.org/wiki/Inform%C3%A1tica). En menor medida, también se nutre de la [Biblioteconomía](https://es.wikipedia.org/wiki/Biblioteconom%C3%ADa) y de la [Telemática](https://es.wikipedia.org/wiki/Telem%C3%A1tica).

Algunos investigadores que han estudiado está disciplina son [Georges Van Slype](https://es.wikipedia.org/wiki/Georges_Van_Slype), [Jacques Chaumier](https://es.wikipedia.org/wiki/Jacques_Chaumier), [Luis Antonio García Gutiérrez](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Luis_Antonio_Garc%C3%ADa_Guti%C3%A9rrez&action=edit&redlink=1), [Jack Belzer](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Jack_Belzer&action=edit&redlink=1) o [Christine Montgomery](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Christine_Montgomery&action=edit&redlink=1).

Una aplicación de los estudios lingüísticos al campo concreto de la Documentación, debe caracterizarse por dos rasgos disciplinares:

* 1º El condicionamiento de los postulados de la Lingüística al medio general de expresión documental que ha de elaborarse y al objeto de este, el [documento](https://es.wikipedia.org/wiki/Documento). Aquí habría que efectuar una salvedad referida a la distinción entre lenguaje humano y lenguaje documental, como lenguaje en los documentos y lenguajes de los documentos.
* 2º Brote de nuevos conceptos relativos al cruce de disciplinas.

La Lingüística documental tanto precede como sucede al lenguaje documental, ya que en su seno, se crea y se estudia para su elaboración, y además alerta de las posibles lagunas lingüísticas existentes para su posible reelaboración. Es pues una teoría de previsión, confirmación y evolución.

Los elementos esenciales lingüísticos-documentales son los descriptores y los [resúmenes](https://es.wikipedia.org/wiki/Resumen), como resultantes de los procesos de análisis documental de contenido, concretamente la [indización](https://es.wikipedia.org/wiki/Indizaci%C3%B3n) y la operación de resumir.

**Vocabulario:**

Lingüística documental – Документальна лінгвістика

lenguaje, m – мова

recuperación, f – відновлення

precisión, f – точність

salvedad, f – застереження

cruce, m – перетин

reelaboración, f – переробка

previsión, f – прогноз

sintaxis, m – синтаксис

lexicología, f – лексикологія

semántica, f – семантика

morfología, f – морфологія

proporcionar – забезпечити

**7.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué disciplina es la Lingüísica documental?
2. ¿Qué tiene por objeto la Lingüísica documental?
3. ¿De qué disciplinas surge la Lingüísica documental?
4. ¿De qué campoe se nutre la Lingüísica documental?
5. ¿Quiénes son los investigadores de la Lingüísica documental?
6. ¿Qué teoría es?
7. ¿Qué elementos lingüísticos-documentales son esenciales?

**7.3. Temina las frases usándo el lexico del texto:**

1. Todos insistían en que ...
2. Estaba seguro de que ...
3. Parecía como si ...
4. Parecía que ...
5. Era extraño que ...
6. Dudaba que ...
7. Era posible que ...

**7.4. Pone artículos en las siguientes oraciones donde sea necesario y traduce:**

1. A partir de \_\_\_ 1 de \_\_\_ mes en curso \_\_\_ Sr. Serrat será \_\_\_ nuevo socio de \_\_\_ compañía. 2. Estamos seguros de que \_\_\_ baja de nuestro socio, \_\_\_ Sr. Solar, no producirá \_\_\_ consecuencias perjudiciales en nuestras relaciones comerciales. 3. He adquirido \_\_\_ participación social de mi socio. 4. Con \_\_\_ Sr. Molinacomonuevosocio, \_\_\_ capitalsocialsehaelevadoa 50 millonesdedólares. 5. Mecomplaceinformarlequehesidonombrado \_\_\_ nuevorepresentantede \_\_\_ banco. 6. Si necesitas cualquier cosa, no dudes en ponerte en \_\_\_ contacto con \_\_\_ departamento \_\_\_ Personal. 7. Hemos recibido con \_\_\_ gran satisfacción \_\_\_ noticia sobre su reincorporación a \_\_\_ cargo después de \_\_\_ período de descanso.

**7.5. Pone los verbos en Pretérito indefinido y traduce las oraciones al ucraniano:**

1. El presidente de Argentina \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (dar) la bienvenida en Buenos Aires al mandatario brasileño. Ambos dignatarios \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (discutir) acerca del impulso necesario para la conformación de un mercado común binacional. 2. El ministro de Relaciones Exteriores de Cuba y su homólogo guyanés \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (firmar) los acuerdos correspondientes a las relaciones entre cancillerías de ambos países. 3. El canciller ucraniano \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (iniciar) en Varsovia conversaciones con su similar polaco. 4. El presidente de Uganda \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (recibir) al ministro del Comercio Exterior de Cuba. El titular del MINCEX\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (explicar) los acuerdos alcanzados durante la II comisión mixta intergubernamental. 5. El jefe del Gobierno español \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (recibir) ayer al primer ministro irlandés y presidente en ejercicio de la UE. El presidente español \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (subrayar) que la unión económica y monetaria supone una mayor solidaridad entre los socios ricos y pobres. 6. El presidente soviético \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (estar) acompañado por su anfitrión, el mandatario finlandés. 7. En Uruguay mueren anualmente unos 800 niños por desnutrición, durante los tres primeros meses de vida, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (declarar) el médico José Garzón, en Montevideo. En general, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (decir) el galeno, 1250 mueren en el país antes de alcanzar el primer año de vida.

* 1. **Hace el resumen del texto (por escrito).**

**Lección 8. COMPRAS Y VENTAS**

**8.1. Lee y traduce el texto:**

El lunes pasado nos reunimos en Llanes para discurir la situación por la que atraviesa el mercado nacional, en especial teniendo en cuenta las dificultades que tienen nuestros clientes para conseguir financiación.

Nuestra cuenta de explotación depende de las ventas y de los márgenes, pero junto a ellos hay otros hechos a veces más importantes que estos, que son los que deciden al final la cuenta de resultados. Los más significativos sin duda alguna son el nivel de existencia, la cuenta de clientes, los empagados, etc. Es decir, todo aquello que supone dinero con su coste correspondiente, yo sea en descuentos o créditos.

En periodos de auge económico, la cuenta de explotación y la de resultados van muy en paralelo, mientras que cuando la oferta es mayor que la demanda, a pesar de tener una buena cuenta de explotación (margen bruto de la venta), se puede llegar a una mala cuenta de resultados, a no ser que se actúe con mucho rigor de todos y cada uno de los componentes de las existencias y del circulante.

A diferencia de la competencia, nosotros jugamos con la ventaja de ser una multinacional. Si nuestras ventas en el mercado nacional no llegan a niveles que permitan el punto de equilibrio de la cuenta de explotación, ésta está asegurada con nuestras ventas de exportación y a otras empresas del grupo.

Sin embargo, a pesar de que esta circunstancia permite tranquilizarnos respecto al futuro de Lindsell AB como empresa, no nos libera de nuestra responsabilidad en cuanto a las Ventas Mercado Nacional.

Nuestra tarea debe consistir en conseguir cubrir las cuentas de explotación y de resultados de forma que las exportaciones supongan simplemente beneficios adicionales.

Para conseguir esa mejora en la cuenta de resultados, tenemos que ponernos al trabajo haciendo hincapié en dos puntos:

Debemos ampilar las actividades que desarollamos y aumentar la calidad de nuestros trabajos. Las decisiones que se adoptan deben estar basadas en una información extensa y puntual y a la vez que en una coordinación-comprensión positiva, no en la experiencia e intuición.

Sin duda, puesto que:

Nuestra empresa necesita mayor estabilidad y proyección de futuro para poder promover los cambios necesarios con el fin de ganar “la confianza del mercado” de la que hoy carecemos.

Frente a la situación difícil por la que atraviesa el mercado, tenemos ue aportar a nuestros concesionarios y distribuidores, un volumen de negocio suficiente para que les sea interesante económicamente por una parte, y nos vean claramente como una empresa con la que merece la pena jugar en el presente y apostar en el futuro.

Tenemos, pues, que trabajar con mayor rigor. Espero que en nuestras próximas reuniones podamos ya decir alguna norma de actuación.

**Vocabulario:**

cuenta de explotación – рахунок поточних операцій

cuenta de clientes – рахунок замовників або клієнтів

existencias, f. pl. – виробничі запаси

impagados, m. pl – неоплачені рахунки

descuentos, m.pl – облік векселів

circulante, m – готівка

cubrir las cuentas –закритирахунки

aportar – робити внесок, сприяти

apostar por – робити ставку

pedido, m – замовлення

desventaja, f – збиток, відсутність вигоди

punto de venta – пункт продаж

número de referencia – артикул (товара)

IVA (impuesto sobre el valor añadido) – ПДВ (податок на додану вартість)

**8.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Cuál es el mensaje principal de esta comunicación interior?
2. ¿De qué depende la cuenta de explotación?
3. ¿Cuál es la situación actual de la empresa?
4. ¿Qué factóres son determinantes para obtener una buena cuenta de resultados?
5. ¿Por qué son necesarios los cambios que se plantean en la comunicación interior?
6. ¿Quá ventaja tiene Lindsell frente a la competencia?
7. ¿Qué líneas deberán seguirse para conseguir una mejora en la cuenta de resultados?

**8.3. Pone los verbos entre paréntesis en Pretérito Indefinido o Pretérito Imperfecto y traduce las oraciones al ucraniano:**

1. (Recordar, yo) cuando (vencer) los plazos de entrega de los últimos pedidos. 2. (Creer, ellos) que (deber) de estar a punto de vencer. 3. (Saber, tú) que los competidores (hallarse) en fuerte desventaja tanto en calidad como en precios. 4. Nuestro producto (ser) muy competitivo porque (tener) buena calidad a un menor precio.5. Por suerte (reaccionar, nosotros) a tiempo y (poder) colocarnos de nuevo a la cabeza de los confeccionistas de este sector. 6. No te (parecer) que el IVA también (ser) responsable de la vajada de ventas. 7. (Enviar, vosotros) a un vendedor nuevo al punto de venta y (apuntar) mal el número de referencia de la mercancía.

**8.4. ¿Qué definiciones corresponden a los siguientes términos:**

margen de beneficio, existencias, descuento, materia prima, plazos de entrega, intermediario, mayorista, vencer, rebaja, facilidades de pago, demora, número de referencia?

1. Retraso en la entrega o el pago de un producto.
2. Disminución pactada del precio de venta al público.
3. Productos o reservas que todavía no han tenido la salida a que están destinadas.
4. Posibilidad de realizar el pago de forma ventajosa para el cliente, según condiciones previamente pactadas.
5. Persona que media entre el productor y el consumidor.
6. Diferencia entre los ingresos y los costes.
7. Materia que se necesita en primer lugar la fabricación de un producto.
8. Empresa que se dedica a vender al por mayor.
9. Número que sirve para identificar un producto facilitando su almacenamiento.
10. Fechas en que debe entregarse el producto.
11. Reducción en el precio.
12. En contexto comercial, finalizar un plazo.

**8.5. Escoge un artículo que desea vender. Elabora una lista de consejos para su promoción.**

¿Cómo vendería Usted un nuevo teléfono? ¿Cómo vendería Usted una nueve especie de palmera topical? ¿Cómo vendería Usted un cuadro de un artista poco conocido?

**8.6. Escribe un resumen del texto en forma de tesis.**

**Lección 9. LA TRANSICIÓN DE LA ECONOMÍA PLANIFICADA A LA ECONOMÍA DE MERCADO**

**9.1. Lee y traduce el texto:**

Tan antigua como la historia de la humanidad, la palabra especulación no deja de albergar connotaciones negativas. En realidad, la especulación es una apuesta, basada en la compra de un bien esperando que en el futuro suba el precio. Se puede especular con cualquier mercancía, aunque el lugar por excelencia de los especuladores es el mercado de valores. En la bolsa se compren y se venden acciones de una multitud de empresas por su valor de mercado.

La bolsa española vivió una fiebre especuladora entre 1986 y 1989, período en que entraron al país muchos capitales extranjeros con el deseo de adquirir empresas en propiedad.

Las siglas PIB corresponden al Producto Interior Bruto, y representan la suma de todos los factores de producción de un país. En 1991, el PIB de España fue de 55 billones de pesetas. Eso significa que todos los que trabajan en España, desde los agricultores hasta los tenderos incluyendo las empresas extranjeras instaladas aquí, produjeron 55 billones de pesetas en bienes y servicios. Ahora bien, la utilidad de PIB reside en su comparación con las restantes magnitudes del país. Si se divide el PIB por el número de habitantes (40 millones de habitantes), se obtiene 1.3 millones de pesetas que es la llamda renta per cápita.

El Producto Nacional Bruto (PNB) se diferencia del PIB en que el primero no incluye las empresas y trabajadores extranjeros afincados en España, y sí, en cambio, las rentas de los trabajadores y empresas españolas en el extranjero.

De todas formas, muchas veces no suelen hacerse distinciones entre el PIB y el PNB, aunque siempre que se hable de crecimiento económico se está haciendo referencia al Producto Interior Bruto.

En 1991, España creció en un 2-5 por 100 y para este año, se espera que el crecimiento sea de 3 por ciento. El objetivo de todo gobierno es aumentar el PIB del país y distribuír esa riqueza entre sus habitantes en forma de rentas. Esa es la renta nacional, compuesta por el conjunto de todas las rentas generadas en un país por los trabajadores o empresarios, o sea, los salarios más los beneficios.

En la transición del comunismo al capitalismo, Europa central y oriental comienzan con ciertas ventajas. Ningún país es realmentepobre según las normas del Tercer Mundo. Antes de la caída del Muro de Berlín, las economías de Europa central y oriental, según se creía, tenían un PNB per cápita que oscilaba entre tres mil quinientos y diez mil dólares. En el conjunto de repúblicas que formaban la Unión Soviética, Tajikistán es la más pobre y Rusia la más rica, con una producción per cápita que es aproximadamente un 45 por 100 inferior y 19 por 100 superior, respectivamente, a la media soviética. Todas pertenecen a la misma categoría de ingresos de los “pequeños tigres” de la cuenca del Pacífico.

Los problemas serán especialmente difíciles en lo que era la Unión Soviética. En este caso, no se puede culpar a los extranjeros por el sistema que ha tenido vigencia por mucho más tiempo.

Las prácticas y conductas sociales están profundamente arraigadas. El gobierno no puede cobrar impuestos; el país es demasiado grande para tener ayuda importante del exterior; y hay enormes diferencias de opinión acerca de las características necesarias del nuevo sistema. No hay acuerdo acerca de lo que debe hacerse.

**Vocabulario:**

la tasa de paro – рівень безробіття

la tasa de inflación – темп інфляції

distribuir – розподіляти

renta per cápita – доход на душу населення

rentas generadas – створені та оримані доходи

activos, m. pl – активи, матеріальні цінності, власність

ganancia, f – прибуток, отримана вигода

operación, f – господарсько-виробнича діяльність підприємства

registrado, adj. – відображений, зафіксований

en concepto – по статті

concepto contable – принцип бухгалтерського обліку

oferta y demanda – пропозиція та попит

bienes y servicios – товари та послуги

costes y beneficios – витрати та прибуток

**Comentarios:**

Crecimiento económico (que se mide en relación con PNB o el PIB) – економічний ріст країни, який вимірюється у цифрах ВНП та ВВП

Rentas de la población (salarios + beneficios) – доходи населення (заробітна плата + прибутки корпорацій)

**9.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es la Renta Nacional?
2. ¿Qué es el Producto Interior Bruto?
3. ¿Qué es el Producto Nacional Bruto?
4. ¿En qué se diferencia PNB de PIB?
5. ¿Qué es el fenómeno de la especulacíon?
6. ¿Qué países son del Primer, Segundo y Tercer Mundo?
7. ¿Qué países se llaman países en vías de desarollo?

**9.3. Pone preposiciones necesarias en las siguientes oraciones y traduce:**

1. ... nuestra opinión, los votos ... los socios han puesto ... manifiesto su gran prestigio personal y profesional. 2. Le acompañamos ... el sentimiento y le ofrecemos ... todo corazón cualquier ayuda que pudiera usted necesitar. 3. ... el nuevo año confiamos ... una buena cooperación y les deseamos un año de paz y prosperidad. 4. ... motivo ... su cumpleaños nos permitimos expresarle nuestras más sinceras felicitaciones. 5. Le deseamos cumpla muchos años más ... plena salud. 6. ... la tele nos hemos enterado ... que han abierto una nueva sucursal en Moscú, ... cuyo motivo quisiéramos desearles mucho éxito. 7. Esperamos ... que nuestras relaciones comerciales sigan ... el futuro ... la misma confianza ... que hasta ahora.

**9.4. Pone los verbos entre paréntesis en Pretérito Indefinido y traduce las oraciones:**

1. Los agentes económicos (producir) 55 billones de pesetas en productosy servicios.
2. Una empresa (generar) 5millones de pesetas en concepto de beneficio.
3. Una empresa (operar) con pérdidas, aunque (registrar) también considerables beneficios.
4. El ahorro de dinero (ser) la parte de la renta que no (destinarse) al consumo.
5. Una empresa (verificar) el análisis de costes e ingresos.
6. El prestatario (poner) en prenda todos sus bienes muebles e inmuebles.
7. Pasivos y activos (ser) dos lados opuestos del balance contable.

**9.5. Amplía el significado de las siguientes frases:**

1. El PIB representa ....
2. Comparando el PIB con las restantes magnitudes del país obtenemos ....
3. El Producto Nacional Bruto incluye ...
4. Siempre que se hable del crecimiento económico se está haciendo referencia al ...
5. El objetivo de todo gobierno es ...
6. Reservas y beneficios de la empresa ...
7. Préstamo y ahorro son agregados económicos ....

**9.6. Hace el resumen de los textos (por escrito).**

**Lección 10. LA ECONOMÍA EN GENERAL**

**10.1. Lee y traduce el texto:**

Por economía se entiende un estudio de la forma en que las sociedades deciden qué van a producir, cómo y para quién con los recursos escasos y limitados, para satisfacer necesidades y deseos ilimitados, por un lado, y las actividades por las cuales el hombre obtiene los elementos necesarios para la satisfacción de sus necesidades, por el otro. El hombre tiene una serie de necesidades que trata de satisfacer, para lo cual se requiere el uso de determinados medios que se pueden encontrar en cantidades mayores o menores de lo que se precisan. Cuando estos medios se hallan en cantidades limitadas se conocen con el nombre de bienes económicos, y la actividad que el hombre realiza para cubrir sus necesidades con ellos se llama actividad económica.

La macroeconomía estudia el funcionamiento de la economía en su conjunto, el comportamiento de los grandes agregados económicos como: el empleo global, la renta nacional, la inversión, el consumo, los precios, los salarios y los costos. Su centro de atención es la producción total de los bienes y servicios y las variaciones del nivel medio de los precios. La macroeconomía permite obtener una visión simplificada de la economía, pero que al mismo tiempo sirve para conocer y actuar sobre el nivel de actividad económica de un país determinado o de un conjunto de países.

La microeconomía estudia los problemas económicos desde las unidades elementales de decisión: empresas y consumidores. Analiza las acciones económicas de los individuos y de pequeños grupos bien definidos. El propósito de la teoría microeconómica consiste normalmente en determinar el precio y asignar recursos entre diversos empleos. Estudia las unidades decisorias individuales, tales como empresas, familias y consumidor individual. Se constituye en un método de análisis económico referido a: la teoría del consumidor que nos lleva a la teoría de la demanda; la teoría de la producción y los costos; la teoría de los precios y la producción y; el mercado, sus características y tipos.



Cada época de la ciencia económica ha tenido sus modas y sus perjuicios. Los clásicos, en el siglo XIX, concedían prioridad a la cuestión del equilibrio económico. Los problemas de crecimiento parecen dominar desde hace veinte años. El crecimiento es un fenómeno a medio plazo, es decir, relativamente duradero, que va acompañado por transformaciones de estructuras económicas. Hay que distinguir el crecimiento, definido como un incremento de la capacidad de producción de una nación, de otros fenómenos económicos comparables:

La expansión, que es el incremento de las principales magnitudes características de la situación de una nación a corto plazo sin transformaciones de las estructuras económicas. La expansión es un fenómeno reversible, mientras que el crecimiento no lo es.

El desarrollo: se trata de una modificación a largo plazo de las estructuras mentales y de los hábitos sociales de una nación o población. El desarrollo permite un cambio de la naturaleza de las sociedades a las que afecta, mientras que el crecimiento sólo permite un salto de grado.

El crecimiento a corto plazo supone un aumento de la producción de una nación. A medio plazo, y en este sentido se tarta de un fenómeno interesante de observar, entraña modificaciones importantes de las estructuras económicas. Las estrucruras de producción se modifican: al no tener todos los sectores económicos la misma rapidez de crecimiento económica se producen modificaciones en la distribución de la población activa. Las estructuras de la sociedad pueden verse modificadas: el éxodo rural y la concentración urbana (alrededor de los polos de crecimiento) son efectos del crecimiento económico. Los modos de vida se modifican también debido al desarrollo del tiempo libre, etc.

**Vocabulario:**

recursos, m. pl – ресурси, запаси; засоби існування

actividad, f – діяльність, сферадіяльності; діло

activos, m. pl – активи, засоби, фонди

activosin tangibles – нематеріальні цінності

agregado monetario – показник грошової маси

nivel de actividad – рівень ділової активності

nivel mínimo de subsistencia – прожитковий мінімум

emplear – наймати на роботу

renta, f – рента, дохід, орендна плата

inversión, f – інвестиції

consumo, m – споживання, витрачання

consumidor, m – споживач

valor, m – вартість; величина, значеня

distribución, f – розподіл, розташування; торгова мережа

rendimiento, m – продуктивність, дохідність, рентабельність

**10.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué se entiende por economía?
2. ¿Qué son los bienes económicos y la actividad económica?
3. ¿Qué estudia la macroeconomía?
4. ¿Qué estudia la microeconomía?
5. ¿Qué es el crecimiento y por qué transformaciones va acompañado?
6. ¿Qué otros fenómenos económicos son comparables con el crecimiento?
7. ¿Cómo es la hipótesis básica del sistema clásico?

**10.3. Pone artículos en las siguientes oraciones donde sea necesario y traduce:**

1. Les agradecemos ... confianza que durante años de ... colaboración han depositado en nosotros. 2. Por ... prensa nos hemos enterado de que han inaugurado ... nueva sucursal de ... entidad en ... ciudad. 3. Aprovecho ... ocasión para saludarle atentamente. 4. Como ... jefe de ... departamento de ... ventas me complace felicitarle en ... nombre de toda nuestra colectividad con ... motivo de ... nacimiento de su primer hijo. 5. Deseamos manifestarle nuestro más sentido pésame por ... fallecimiento de su marido. 6. Usted ha mostrado su gran valor y enorme experiencia en todos ... campos. 7. Te deseo ... éxito que tu esfuerzo se merece.

**10.4. Pone los verbos entre paréntesis en Pretérito Indefinido y traduce el texto:**

Sabía Usted que en 1951, Francia, Alemania, Italia, Bélgica, Luxemburgo y Holanda (crear) la Comunidad Europea del Carbón y Acero para facilitar los intercambios de estos productos. Seis años después, los mismos países (fundar) la Comunidad Europea de la Energía Atómica y la propia Comunidad Económica Europea. En 1967 las tres organizaciones (fundirse) en una sola: la Comunidad Europea. Posteriormente (adhirir) a la asociación Inglaterra, Italia, Dinamarca, Grecia, Irlandia, España y Portugal.

Cuando (entrar) en vigor el Acta Única, en 1987, los países de la CE (modificar) el sistema de votación para aprobar las leyes comunitarias con mayor rapidez. En 1991, (aprobarse) en Maastrich las condiciones para que de aquí al año 2000 se verifique en europa la unidad monetaria y política.

El 1 de enero de 1995 en la Comunidad Europea (ser) también admitida Austria.

**10.5. Rellena los huecos de las frases con las palabras adecuadas:**

Nacional, mundial, identificarse, apertura, ciencia, distribución, mercancía.

Actualmente existe una economía mundial que tiene una realidad tan objetiva como las economías ... . Esta existencia queda de manifiesto con un grado mayor o menor en las fases de producción, ... , cambio, consumo y en conjunto de todas ellas expresando sinteticamente en la totalidad producción y realización de ... . En las economías nacionales pueden ... varias formas de inserción de la economía ... . Por ejemplo, en la etapa de la globalización actual de la economía, pueden haber ... totales sin política industrial u otras. La ... económica en sus principales escuelas teóricas: economía clásica, neoclásica, keynesiana y otras ha tenido como escenario para su desarrollo la economía nacional.

**10.6. Elige la información principal del texto (por escrito)**

**Lección 11. EL DINERO**

**11.1. Lee y traduce el texto:**

Tan pronto como los primeros colectivos humanos superaron la etapa de economía cerrada o de autoconsumo, surgió una segunda en la que, relacionándose con otros grupos, aparece la división del trabajo y la economía de trueque posteriormente sustituida por la economía monetaria.

Antes de la aparición de la moneda, los agentes económicos estaban obligados, para satisfacer sus necesidades, bien a producir ellos mismos los bienes y servicios que necesitaban, o bien a trocar los bienes que producían por aquellos que necesitaban. Este sistema de trueque limitaba considerablemente los cambios: era necesario encontrar un agente económico que, en el momento en el que se identificase la necesidad, estuviese simultaneamente en condiciones de procurar el bien deseado y de aceptar, en contrapartida, los bienes que otros producían y no necesitaban. Este sistema era, por lo tanto, muy complicado: no todos los bienes eran facilmente transformables, ni todos eran facilmente fraccionables ni disponibles simultaneamente. El dinero se utilizaba, en primer lugar, como instrumento de pago en los cambios y más tarde como mercancía universal para llevar a cabo los mismos.

En un primer momento, el dinero era una mercancía apetecida por todos debido a que tenía unas cualidades determinadas que la hacían deseable: grano, sal, etc. Poco a poco fueron imponiéndose los metales, en especial el oro y la plata, aunque hoy apenas se utilizan en la acuñación de moneda salvo cuando van en aleaciones con otros. El dinero es algo que todas las personas aceptan a cambio de bienes y servicios, ya que saben que otras personas lo admitirán en sucesivas ocasiones para adquirir los bienes o servicios que desean. El dinero también puede definirse como cualquier mercancía ampliamente aceptada como un medio de cambio y medida de valor en pago de bienes y servicios, o como descargo de deudas y obligaciones y tiene tres funciones principales:

es un medio de cambio (A);

es un patrón de valor (B);

es un instrumento de reserva de valor (C).

A.El dinero (que apareció en el siglo V antes de nuestra era) tiene por objeto y función principal facilitar y desarrollar los intercambios. El productor de un bien A que desea un bien B procede en 2 fases: primero va a cambiar el bien A por dinero (va a «vender» el bien A) y luego va a cambiar el dinero por el bien B

B. El dinero permite medir con precisión el valor de todos los bienes y de todos los servicios. Es posible, gracias al dinero, comparar el valor de las cosas y establecer una clasificación en el valor de bienes. Sin esta referencia a una unidad de cuenta única, muchas actividades económicas serían extremadamente difíciles: las comparaciones entre bienes que no tienen casi puntos comunes serían imposibles.

C. Una de las grandes debilidades del trueque era no permitir que se espaciesen los intercambios en el tiempo. El dinero que alguien ha obtenido en el transcurso de un período permite, por el contrario, efectuar una compra en el transcurso de un período ulterior. Esta función de reserva de valor, no obstante, se cumple plenamente si el dinero sigue teniendo el mismo valor sea cual fuere el período en que se utiliza, cosa que no sucede en un período de inflación (erosión monetaria).

**Vocabulario:**

autoconsumo, m – споживання

trueque, m – бартер

procurar – закуповувати

transformable, adj. – трансформований

monetario, adj. – грошовий, валютний

mercancía apetecida – бажаний товар

alimentos, m. pl – продовольчі товари, продукти харчування

valor, m – значення

extremadamente,adv.– надзвичайно

bilateral, adj. – двосторонній

sustituir – замінювати

producirse – відбуватися

intercambiar – обмінювати

prosumidor, m – напівпрофесіонал

**11.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Cuándo aparece la división del trabajo?
2. ¿Qué es el dinero?
3. ¿Qué funciones tiene y cómo son?
4. ¿Por qué el dinero era una mercancía apetecida por todos?
5. ¿Qué formas asume el dinero en las economía modernas?
6. ¿Es posible que desaparezca el dinero como tal?
7. ¿Es posible que el dinero sea sustituido por tarjetas de crédito u otro sistema?

**11.3. Pone preposiciones necesarias en las siguientes oraciones y traduce:**

1. Aprovechamos la oportunidad ... expresarles nuestro cordial agradecimiento ... la amable acogida que dispensaron ... sus oficinas ... nuestro representante. 2 ... la presente nos dirigimos ... ustedes ... el fin ... pedirles la visita el 2 … marzo. 3. ... caso ... que no les conviniera la fecha, les rogamos nos propongan otra. 4. Espero ... interés la entrevista y le doy las gracias ... el envío ... las entradas ... la Feria. 5. Como saben ustedes, tenemos un gran pedido y les rogamos nos ayuden ... resolver unos problemas. 6. ... todos modos no dejaré ... escapar la oportunidad ... pasar .. sus oficinas. 7. ... lo que estamos convencidos ... que nuestras conversaciones tendrán un efecto positivo.

**11.4. Pone los verbos entre paréntesis en el tiempo necesario y traduce el texto:**

Además de ser una ciudad holandesa, Maastrich (ser) el lugar donde (firmarse) el tratado que (suponer) un importante compromiso. A partir de 1999 (fundarse) una Unión Monetaria y, en el año 2000, los países de la UE (tener) una sola moneda – el euro.

Es que para llegar a la moneda única (haber) que tener una sola economía. (Pretenderse) que las 15 economías de los países de la UE (parecer) una sola: la misma inflacción,los mismos tipos de interés, el mismo déficit y la misma deuda pública.

**11.5. Rellena los huecos de las frases con las palabras adecuadas:**

bienes, beneficios, empresarial, bilateral, sustituir, producirse, intercambiar.

El intercambio de productos, como apunta Alvin Toffer en el libro «La tercera ola», ... entre «prosumidores», individuos que son a la vez productores y consumidores de ... o servicios. Esa es la idea actual de alguien que practica el trueque buscando un beneficio ... . Para Marcos Ruiz «el trueque no trata de ... a los procesos comerciales, sino adaptarse a la economía existente mejorando incluso los flujos económicos». El trueque, ya sea practicado de forma ... entre dos empresas concretas, o multilateral, con la puesta en común de una serie de productos que pueden ser ... indirectamente, puede reportar unos ... a las empresas, ya sean pequeñas o grandes, que no pоdemos dejar de tener en cuenta.

**11.6. Destaca los aspectos fundamentales des texto en forma de plan.**

**Lección 12. RECURSOS NATURALES**

**12.1. Lee y traduce el texto:**

Como se sabe, uno de los elementos importantes en la producción lo constituyen la naturaleza y los recursos naturales. La naturaleza es el entorno del ser humano y, en ese sentido, ahí es donde éste obtiene todos los recursos para su existencia: empezando por el agua y los alimentos que consume, hasta las materias primas y minerales que utiliza para fabricar bienes diversos, así como en sus medios de transporte. En la ciencia económica por el significado que tuvo en su origen este elemento quedó mencionado como «la tierra» o «el factor tierra». En la actual etapa de globalización de la economía mundial, se da una profunda transformación de la normativa referida a los recursos naturales como parte de la libertad de movimiento y de actuación que exige el capital en general. También cambia el enfoque de la renta: el problema de la renta ha estado presente en la ciencia económica desde sus inicios – se tenía presente que en la realidad la explotación de los recursos naturales generaba renta: la renta de la tierra, la renta de minas, la renta urbana, etc. Incluso en los modelos neoclásicos se incorpora la renta ricardiana.

Según una de las definiciones modernas clásicas la renta, en el sentido amplio, significa los cobros de los individuos, sociedades o gobiernos en un período determinado de tiempo, que derivan del trabajo de los individuos o de la propiedad de los factores de producción. En el sentido estricto, la renta está estrechamente ligada a la producción y a la creación de riqueza en forma de bienes y sevicios. La renta que produce la posesión de la tierra, a su vez, es la renta agraria. Según Ricardo, economista inglés del siglo XIX, su aumento resulta de la conjunción del incremento de la tierra y de la existencia de «rendimientos decrecientes» en la agricultura.

En América Latina, los estudios sobre el problema de la renta vinculan la renta en la explotación de los recursos naturales, la apropiación de la renta y el crecimiento económico. Tan importante es este problema para muchos países latinoamericanos que en las constituciones del Estado se establece en relación a los recursos naturales que ellos son propiedad de toda la nación. En algunos casos, como por ejemplo en Chile, los economistas neoliberales de la época de la Dictadura han relatado en sus libros cómo transformaron con una ley con rango constitucional el dominio del Estado sobre los recursos mineros en dominio de las empresas privadas. Antes el Estado otorgaba concesiones, ahora, en la ley se habla de concesión plena que asegura la propiedad privada de los yacimientos. En el caso de Chile, se trata de la propiedad privada de grandes empresas transnacionales mineras privadas.

La propiedad privada sobre los recursos naturales, la legislación sobre la inversión extranjera y la legislación tributaria, no reconocen la existencia de la renta de los recursos naturales. Esta situación de existencia de la renta en la realidad y el desconocimiento de la normativa, ha llevado a que se realicen grandes inversiones extranjeras en la industria minera, en la industria forestal y en el sector pesquero. En estas actividades se obtienen ganancias muy elevadas que incluyen la ganacia media o normal más una ganancia extraordinaria con caracter permanente que está constituida por la apropiación de la renta. Anteriormente, el Estado captaba la renta a través de la legislación tributaria que llevó a la formulación, según algunos economistas, de la síntesis explicativa: los tres tercios: un tercio de costo, un tercio de beneficio y un tercio de tributación del total de los ingresos de las empresas.

Los cambios que se están produciendo como parte de la globalización actual en relación a los recursos naturales son tan importantes, que deben ser estudiados aparte. Además de la apropiación de la renta y de la disminución de la renta a nivel mundial, se está produciendo una destrucción de la naturaleza, que es muy manifiesta en los países atrasados.

**Vocabulario:**

Naturaleza, f – природа

recursos naturales, m. pl – природні ресурси

entorno, m – середа

existencia, f – існування

fabricar – виробництво

globalización, f – глобалізація

explotación, f – експлуатація

aumento, incremento, m – збільшення

propiedad. f – власність

propiedadprivada – приватна власність

legislación, f – законодавство

renta, f– оренда

otorgar – надавати

ganancia, f – прибуток

**12.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es la naturaleza?
2. ¿Qué significado tiene en la ciencia económica?
3. ¿Qué es la renta? ¿Cómo se clasifica?
4. ¿Cómo entiende Ud. el concepto de «rendimientos decrecientes de la tierra»?
5. ¿Qué aspectos referentes a la renta se vinculan en los estudios latinoamericanos?
6. ¿Por qué es tan importante esta vinculación?
7. ¿Qué consecuencias tiene la privatización de los recursos naturales?

**12.3. Busca equivalentes ucranianos y escribe oraciones:**

recursos naturales, materias primas, alimentos, consumir, fabricar, medios de transporte, renta de tierra, renta agraria, renta urbana, rendimiento decreciente, inversión extranjera, ganancia, costo.

**12.4. Diga el verbo correspondiente a los sustantivos siguientes (según el texto) y escribe una frase con cada uno de estos verbos:**

– bienes – renta

– producción – crecimineto económico

– concesiones – propiedad privada

– legislación tributaria – ganancias

**12.5. Pone los verbos entre paréntesis en el tiempo necesario y traduceel texto:**

Cuando (estudiarse) el gravísimo e inminente fenómeno actual del efecto invernadero – causado especialmente por las emisiones masivas del dióxido de carbono (CO2) – los análisis se (soler) limitar a sopesar las interacciones de la atmósfera con la tierra (bosques tropicales húmedos y vegetación, por ejemplo) pero rara vez se (mostrar) la inmensa importancia que (tener) la absorsión del CO2 por los océanos y mares.

Al mismo tiempo, la más probable elevación media de las temperaturas (significar) que la fusión de los casquetes polares del planeta (estar) a algunas décadas vista y que con ello (sentirse) una real amenaza directa para todos los asentamientos humanos costeros, siendo así que las grandes concentraciones humanas del mundo (encontrarse) en más de un 60% en las franjas litorales de los diversos continentes, y (ser), por sí mismas, las ecologicamente más frágiles, porque en ellas se (concentrar) cerca del 90% de las sustancias contaminantes.

**12.6. Elige la información principal del texto (por escrito)**

**Lección 13. RECURSOS HUMANOS**

**13.1. Lee y traduce el texto:**

Mejorar el clima laboral hace a las empresas más competitivas.

“En la nueva empresa me pagan lo mismo que en la anterior, pero el ambiente del trabajo es mucho mejor.” Esta aseveración no es raro oírla a algunas personas que han cambiado de compañía por no haber encontrado un clima de trabajo adecuado. Según los especialistas en recursos humanos, en España el clima de trabajo, junto con la seguridad en el puesto laboral, es el factor que más se valora de un empleo.

Un clima de trabajo inadecuado desmotiva a la plantilla, crea tensiones y afecta negativamente a la productividad y a la calidad del producto. Por ello, en los últimos años firmas especializadas en gestión de recursos humanos ofrecen un plan estratégico para perfeccionar el clima de trabajo de las empresas y hacerlas más competitivas. “Por clima de trabajo debe entenderse el grado de entendimiento y compenetración que el personal tiene con los objetivos de la empresa, la dedicación y entusiasmo con el que acometen sus tarea y el nivel de innovación”, explica Jesús Martínez, gerente de soporte técnico de Cepa Group, una de las firmas especializadas en recursos humanos que más ha trabajado en este campo. “El clima de trabajo es un concepto novedoso que hay que situar entre la cultura empresarial y el clima laboral, entendiendo a este último como el capítulo de relaciones estrctamente contractuales entre los trabajadores y la compañía”.

Un clima de trabajo adecuado es aquel que es coherente con la actividad que está desarollando la compañía en general o bien cada una de sus áreas. Martínez propone el ejemplo de que una empresa de publicidad no ha de tener el mismo clima de trabajo que un laboratorio farmacéutico. “En el primer caso – señala – existe una actividad puramente creativa que requiere flexibilidad de horarios, ambiente distendidoy dosis de tensión en determinados momentos para acabar un proyecto de un día para otro. En un laboratirio, en cambio, se necesita un clima que favorezca la pecisión y la tranquilidad. De la misma manera – agrega Martínez – dentro de una misma empresa no ha de haber un mismo clima en el departamento de márketing que en el financiero”.

El plan estratégico para mejorar el clima de trabajo pasa por un estudio de las características generales de la empresa – tamaño, actividad, sector y tipo de propiedad –, así como de la atmósfera de trabajo que se respira en cada uno de sus departamentos, madida a través del abstenismo, movilidad laboral, escalas de remuneración, sistemas de motivación, estilo de dirección, comunicación entre las personas, horarios y factores como climatización, iluminación y comodidad. Junto con la dirección se elabora un plan para modificar los factores que propician un clima de trabajo negativo. El plan se explica a los empleados, se aplica y después se hace un seguimiento para comprobar los resultados. Cambiar el clima de trabajo a veces requiere entre dos y tres años. “Hay que tener en cuenta – apunta Martínez – que no todos los empleados perciben por igual el plan de modificación que intentamos aplicar y por eso lleva tiempo lograr un buen resultado global en toda la empresa”.

Un plan para cambiar el clima de trabajo cuesta entre seis y treinta millones, según las caracteristicas de compañía. “Muchas empresas – dice Martínez – intentan modificar solas el clima de trabajo, pero no siempre lo logran por falta de rigor. Y aquí los errores se pagan: cuando das una cosa y la quitas después porque ves que no la necesita la plantilla, provocas un conflicto”.

**Vocabulario:**

ambiente (clima) de trabajo – робоча атмосфера

recursos humanos – персонал

relaciones contractuales – договірні відносини

empresa de publicidad – рекламна фірма

flexibilidad de horarios – гнучкий графік роботи

movilidad laboral – мобільність кадрів

escala de remuneración – шкала заробітної платні

climatización – кондиціювання повітря

comodidad – благоустрій, комфорт

hacer un seguimiento – здійснювати моніторинг

resultado global – підсумковий результат

falta de rigor – відсутність суворості

jefe de personal – начальник відділу кадрів

sueldo – заробітня платня

puesto – робоче місце, посада

**13.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué factor de un empleo se valora más?
2. ¿Qué objetivo de trabajo tienen las firmas especializadas en gestión de recursos humanos?
3. ¿Qué es un clima de trabajo adecuado?
4. ¿Qué problemas puede causar el clima de trabajo inadecuado?
5. ¿Para qué sirve el plan estratégico?
6. ¿Qué empresas ofrecen el plan estratégico?
7. ¿Cuál es el procedimiento de la aprobación del plan para cambiar el clima de trabajo?

**13.3.Pone atrículos en las siguientes oraciones donde sea necesario y traduce:**

1. Por favor, cancelen ... reserva de nuestras habitaciones en ... hotel, ya que no podremos acudir a ... cita. 2. Les ruego se informen sobre ... emplazamiento de nuestros stands en ... catálogo de ... feria. 3. Esperamos reciban a ... Sr. Gómez en ... fecha propuesta. 4. En nuestra opinión, ... breve conferencia puede interesaros, por eso mediante ... presente deseamos invitaros a ... Feria ... día 5 de ... febrero a ... 11 de ... mañana. 5. Haremos ... demostración de ... nueva máquina ... 12 de noviembre, de ... cual ya recibisteis ... oferta. 6. Nos es grato saber que tanto ... conversaciones mantenidas como ... acuerdos obtenidos fueron muy fructíferos. 7. ... miembro de ... Dirección, ... Sra.Solar, nos hará ... visita ... 20 de julio.

**13.4. Pone los verbos en el tiempo necesario y traduce al ucraniano:**

1. El Consejo Económico y Social (estar) integrado por dieciocho Miembros de las Naciones Unidas elegidos por la Asamblea General.
2. El Estado (apoyar) la producción cooperativa de los pequeñosagricultores que (contribuir) al auge de la economía nacional.
3. Los firmantes del convenio (convenir) en conceder a los barcos bajo los pabellones de las partes contratantes el régimen nacional o el trato de nación más favorecida.
4. El producto Nacional Bruto de China (aumentar) en un cuatro por ciento en relación con el año anterior.
5. El Parlamento de Austria (dar) su aprobación para que este país (solicitar) su ingreso en la CEE, sin renunciar a su condición de nación neutral.
6. Los países que (registrar) aumentos significativos de su producto real (ser) Costa Rica, Chile y algunas pequeñas naciones caribeñas.

El pueblo (mantener) su lucha por alcanzar la democracia en esa nación centroamericana.

**13.5. Busca en la prensa española ejemplos que contengan las palabras y expresiones del texto.**

**13.6. Escribe el resumen del texto en forma de tesis.**

**Lección 14. COMERCIO (PARTE I)**

**14.1. Lee y traduce el texto:**

COMERCIO. CONCEPTO. NOCIONES GENERALES.

Se puede decir, sin temor de equivocarse, que el comercio es tan antiguo como el hombre; ya en la prehistoria se encuentran vestigios de actividades comerciales o mercantiles. La actividad mercantil fue una profesión muy peligrosa hasta bien entrada la Edad Media, debido a las dificultades del transporte y a la inseguridad de las vías de comunicación. Por eso se prefería traficar con mercancías de gran valor y que pesasen poco: tejidos, especies y metales preciosos. Las mercancías más pesadas (trigo, madera, hierro) se solían transportar por vía marítima.

Los descubrimientos de nuevas tierras alteraron el aspecto de las relaciones internacionales y a partir del siglo XV, el apogeo comercial pasa a España y Portugal, primero, y a Holanda e Inglaterra después.

En la época contemporanea, debido a distintos motivos el comercio toma un incremento asombroso, ampliándose el círculo de los países que intervienen en el tráfico internacional y aboliéndose los monopolios y privilegios comerciales.

El comercio suele definirse como la actividad que, desempeñada con carácter de profesión y espíritu de lucro (ganancia y provecho que se saca de una cosa), persigue la intermediación de bienes y servicios entre el productor y el consumidor. De otra forma el comercio puede ser definido como la actividad de intermediación ente la producción, el consumo y la inversión. Un comercio, en cambio, puede ser una tienda, un almacén o un establecimiento donde se realiza la actividad comercial. Si usted compra, vende o intercambia bienes y servicios con fines lucrativos, podemos decir que Ud. es un comerciante. Un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para realizar las transacciones entre cualquier par de ellos afectando las condiciones de compra o venta de los demás forma un mercado.

El comercio que se realiza dentro de un país, se llama comercio interior, si se realiza fuera del país – comercio exterior o internacional. Si se intercambian grandes cantidades de mercancías, estamos ante el comercio al por mayor que desarrollan los mayoristas. Si las cantidades que se intercambian son medianas o pequeñas, entonces nos referimos al comercio al por menor realizado por los minoristas. Normalmente, el productor o fabricante les vende el producto a los mayoristas y éstos, a su vez, a los minoristas que, finalmente, se lo ofrecen al consumidor.

Las rutas posibles que siguen los productos desde el productor al consumidor se llaman canales de distribución o comercialización. Hay dos tipos de canales: de ciclo corto y de ciclo largo. En los canales cortos, los bienes van directamente del productor al consumidor y, como máximo, participa un intermediario. En los largos hay más de un intermediario.

La cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio (o en otras palabras valor monetario de dicha mercancía) es el precio. Refiriéndose al valor vale la pena distinguir los análisis objetivos y subjetivos. Entre los objetivos, en la «Riqueza de las naciones» el economista inglés A.Smith formula: La palabra valor tiene dos significados diferentes: a veces, significa la utilidad de un objeto particular (valor de uso) y, a veces, la facultad que da la posesión de este objeto para comprar otras mercancías (valor de cambio). Entre los análisis subjetivos se puede citar la concepción del economista francés J.B.Say. Según él, la producción crea utilidad y ella es la que caracteriza básicamente el valor de los bienes. El encuentro entre la oferta y la demanda es el factor que fija todos los precios, las variaciones de estos dos agregados son responsables de las fluctuaciones del valor.

**Vocabulario:**

prehistoria, f – передісторія

actividades comerciales, f. pl – бізнес

inseguridad, f – відсутність безпеки

tejidos, m. pl – тканини

madera, f – деревина

vendedor, m – продавець

comprador, m – покупець

época contemporanea, f. pl – сучасність

actividades mercantiles, f. pl – комерційна діяльність

por vía marítima – по морю

alterar – змінювати

aspecto, m – зовнішній вигляд

intercambiar – обмінювати

hierro, m – залізо

**14.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué problemas tenían los mercaderos en la Edad Media?
2. ¿Qué época fue la del apogeo comercial para España?
3. ¿Cómo se define el comercio?
4. ¿Quién recibe el producto finalmente?
5. ¿Cómo se llaman las rutas que siguen los productos?
6. ¿Qué teorías del valor se distinguen en la economía?
7. ¿Qué efecto tienen las exportaciones para el desarrollo de un país?

**14.3. Rellena los huecos con las palabras adecuadas:**

Comercio, produccto, fabricante, comerciante, comercial, producción, comercialización

Un ... compra, vende o intercambia bienes y servicios con fines lucrativos.

Se denomina también *...* a una tienda, un almacén o un establecimiento para una actividad... . Los canales de distribución se llaman también canales de... . Normalmente, el *...* vende el *...* a los mayoristas. El comercio es la actividad de intermediación entre la ..., el consumo y la inversión.

**14.4. Empara los vocablos con los significados adecuados:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. economía de escala | a. se dice del canal de distribución de bienes de consumo constituido por los comerciantes que suministran las mercancías directamente al consumidor |
| 2. lucro | b. incremento experimentado en el valor de un bien en el transcurso de las diferentes fases de un proceso productivo |
| 3. impuesto | c.utilidad o ganancia que se saca de una cosa |
| 4. mayorista | d. cobro obligatorio que el Estado o las colectividades locales realizan, respecto de los recursos de los agentes económicos, sin asignación previa a un gasto preciso |
| 5. minorista | e. se aplica al comercio en que se vende o se compra al por mayor |
| 6. valor añadido | f. el incremento de las cantidades producidas vaacompañado de una bajada de precio unitario de coste |

**14.5. Pone los verbos en el tiempo necesario y traduce al ucraniano:**

La moneda nacional de muchos países (llevar) en su nombre un recuerdo de la historia del país. Las monedas de Guatemala (llamarse) quetzales, porque el quetzal (ser) el emblema de la libertad de los guatemaltecos. La moneda de Honduras (nombrarse) el lempira, en honor de un joven héroe indio llamado Lempira que (empezar) la lucha para devolver a su país la libertad perdida. En el Ecuador (usar) sucres, en honor de Sucre, héroe nacional que (ayudar) a Bolívar a libertar su país.

****

****

**14.6. Destaca los aspectos fundamentales del texto en forma de plan.**

**Lección 15. COMERCIO (PARTE II)**

**15.1. Lee y traduce los textos:**

DUMPING.

Dumping es una de tantas variantes de competencia desleal. Una empresa practica el dumping cuando, fuera de su mercado habitual, vende las mercancías a un precio inferior a lo que suele ofertar en el suyo propio. El objetivo de esa estrategia puede ser muy variado, desde conseguir divisas hasta conquistar otro mercado por la fuerza. Tanto a la escala nacional como europea existen organismos – los tribunales de defensa de la competencia (TDC) – dedicados a detectar, comprobar y obstaculizar las prácticas de dumping. De ellos han hecho uso recientemente las empresas cementeras españolas, denunciando a las sociedades que importan cementto de Rumania a un precio inferior al existente en el mencionado país.

El dumping también es muy común en mercados monopolizados por una sola compañía: cuando detecta la entrada de enemigos, baja los precios brutalmente, incluso por debajo de los costes de producción, confiandoa aguantar gracias a su enorme volumen de negocio.

**MONOPOLIO**

Monopolio es una de las prácticas que más distorcionan un mercado, naturalmente entendido como el encuentro de personas que venden y personas que compran. Cuando hay muchos que compran y un solo que vende, constituyendo así un monopolio, se entiende que éste último pondrá el precio que le venga en gana. Además, el monopolista tiende a no esforzarse para agardar a sus clientes, porque, ante la falta de competencia, sabe que están obligados a comprarle a él. Y lógicamente tampoco se esfuerza en mejorar la calidad de su producto.

En los países con economías de mercado y particularmente en la CE, las prácticas monopolistas son objeto de contínua persecución por parte de los organismos estables. Cuando el monopolio lo ejerce un grupo de empresas que se ponen de acuerdo para establecer precios, se habla de oligopolio. Durante muchos años, hasta 1989, se dijo que la banca española era un oligopolio, porque los banqueros se reunían para acordar las tasas de interés que iban a cobrar a los clientes.

Un holding, en cambio, es una sociedad madre que posee acciones de otras sociedades. En su conjunto, forman un grupo de empresas con el mismo dueño, o trust. El Instituto Nacional de Industria (INI) es un holding del Estado que posee las acciones de las mayores empresas públicas de este país, desde Ensidesa a Hunosa.

**SOCIEDAD ANÓNIMA**

La sociedad anónima es una figura mercantil que define cierto tipo de organización social de una empresa, es decir de un grupo de personas asociadas con el objeto de desarollar una actividad lucrativa. Estas personas aportan dinero o capital y el peso de las aportaciones se mide en acciones transferibles, cuya cuantía establece el poder decisorio de cada socio en el Consejo de Accionistas. El hecho de que se llamen anónimos es porque los accionistas no responden con su patrimonio personal en caso de que la sociedea quiebre. Por el contrario, en las sociedades colectivas, los accionistas sí responden con su patrimonio en caso de bancarrota, y las acciones no son transferibles sin autorización. En las sociedades comanditarias los socios aportan capital a un fondo común, pero no gestionan ellos mismos la empresa desde el Consejo de Accionistas, sino que lo hacen en su nombre. En las sociedades de responsabilidad limitada, cada uno de los socios sólo se responsabiliza en la cuantía de la aportación económica.

La letra de cambio, uno de los instrumentos de pago más antiguos que existen, es un documento por el cual una persona se compromete formalmente a pagar a otra una deuda contraída por un motivo de comercial o financiero.

La letra suele incluir una fecha a partir de la cual se puede cobrar. Si por el contrario está previsto que la letra se puede cobrar en cualquier momento, entonces se trata de una letra a la vista.

**Vocabulario:**

Competencia pura, f – чиста конкуренція

formación de precios – ціноутворення

volumen de producción – обсяг виробництва

prácticas restrictivas – монополістична практика

dumping monopolístico, m – монополістичний демпінг (від англ. dumping – скидання)

divisas, f. pl – різноманітні засоби платежів у вигляді іноземної валюти

tribunal de defensa de la competición (TDC) – Антимонопольний Комітет (АМК)

hacer uso de – скористуватись

holding del Estado, m – державний холдинг

Consejo de Accionistas, m – Рада акціонерів

Competitividad, f – конкурентоспроможність

Costes, m. pl – витрати

negocio, m – бізнес, власна справа, підприємство, операція, угода

negociar – негоціювати, продавати та купувати; здійснювати бізнес операції, торгувати

letra de cambio, f – переказний вексель

cobrar la letra – отримати гроші за векселем

letra a la vista, f – вексель на пред’явника

quedarse con el margen de negocio – отримати норму прибутку

suscribirse a las acciones – придбати пакет акцій

montar un negocio – заснувати бізнес

**Comentarios:**

Ensidesa – іспанська група підприємств металургійної промисловості державної власності

Hunosa – іспанська група підприємств вугільнодобувної промисловості державної власності

Hacienda – податкове управління Міністерства фінансів

**15.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Por qué dumping es una práctica negativa?
2. ¿Por qué dumping es muy común en mercados monopolizados?
3. ¿Por qué el monopolio está en una posición todopoderosa?
4. ¿Qué es el holding?
5. ¿Qué es la letra de cambio?
6. ¿Qué es la sociedad anónima?
7. ¿Qué diferencia hay entre Sociedad Anónima y Colectiva?

**15.3. Completa las frases:**

1.Dumping es un ... que distorciona el mercado.

a)práctica restrictiva

b)ganancia fabulosa

c)conglomerado de empresas

2. El precio de dumping es ...

a)superior a lo que suele ofertarse en el mercado interno

b)inferior a lo que se fija en el mercado habitual

c)igual a los costes de producción

3. La practica de dumping supone ...

a)la subida desorbitante del precio del producto

b)la bajada brutal del precio de los productos

c)la fijación de los precios poe el Estado

4. La práctica de dumping afecta (a) ...

a)otras empresas del sector

b)la situación del mercado

c)los pensionistas

d)los términos de conercio

5. Practicar el dumping es el lujo que pueden darse ...

a)todos los agentes económicos

b)los sectores monopolizados

c)las empresas cementeras rumanas

**15.4 .Pone los verbos en Pretérito indefinido y traduce al ucraniano:**

* 1. Ayer la presidenta de Nicaragua (afirmar) que la economía nica (ser) la peor de América Latina.
  2. La delegación cubana (salir) para la capital azteca la semana pasada.
  3. El pasado fin de semana en Salamanca (celebrarse) la reunión sobre los problemas medioambientales.
  4. Unos 20 alcaldes de capitales hispanoamericanas (reunirse) en Caracas el mes pasado.
  5. (Finalizar) la primera ronda de conversaciones nipo-norcoreanas.
  6. Los puertorriqueños cultos (hablan) un castellano excelente.
  7. (Inaugurarse) feria en la capital sajona.

**15.5. Expresa su opinión sobre el fenómeno de dumping (por escrito)**

**15.6. Destaca los aspectos fundamentales de los textos en forma de plan.**

**SEGUNDA PARTE: CONCEPTOS BÁSICOS DE LA LEGISLACIÓN ESPAÑOLA**

**Lección 1. EL ESTADO ESPAÑOL ES UNA MONARQUÍA PARLAMENTARIA**

**1.1. Lee y traduce los textos:**

**Artículo 1 de la Constituición Espanola dice que** España se constituye en un Estado social y democrático de Derecho, que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político.

La forma política del Estado Español es la monarquía constitucional hereditaria con un régimen de democracia parlamentaria. Los poderes están divididos en Legislativo, Ejecutivo y Judicial.

**Monarquía** quiere decir que según la Constitución Española, el Rey Don Juan Carlos I es el Jefe del Estado y Capitán General de los tres Ejércitos, como máximo jefe de las Fuerzas Armadas. Por eso decimos que España es un **reino.**   Desde el año 1975 el rey de España es **Juan    Carlos I**, de la dinastía de los Borbones. Entre las funciones que le otorga la Constitución figuran la de proponer el candidato a Presidente del Gobierno y nombrarlo, una vez que ha obtenido la confianza de las Cortes, la de nombrar a los restantes miembros del Gobierno propuestos por el Presidente y sancionar las leyes aprobadas en las Cortes. La persona del Rey es inviolable y no está sujeta a explicaciones. La monarquía española es parlamentaria, es decir, el poder reside en el pueblo, que lo ejerce a través de sus representantes en el Parlamento. Por tanto, es el Parlamento y no el Rey quien dirige la política española.

El Parlamento español recibe el nombre deCortes Generales. Las Cortes elaboran las leyes y proponen al Presidente del Gobierno. Las Cortes son elegidas por los votos de los ciudadanos, y por eso nuestro sistema político es democrático.

La monarquía es una de las influencias más importantes en la vida de España. Se considera que ha sido imagen de la permanencia y unidad del Estado, y que ha contribuido a modernizar al país. Mediante su actividad, la Corona se ha dedicado a poner al Estado en relación con el pueblo y ha contribuido a integrar la variedad de las tierras de España en una sola nación.

Se reconoce el carácter abierto y directo de la Familia Real, su sencillo estilo de vida, la ausencia de Corte Real y el apoyo dado por el Rey, la Reina, el Príncipe, la Princesa y las dos Infantas a numerosas causas morales y humanitarias. Para los españoles, la monarquía es la máxima garantía de las instituciones y valores democráticos.

Los símbolos del Estado aparecen recogidos en la Constitución y son:

La **bandera** tiene dos franjas horizontales rojas y una amarilla en el centro. La franja amarilla es de doble anchura que la roja.

El **escudo** recoge algunos símbolos de los antiguos reinos españoles. En la parte superior tiene una corona, símbolo de la monarquía.

El **himmo** es instrumental y no tiene letra. Se interpreta en todos los actos oficiales en que intervienen los reyes y en la mayoría de los actos solemnes del Estado español.

**Vocabulario:**

monarquía, f–монархія

reino, m– королівство

constituición, f– конституція

derecho, m–право

libertad, f – свобода

la justicia, f – справедливість

la igualdad, f – рівність

influencia, f–вплив

ciudadano, m – громадянин

causas, f–причини

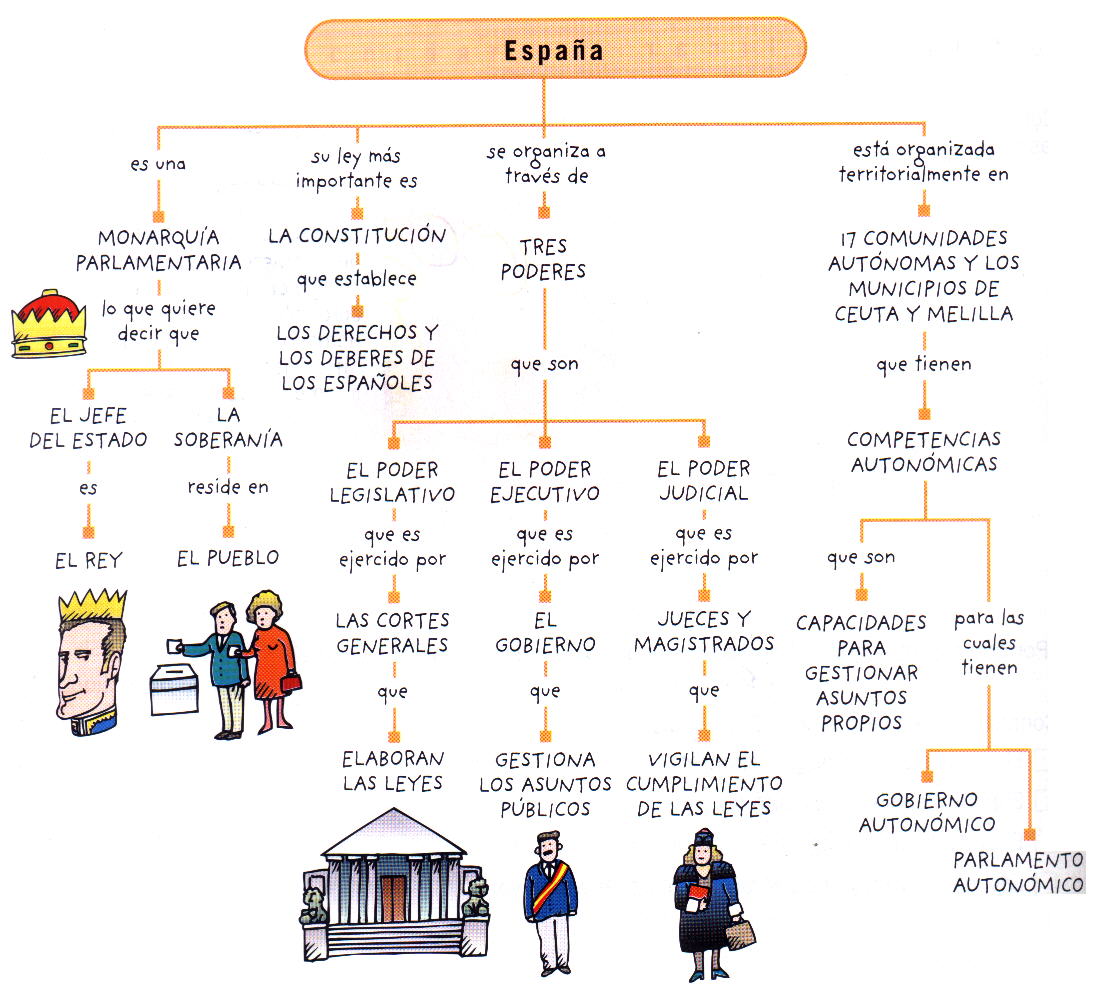
tierras, f –землі

bandera, f–прапор

escudo, m– герб

himmo, m– гімн

directo, m– прямий



**1.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué forma política tiene el estado español?
2. ¿En qué están divididos los poderes en España?
3. ¿Desde qué año es España el reino?
4. ¿ Quién dirige la política española?
5. ¿ Cómo se llama el parlamento español?
6. ¿ Qué son los símbolos de España?
7. ¿ Qué es la máxima garantía de las instituciones y valores democráticos para los españoles?

**1.3. Busca equivalentes ucranianos y escribe oraciones con las palabras y expresiones:**

La forma política del Estado, la monarquía constitucional, Presidente del Gobierno, integrar la variedad de las tierras, valores democráticos, numerosas causas morales y humanitarias, dos franjas horizontales, símbolo de la monarquía, la mayoría de los actos solemnes, sencillo estilo de vida, el carácter abierto, la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político.

**1.4. Traduce al español:**

1. Політична форма іспанської держави є конституційна монархія з парламентською системою демократії.2. Влада у державі ділиться на законодавчу, виконавчу і судову. 3. Особа Короля являється недоторканною. 4. Іспанська монархія є парламентською, тобто, влада належить народу, який здійснює її через своїх представників у парламенті. 5. Жовта смуга вдвічі ширша ніж червона. 6. Для іспанців, монархія є найкращою гарантією демократичних інститутів і цінностей. 7. Кортес видає закони і висуває на посаду прем`єр – міністра.8. Король Іспанії не керує політикою держави.

**1.5. Relacionaconflechas las dos columnas:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Monarquía | a. Regiones de España |
| 2. Derecho | b. Obligación |
| 3. Comunidades Autónomas | c. Riqueza |
| 4. Estatutos | d. Población |
| 5. Patrimonio | e. Reglamentos con fuerza de Ley |
| 6. Gente | f. Posibilidad |
| 7. Deber | g. Reino |

**1.6. Elige la información principal del texto (por escrito)**

**Lección 2. LOS SÍMBOLOS DE ESPAÑA**

**2.1. Lee y traduce los textos:**

**La Bandera**

La bandera española está formada por tres franjas horizontales, dos rojas en los extremos y en el centro una amarilla de doble anchura que cada una de las rojas. En la franja amarilla, se incorpora el escudo de España cuando el protocolo así lo requiera.

De acuerdo con la carta magna, “la bandera de España simboliza la nación; es signo de la soberanía, independencia, unidad e integridad de la patria y representa los valores superiores expresados en la Constitución.”

Según el decreto que reglamento su uso, la bandera de España debe ondear en el exterior de los edificios y establecimientos de la Administración central, institucional, autonómica, provincial o insular y municipal del Estado; en los edificios públicos militares; en las misiones diplomáticas y sedes consulares de España en el exterior; y en los buques y embarcaciones españoles.

El origen de la bandera española se remonta al reinado de Carlos III (1759-1788), quien la mandó a diseñar con el objetivo de tener un pabellón que se diferenciara de los estandartes militares que se usaban en la época y que no identificaban eficazmente los buques de guerra españoles debido al uso excesivo del blanco en sus diseños.

El nuevo estandarte cumplía la tarea y en 1793 Carlos II mandó a hacer extensivo el uso de la bandera roja y gualda en las plazas marítimas, castillos y defensas de las costas, definiendo el pabellón como Bandera Real.

Su utilización se extendió durante toda la historia española, con algunos períodos de mayor o menor uso. Tras la muerte de Franco, en 1975, y con la restauración de la Casa de Borbón en la persona de Juan Carlos I, se estableció el Real Decreto 1511/1977, que reglamenta el uso de la bandera bicolor española.



**El escudo**

El Escudo de España, vigente desde 1981, es cuartelado y entado en punta. Oficialmente se le describe de la siguiente manera: “En el primer cuartel, de gules o rojo, un castillo de oro, almenado, aclarado de azur o azul y mazonado de sable o negro. En el segundo, de plata, un león rampante, de púrpura, lenguado, uñado, armado, de gules o rojo y coronado de oro. En el tercero, de oro, cuatro palos, de gules o rojo. En el cuarto, de gules o rojo, una cadena de oro, puesta en cruz, aspa y orla, cargada en el centro de una esmeralda de su color. Entado de plata, una granada al natural, rajada de gules o rojo, tallada y de dos hojas, de sinople o verde.

Acompañado de dos columnas de plata, con base y capitel, de oro, sobre ondas de azur o azul y plata, superada de corona imperial, la diestra, y de una corona real, la siniestra, ambas de oro, y rodeando las columnas, una cinta de gules o rojo, cargada de letras de oro, en la diestra “Plus” y en la siniestra “Ultra”.

Al timbre, corona real, cerrada, que es un círculo de oro, engastado de piedras preciosas, compuesto de ocho florones de hojas de acanto, visibles cinco, interpoladas de perlas, y de cuyas hojas salen sendas diademas sumadas de perlas, que convergen en un mundo de azur o azul, con el semi-meridiano y el ecuador de oro, sumado de cruz de oro. La corona, forrada de gules o rojo.”

**El himno**

El Himno Nacional de España tiene su origen en un toque militar “Marcha Granadera”, de autor desconocido. El Rey Carlos III la declaró Marcha de Honor el 3 de septiembre de 1770 y, desde entonces, la costumbre y el arraigo popular convirtieron la composición en Himno Nacional.

No tiene letra, sólo música y tiene dos versiones: la completa y la breve. También se le conoce como “Marcha Real Española”.

El sitio web del Palacio de La Moncloa señala que La “Marcha Real” ha sido siempre el Himno de España, salvo durante la II República (1931-1939) cuando se adoptó el Himno de Riego. Durante la Guerra Civil (1936-1939), el general Franco restableció la “Marcha Granadera” como Himno Nacional por decreto.

Tras la aprobación de la Constitución Española de 1978, se estableció que la composición sea el himno nacional de España.

En la actualidad, el himno nacional, está regulado por el Real Decreto 1560/1997 de 10 de octubre, en el que se describen los compases musicales, se establecen las dos versiones del mismo, la completa y la breve, y se define cuándo ha de utilizarse cada una de ellas.

**Vocabulario:**

franja, f – полоса

extremo, adj – крайній

incorporar, v – включати

cartamagna – хартія вольностей

patria, f – батьківщина

sedes consulares – консульські установи

bicolor, adj – двокольоровий

vigente, adj – в силі, дійсний

piedras preciosas – цінне каміння

gules – червоний колір

forrar, v – вишикуватися

circunstancia, f – обставина

restablecer, v – відновлювати

establecer,v – встановити

origen, m – походження

definirse, v – визначатися

**2.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Cuántas franjas forman la bandera española?
2. ¿ De qué color son?
3. ¿Dónde debe ondear la bandera española según el decreto que reglamento su uso?
4. ¿Cuántos años tiene el escudo español?
5. ¿Qué significa la corona real en el escudo español?
6. ¿Cuál es el origen del himno español?
7. ¿Por qué decreto está regulado el himno nacional?

**2.3. Busca equivalentes ucranianos de las palabras y expresiones sin usar el dicionario y escribe oraciones con las palabras y expresiones:**

Horizontales, protocolo, Constitución, reglamento, autonómica, pabellón, historia, misiones diplomáticas, restauración, La corona, composición, república, himno nacional, En la actualidad, decreto, perlas, ecuador .

**2.4. Pone el verbo entre paréntesis en el tiempo necesario y tradúcelas al ucraniano:**

1. El jefe del Gobierno panameño (viajar) el 20 de febrero a Santa Cruz, Bolivia, en una visita oficial de cinco días. 2. El Ministro del Comercio Exterior uruguayo y los funcionarios (llegar) a Colombia en horas de la mañana del día de ayer. 3. El Presidente del Ecuador (viajar) a México el 17 de octubre, según anunció hoy el canciller mexicano, quien (realizar) una visita extraoficial a Quito. 4. Una delegación de Ucrania encabezada por su primer ministro(encontrarse) de visita oficial en Francia. 5. Los miembros de la delegación parlamentaria (intercambiar) impresiones con el canciller del país anfitrión. 6. El embajador brasileño en Argentina (confirmar) que el presidente de su país (hacer) una visita oficial de dos días a Argentina el 5 de agosto del año próximo. 7. El Presidente (llegar) el lunes próximo a Bogotá para una visita de una semana invitado por el mandatario colombiano, (seguir) posteriormente su viaje a los Estados Unidos para entrevistarse con el Presidente norteamericano.

**2.5. Traduce al español:**

1. Іспанський прапор складається з трьох горизонтальних смуг, двох червоних на кінцях і в центрі подвійної жовтої завширшки з кожну з червоних.2. Походження прапора датується правлінням Карлоса III (1759-1788), який послав його для розробки з метою мати павільйон, який відрізнявся від військових стандартів, які були використані в той час. 3. Його використання поширилося по всій іспанській історії, з деякими періодами більшого чи меншого використання. 4. Зверху, королівська корона, покрита золотом, з дорогоцінними каменями, що складається з восьми розеток листя навкруги. 5. Гімн Іспанії бере свій початок від військової справи і називався "Марш Гренадера", автор якого, невідомий. 6. Він не має тексту, тільки музику і має дві версії: повну та коротку. 7. В даний час національний гімн регулюється Королівським указом 1560/1997 від 10 жовтня.

**2.6. Elige la información principal del texto (por escrito)**

**Lección 3. LOS TRES PODERES EN ESPAÑA**

**3.1. Lee y traduce los textos:**

**El Poder Legislativo**

El Poder Legislativo establecido en el Título III de la CE, es aquel poder que elabora las leyes, y representan al pueblo español por medio de las Cortes Generales, para la participación en los asuntos públicos por medio de sus representantes.

**El Poder Legislativo**recae en las llamadas “Cortes Generales” (Parlamento Español), compuestas por el Congreso de los Diputados y el Senado. Las Cortes Generales, que ejercen la potestad legislativa además entre sus funciones aprueban los Presupuestos, controlan la acción del Gobierno y aquellas competencias que les atribuya la Constitución. Sus miembros son elegidos cada cuatro años mediante sufragio universal. Estas elecciones se denominan “elecciones generales” y en ellas sólo pueden votar y ser votados los ciudadanos con nacionalidad española.**El Congreso de Diputados** se compone de un mínimo de 300 y un máximo de 400 diputados. Por la **Ley de Régimen Electoral General**, se estableció el número de diputados en 350.

**El Senado** es la Cámara de representación territorial. En cada provincia se elegirán cuatro senadores, en Ceuta y Melilla dos Senadores y en las provincias insulares dependerá su número en base a su agrupación y población.

El senado al igual que el Congreso, es elegido por cuatro años.

Los proyectos de ley del Gobierno serán aprobados en Consejo de Ministros, que los someterá al Congreso acompañados de una exposición de motivos y de los antecedentes necesarios para pronunciarse sobre ellos.

Aprobado un proyecto de ley ordinaria u orgánica, el Presidente del Congreso dará inmediata cuenta del mismo al Presidente del Senado, el cual lo someterá a la deliberación de éste.

El Senado en el plazo de dos meses, a partir de la recepción del texto, puede oponer su veto o introducir enmiendas al mismo. Una vez cumplidos los trámites anteriores, los proyectos legislativos aprobados por el Congreso se convierten en leyes aprobadas por las Cortes Generales.

El Rey sancionará en el plazo de quince días las leyes aprobadas por las Cortes Generales, y las promulgará y ordenará su inmediata publicación, si la cual la ley no entrará en vigor y carecerá de eficacia jurídica.

Es función de las Cortes la aprobación de los presupuestos del Estado y supervisar la acción del Gobierno, además de elegir al presidente del gobierno, cada cuatro años, una vez celebradas las elecciones generales.

La función legislativa la comparten las Cortes Generales con los parlamentos de las “Comunidades Autónomas”, que también tienen capacidad para aprobar leyes.

**El Poder Ejecutivo**

Es el órgano colegiado integrado por los diversos Ministros y presidido por el Presidente del Consejo, que decide sobre los asuntos políticos y administrativos más importantes en la vida de una nación. **El Poder Ejecutivo**de la nación lo ejerce el Presidente del Gobierno, quien es elegido por un período de cuatro años y es asistido por un Consejo de Ministros. El Gobierno dirige la política interior y exterior, la administración civil y militar, y la defensa del Estado.

El Gobierno cesa tras la celebración de elecciones generales, en los casos de pérdida de la confianza parlamentaria previstos en la Constitución (moción de censura y cuestión de confianza), o por dimisión o fallecimiento de su Presidente.

El Presidente dirige la acción del Gobierno y coordina las funciones de los demás miembros del mismo. Se elige por mayoría absoluta en el Congreso de entre sus miembros.

Para cumplir sus funciones, el Gobierno puede desarrollar las Leyes aprobando normas menores (reglamentos y ordenes). Esta función ejecutiva se lleva a cabo también por los Gobiernos de las Comunidades Autónomas y por los Gobiernos de las Entidades Locales.

**El Poder Judicial**

El Poder Judicial esta regulado en la CE en su Título VI.

Está integrado por el conjunto de órganos a los que se les atribuye la función de juzgar y hacer cumplir lo juzgado. Estos órganos son los Jueces y Tribunales. **El Poder Judicial** se administra, en nombre del Rey por Jueces y Magistrados. El Consejo General del Poder Judicial es el órgano de gobierno del poder judicial y El Tribunal Superior de Justicia es el cuerpo jurídico más alto del Estado. El presidente del Tribunal es nombrado por el Rey según propuesta del Consejo General del Poder Judicial.

Según la CE, Los principios que inspiran la actuación del Poder Judicial, son:

**Unidad jurisdiccional.** Los miembros del Poder Judicial forman un cuerpo único. Están sometidos a una misma organización y a unas mismas reglas de funcionamiento. Quedan prohibidos los Tribunales de Excepción.

**Exclusividad.** El ejercicio de la potestad jurisdiccional corresponde exclusivamente a los jueces y tribunales determinados por las leyes.

**Independencia Judicial.** Para asegurarla, la CE establece que la justicia se administra en nombre del Rey por Jueces y Magistrados independientes, inamovibles, responsables y sometidos únicamente al imperio de la Ley, que no podrán ser separados, suspendidos, trasladados ni jubilados, sino por alguna de las causas señaladas en ella, y que no podrán desempeñar otros cargos públicos, no pertenecer a partidos políticos ni sindicatos.

**Publicidad.**Las actuaciones judiciales serán públicas, con las excepciones que prevean las Leyes de Procedimiento.

**Garantista***.* Las sentencias serán siempre motivadas, será gratuita para quién no acredite suficientes recursos y los errores judiciales darán derecho a indemnizaciones. El Ministerio Fiscal promoverá la acción de la justicia en defensa de la legalidad, de los derechos de los ciudadanos, y estos podrán también ejercer la acción popular y participar en la Administración de Justicia.

El Consejo General del Poder Judicial es el órgano de gobierno del poder judicial y El Tribunal Superior de Justicia es el cuerpo jurídico más alto del Estado. El presidente del Tribunal es nombrado por el Rey según propuesta del Consejo General del Poder Judicial.

**Vocabulario:**

ley,f – закон

agrupación, f – угрупування

aprobado, adj – затверджений

potestad, f – потужність

igual,adj – однаковий

capacidad,f – ємність

defensa,f – захист

el poder legislativo – законодавча влада

el poder ejecutivo – виконавча влада

el poder judicial – судова влада

prohibido, part – заборонений

juzgar, v – судити

promulgar,v – обнародувати

antecedente, adj – попередній

sufragio,m – виборче право

indemnización, f – відшкодування

**3.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué documento establece el poder lagislativo de España?
2. ¿Cómo se llama el Parlamento español?
3. ¿Cuántos diputados componen el Congreso?
4. ¿Dónde serán aprobados Los proyectos de ley del Gobierno?
5. ¿Qué hace el presidente?
6. ¿Qué son los principios que inspiran la actuación del Poder Judicial?
7. ¿A qué organos corresponde el ejercicio de la potestad jurisdiccional?

**3.3. Busca equivalentes en la columna opuesta y escribe oraciones con las palabras y expresiones:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. elaborar y aprobar las leyes 2. aplicar el derecho 3. gobernar 4. representación del estado 5. la función de juzgar 6. pertenecer a partidos 7. elegir el presidente del gobierno | a – реалізoвувати право  b–належати до партій  c – представництво держави  d – роль судді  e – управляти  f – розробити і прийняти закони  g -обрати прем'єр-міністра |

**3.4.Traduce al español:**

1.Конституцією встановлено, що мінімальна кількість депутатів конгресу має складати 300 осіб, а максимальна – 400. 2. Здійснення судової влади належить виключно суддів і судів, передбачених законом. 3. Виборчий закон визначає умови обрання і порядок несумісності посад щодо депутатів і сенаторів. 4. Король є главою держави, символом її єдності і стабільності. 5. Уряд здійснює керівництво внутрішньою і зовнішньою політикою, управління цивільними й військовими справами та захистом держави. Він здійснює виконавчі і розпорядчі функції відповідно до Конституції і законів.6. Створення, діяльність і координація органів державного управління здійснюються відповідно до закону. 7. Генеральні кортеси, відповідно до ст. 66 Конституції Іспанії, представляють іспанський народ та складаються з конгресу депутатів та сенату.

**3.5. Pone los verbos entre paréntesis en Pretérito Indefinidoy traduce las oraciones al ucraniano:**

Por invitación del Gobierno Ucraniano(permanecer) en Ucrania en visita oficial del 13 al 17 de febrero el Primer Ministro del Reino Unido. Durante su estancia en Ucrania el Premier británico y su comitiva (visitar) las ciudades de Kiev y Lviv. En todas partes los distinguidos visitantes (ser) acogidos con especial hospitalidad. El 14 de febrero (sostenerse) las conversaciones oficiales entre los dirigentes ingleses y ucranianos. Por la parte ucraniana(participar) en las conversaciones el Presidente y el Ministro de Relaciones Exteriores. Durante las conversaciones, que (transcurrir) en un ambiente amistoso (examinarse) detalladamente problemas de las relaciones ucraniano-inglesas y las perspectivas de su desarrollo.

**3.6. Elige la información principal delos textos (por escrito).**

**Lección 4. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DE ESPAÑA**

**4.1. Lee y traduce los textos:**

La organización territorial de España, un Estado autonómico, está basada en lo que indica el artículo 2 de la Constitución de 1978, que declara "la indisoluble unidad de la Nación española" y "garantiza el derecho a la autonomía de las nacionalidades y regiones que la integran y la solidaridad entre todas ellas".1 Este artículo está desarrollado por el Título VIII sobre la organización territorial del Estado, cuyo artículo 137 establece:

El Estado se organiza territorialmente en municipios, en provincias y en las Comunidades Autónomas que se constituyan. Todas estas entidades gozan de autonomía para la gestión de sus respectivos intereses.

Artículo 137 de la Constitución española de 1978.

**Municipios y provincias.**

La Constitución establece que la estructura territorial de España se compone de municipios, provincias y comunidades autónomas. Cabe señalar que España es un Estado unitario descentralizado políticamente, ya que existe una única soberanía pero se reconoce la existencia de instituciones políticas territoriales con capacidad para autogobernarse en el marco de las competencias transferidas por el poder central.

La administración municipal es la unidad administrativa más pequeña. Su órgano de gobierno es el ayuntamiento, dirigido por la alcaldía y las concejalías. Los alcaldes son escogidos por la ciudadanía en las elecciones municipales.

Los ayuntamientos prestan una serie de servicios básicos a los vecinos, tales como la elaboración de la normativa urbanística o la limpieza de las calles. También suelen desarrollar políticas de promoción económica y laboral y de asistencia social. En nuestro país existen más de 8.100 municipios.

En cuanto a la administración provincial en España hay 50 provincias, formadas por una agrupación de municipios. La división provincial es obra de Javier de Burgos, quien la realizó en 1833. El órgano de gobierno de las provincias es la Diputación provincial.

**Comunidades autónomas.**

Las comunidades autónomas son entidades politico – administrativas que se crearon a raíz de la Constitución de 1978 con el objetivo de garantizar la autonomía de las distintas nacionalidades históricas y territorios de España. Existen 17 autonomías y dos ciudades autónomas, Ceuta y Melilla. Cada Comunidad Autónoma está formada por una o varias provincias que tienen una organización política y económica común. Cada comunidad autónoma tiene su Estatuto de Autonomía, que recoge sus competencias y la organización de sus instituciones propias: gobierno, parlamento, tribunal de justicia...

El **Parlamento autonómico**es una asamblea formada por los representantes que han sido elegidos por los ciudadanos. Este Parlamento elabora las **leyes autonómicas** , que se aplican en el territorio de la Comunidad.

**El Gobierno Autonómico** dirige los asuntos de la Comunidad Autónoma. Está formado por:

– El **Presidente**, que es el máximo representante de la Comunidad. Es elegido por el Parlamento autonómico.

– Los **consejeros**, que son las personas responsables de los distintos asuntos de la Comunidad Autónoma. Son elegidos por el Presidente de la Comunidad.

Las competencias de las comunidades autónomas son amplias y variadas: educación, sanidad, ordenación territorial, turismo, el cuidado del medio ambiente, etc. En algunos casos también existen competencias de orden público o competencias fiscales específicas. El proceso de creación de comunidades autónomas establecido por la Constitución se llevó a cabo, en su mayor parte, en el período 1979-1983. En 1995 culmina el mapa autonomic con Ceuta y Melilla convertidas en ciudades autónomas. Las leyes de la Comunidad Autónoma no pueden contradecir a la Constitución española.

**Las elecciones autonómicas**

Cada cuatro años hay elecciones en la Comunidad.Los ciudadanos mayores de dieciocho años votan y eligen a sus represntantes en el Parlamento autonómico.Los representantes se reunen y eligen al Presidente. El Presidente nombra a los consejeros y forma el Gobierno de la Comunidad Autónoma.

**Vocabulario:**

indisoluble,adj – нерозривний

gozar,v – насолоджуватися

soberanía,f – суверенітет

capacidad,f – ємність

el marco,m – рамка

laboral,adj – трудовий

ayuntamiento, m – рада

gobierno, m – уряд

común,adj – загальний

promoción, f – просування по службі

representante, adj –представник

sanidad,f – здоров'я

orden público – публічний порядок

contradecir, v – заперечувати

ambiente, m – середовище

**4.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿ Qué declara el artículo 2 de la Constitución de 1978?
2. ¿Cuántas autonomías hay en España?
3. ¿Cómo se llaman?
4. ¿Qué garantizan las comunidades autónomas en el sentido político?
5. ¿Quién elige a los representantes del Parlamento autonómico?
6. ¿Qué competencias tienen las comunidades autónomas?
7. ¿Qué edad debe tener el ciudadano para votar?

**4.3. Busca descripciones en la columna opuesta:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.El [territorio autónomo](https://es.wikipedia.org/wiki/Territorio_aut%C3%B3nomo)  2. El centralismo  3. la descentralización  4.La administración municipal  5.Las comunidades autónomas  6.Los consejeros  7.El Parlamento autonómico | a – es el sistema de organización estatal cuyas decisiones de gobierno son únicas y emanan de un mismo centro  b – la unidad administrativa más pequeña  c – entidades politico – administrativas  d – una asamblea formada por los representantes que han sido elegidos por los ciudadanos  e – transferencia el poder de un gobierno central hacia autoridades que no están jerárquicamente sometidas.  f – territorio con capacidades de autogobierno especiales al margen del gobierno central y con competencias específicas propias  g – las personas responsables de los distintos asuntos de la Comunidad Autónoma |

**4.4. Traduce al ucraniano:**

1. La organización territorial de España, un Estado autonómico, está basada en lo que indica el artículo 2 de la Constitución de 1978.
2. La Constitución establece que la estructura territorial de España se compone de municipios, provincias y comunidades autónomas.
3. El Presidente nombra a los consejeros y forma el Gobierno de la Comunidad Autónoma.
4. Cada comunidad autónoma tiene su Estatuto de Autonomía, que recoge sus competencias y la organización de sus instituciones propias: gobierno, parlamento, tribunal de justicia.
5. En algunos casos también existen competencias de orden público o competencias fiscales específicas.
6. Las leyes de la Comunidad Autónoma no pueden contradecir a la Constitución española.
7. Los ciudadanos mayores de dieciocho años votan y eligen a sus represntantes en el Parlamento autonómico.

**4.5. Termina las frases usando el léxico del texto:**

1. Es posible que hoy ...
2. Era extraño qur ...
3. Nos alegramos mucho de que ...
4. Intentamos hacerlo sin que ...
5. Yo dudaba que ...
6. Diga lo que diga, nosotros ...

**4.6. Elige la información principal delos textos (por escrito).**

**Lección 5. LOS DERECHOS Y LOS DEBERES DE LOS ESPAÑOLES**

**5.1. Lee y traduce los textos:**

La palabra derecho proviene del término latino *directum*, que significa “lo que está conforme a la regla”. El derecho se inspira en postulados de justicia y constituye el orden normativo e institucional que regula la conducta humana en sociedad. La base del derecho son las relaciones sociales, las cuales determinan su contenido y carácter. Dicho de otra forma, el derecho es un conjunto de normas que permiten resolver los conflictos en el seno de una sociedad.

En los países democráticos los ciudadanos tienen una serie de derechos y libertades.

España tiene un Sistema Democrático, y esto significa entre otras cosas, que todos los habitantes de mayor edad, pueden participar en la vida política sin distinción de sexo, raza, condición económica o manera de pensar.

Este Sistema Democrático de derechos y libertades está recogido en la Constitución, que fue aprobada ahora treinta y dos años por los ciudadanos mayores de edad, el 6 de diciembre de 1978.

Para conseguir una convivencia pacífica en comunidad es necesario conocer y valorar nuestros derechos y los derechos de los demás, y también cumplir con nuestros deberes.

**Nuestros derechos**

La Constitución establece que todos los españoles tenemos determinados **derechos:**

* Derecho a la vida: Incluyendo la abolición de la pena de muerte.
* Derecho a la integridad física y moral: Prohibiendo torturas, penas o tratos inhumanos.
* Libertad de creencias: Tanto ideológicas como religiosas. Se declara la aconfesionalidad del estado y el derecho a no declarar sobre ideología, religión o creencias.
* Libertad de circulación y residencia: Así como de entrar y salir del país sin limitaciones políticas o ideológicas.
* Derecho de petición: Es decir, de poder dirigirse a los poderes públicos.(Artículo 29 de la CE)
* Derecho a la vida privada: Que incluye:Derecho a la intimidad personal y familiar, una vida privada y derecho al honor y la propia imagen.Derecho al secreto de las comunicaciones.Derecho a un matrimonio igualitario: Con igualdad jurídica entre las partes sociales.
* Derecho a la igualdad ante la ley, y prohibición de discriminaciones en el contenido de la ley.
* Derecho a una comunicación libre: Que abarca toda una serie de derechos como: Libertad de expresión, producción y creación literaria, artística, científica, técnica etc..
* Derecho a la educación.
* Derecho a no ser discriminados por nuestra raza, sexo, religión ni por ninguna otra circunstancia personal.
* Derecho de reunión, manifestación y asociación.
* Derecho de participación en asuntos públicos, de forma activa o pasiva.
* Derecho a un trabajo que asegure una vida digna.
* Derecho a la propiedad privada y herencia.

No todos disfrutamos plenamente de estos derechos. Así, hay muchas personas que no tienen trabajo o que sufren algún tipo de discriminación.

**Nuestros deberes**

La Constitución también recoge algunos deberes:

* Deber de **cumplir las leyes.**
* Deber de **pagar impuestos** para contribuir a financiar los asuntos comunes, como la educación  o la sanidad.
* Deber de**trabajar** para ayudar al progreso de la colectividad. El trabajo, además de un derecho, es un deber.

**Vocabulario:**

convivencia, f – співіснування

distinción, f – відмінність

tortura,f – тортури

limitación,f – обмеження

discriminado,part – дискримінований

vida privada – приватне життя

vida digna – гідне життя

contribuir, v – сприяти

manifestación, f – маніфестація

propiedad, f – власність

abolición, f – скасування

deber,m – борг

herencia, f – спадщина

plenamente, adv – повністю

igualitario, adj – зрівняльний

**5.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿En qué paises tienen los ciudadanos una serie de derechos y libertades?
2. ¿Dónde está recogido el Sistema Democrático de derechos y libertades?
3. ¿Qué tienen los ciudadanos además de los derechos?
4. ¿Qué incluye el derecho a la vida?
5. ¿Qué incluye el derecho a una comunicación libre?
6. ¿Cuáles deberes recoge la Coctitución?
7. ¿Qué quiere decir libertad de circulación y residencia?

**5.3. Busca equvalentes ucranianos y escribe oraciones con las palabras y expresiones:**

derecho a la vida, derecho a la integridad física y moral, libertad de creencias, derecho de petición, derecho a la vida privada, derecho a la igualdad ante la ley, derecho a la educación, derecho de reunión, manifestación y asociación, derecho a la propiedad privada, derecho a un trabajo, derecho a una comunicación libre, deber de cumplir las leyes, deber de trabajar , deber de pagar impuestos.

**5.4. Empare los vocablos con los significados adecuados:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. El[derecho](https://es.wikipedia.org/wiki/Territorio_aut%C3%B3nomo)  2. Democracia  3. El conflicto  4. Ciudadano  5. Libertad de expresión  6. Vida digna  7. El deber | a – lo que está conforme a la regla  b – la posibilidad de realizar investigaciones, de acceder a la información y de transmitirla sin barreras  c – la existencia que puede llevar una persona cuando logra satisfacer sus necesidades básicas  d – obligación ética o legal  e – la persona como elsujeto de derechos políticos  f – una situación en que dos o más individuos con intereses contrapuestos entran en confrontación  g – una forma de organización social que atribuye la titularidad del poder al conjunto de la sociedad. |

**5.5.Pone los verbos entre paréntesis en el tiempo necesario y traduce las oraciones al ucraniano:**

1. Lisboa, 11 de diciembre. El Presidente de Francia (llegar) hoy aquí en visita oficial de tres días, invitado por el jefe del estado portugués. 2. Ambos mandatarios (reunirse) en privado al final de esta tarde en el palacio presidencial y (almorzar) mañana en la embajada de Francia en esta capital. 3. El sábado el Presidente galo (ser) recibido en el parlamento, que (reunirse) en sesión solemne extraordinaria, acto donde (estar) previsto el discurso del estadista francés. 4. En su segundo día de estancia en Uruguay, Sus Majestades los Reyes (desarrollar) una apretada agenda, que (incluir) una reunión con empresarios españoles y uruguayos, la visita a la Intendencia de Montevideo, el tradicional encuentro con la importante colectividad española, y una recepción oficial a personalidades del país. 5. Don Juan Carlos y Doña Sofía (ser) acogidos con entusiasmo en sus recorridos por la capital uruguaya. 6. El primero de los actos del Rey (ser) ayer una reunión con empresarios de España y de Uruguay, a la que (asistir) acompañado del presidente Julio Sanguinetti. 7. Después de conocer que España, con 1.300 millones de dólares, es el segundo inversor en la región de Mercosur, formada por, además de Uruguay, Argentina, Brasil y Paraguay, Don Juan Carlos (animar) a los empresarios españoles a invertir en este país.

**5.6.Elige la información principal de los textos (por escrito).**

**Lección 6. LOS IMPUESTOS**

**6.1. Lee y traduce los textos:**

La palabra impuesto tiene su origen en el término latino *impositus*. El concepto hace referencia al tributo que se establece y se pide según sea la capacidad financiera de aquellos que no están exentos de abonarlo.

Como en la mayoría de las economías desarrolladas, España sostiene su sistema de bienestar y de servicios sociales gracias al cobro de impuestos. Los residentes y ciudadanos españoles gozan de numerosos programas sociales que son pagados por los contribuyentes a través de los diversos impuestos.

El sistema tributario paga por el sistema de salud y de educación; la ayuda social a las personas de bajos ingresos; el seguro para las personas desempleadas, llamado comúnmente “el pago del paro”; el sistema de pensiones de jubilados, la seguridad ciudadana y, en general, los servicios públicos.

Por tales motivos, el pago de impuestos es obligatorio para todos los ciudadanos y las empresas.

De hecho, se calcula que España es el cuarto país de la Unión Europea con impuestos más altos, por debajo de Bélgica, Dinamarca y Suecia.

En España, el Impuesto Sobre la Renta a las Personas Físicas (IRPF) se sitúan en el 52%; el Impuesto a las Sociedades está por el orden del 30%; y el Impuesto al Valor Añadido (IVA) se calcula en el 21%. Bastante por encima del promedio de la zona euro calculado en el 43% para el IRPF, el 26% para e Impuesto a las Sociedades, y el 20% para el IVA.

Al comenzar la crisis, España era uno de los países europeos con tipos impositivos más bajos, pero desde 2010 los impuestos comenzaron a aumentar. Alemania, Francia o el Reino Unido, que históricamente tenían estructuras impositivas más elevadas, pagan hoy, en conjunto, menos impuestos que los españoles.

Según datos de la Comisión Europea, sólo Irlanda, Grecia y Portugal recaudan menos impuestos que España.

En general, el sistema tributario español aplica unos principios universales que se pueden resumir en los siguientes enunciados: todos los ciudadanos son iguales a la hora de pagar los tributos; la contribución de cada individuo depende su capacidad económica; cuanta más riqueza posea un apersona, mayor contribución fiscal se le exigirá; la tributación no puede ser superior a la renta o patrimonio gravado; sólo es Estado tiene poder para establecer los tributos, mediante ley.

Tipos de impuestos en España

El sistema tributario español se compone, principalmente, de impuestos directos, tributos sobre la renta de los particulares y sobre los beneficios de las sociedades, y de impuestos indirectos, tributos aplicados a las operaciones de producción y consumo.

Dentro del primer grupo destacan el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), el Impuesto sobre Sociedades (IS), el Impuesto sobre el Patrimonio, el Impuesto sobre la Renta de No Residentes, y el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones, entre otros.

Por su parte, los principales impuestos indirectos son el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPAJD), los Impuestos Especiales y el Impuesto sobre las Primas de Seguros, entre otros.

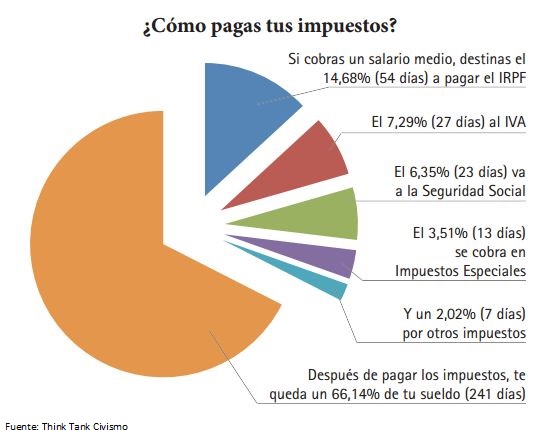
Como en todos los países, la estructura de los impuestos en España puede cambiar de año en año y sufrir ajustes.

Uno de los impuestos más importantes es que el impuesto sobre la renta por la totalidad de los ingresos y rendimientos que se obtengan. El impuesto se aplica de forma progresiva, es decir, mientras más dinero se genere, más impuesto se pagará.

Si se trabaja como asalariado la empresa practicará una retención en el sueldo dependiendo del número de hijos y del sueldo total. Si se prestan servicios profesionales, también se practicará una retención sobre los ingresos. Si se es empresario o se trabaja por cuenta propia, se tendrá que presentar una declaración fiscal trimestral y realizar pagos fraccionados. Aquellas personas cuyos ingresos superen una cantidad mínima están obligadas a liquidar su propia cuota tributaria y presentar una declaración fiscal al término de cada año.

Asimismo, las Comunidades Autónomas y los municipios cobran diversos impuestos locales, tales como el impuesto sobre vehículos o el impuesto sobre bienes inmuebles, entre otros.

El sistema de financiación y recaudación de las comunidades está regulado en la Ley Orgánica de Financiación de las Comunidades Autónomas (LOFCA).



**Vocabulario:**

sostener, v – підтримувати

impuestos, m – оподаткування, податки

ingresos, m – доходи

pensiones, f – пенсії

el pago, m – оплата

obligatorio, adj – обов’язковий

patrimonio, m – спадщина

enunciado, part – проголоший

tributos,m – податки

exigir, v – вимагати

beneficios, m – пільги

asalariado, part – той який одержує платню

sueldo,m – зарплата

superar, v – подолати

cobrar, v – стягувати

recaudación, f – збір

vehículos,m – транспортні засоби

bienesinmuebles – нерухомість, нерухоме майно

**6.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Por qué paga el sistema tributario?
2. ¿Cómo es el pago de impuestos para los ciudadanos y empresas?
3. ¿Son altos los impuestos en España?
4. ¿Qué principios aplaca el sistema tributario español?
5. ¿Qué tipos de impuestos existen en España?
6. ¿Qué personas deben presentar una declaración fiscal al término de cada año?
7. ¿En qué ley está regulado El sistema de financiación y recaudación de las comunidades el sistema de financiación y recaudación de las comunidades?

**6.3. Busca equivalentes ucranianos y escribe oraciones con las palabras y expresiones:**

Las economías desarrolladas, sistema de bienestar y de servicios sociales, el sistema tributario, impuestos obligatorios, el Impuesto Sobre la Renta a las Personas Físicas, estructuras impositivas, capacidad económica, impuestos indirectos, declaración fiscal trimestral, cantidad mínima, impuestos locales, impuesto sobre bienes inmuebles, recaudación de las comunidades.

**6.4. Empare los vocablos con los significados adecuados:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.El [impuesto](https://es.wikipedia.org/wiki/Territorio_aut%C3%B3nomo)  2.Salario  3.Patrimonio  4.Contribución  5.Renta  6.Recaudación  7.Vehículo | a – cantidad de dinero que los ciudadanos deben pagar al Estado, especialmente el que se aplica a bienes inmuebles.  b – bienes que una persona adquiere por herencia familiar  c – la remuneración periódica que recibe una [persona](http://definicion.de/persona/) como contraprestación de un trabajo realizado  d – tributo que se establece y se pide según sea la capacidad financiera de aquellos que no están exentos de abonarlo  e–el beneficio que puede utilizarse como sinónimo de ingreso  f -proceso de recaudar (obtener o recibir dinero o recursos)  g – una máquina que permite desplazarse de un sitio hacia otro |

**6.5. Pone el verbo entre paréntesis en la forma correcta de Pretérito indefinido:**

1. Destacadas personalidades de la ciencia y la cultura (estar) presentes en la ceremonia de bienvenida. 2. Tres mil científicos, procedentes de todas las regiones del país, (asistir) al acto solemne. 3. Los estadistas y políticos (sostener) una entrevista de dos horas, en la cual (debatir) importantes temas de actualidad. 4. Altos funcionarios del gobierno de Panamá (sostener) una plática con el mandatario guatemalteco. 5. (Acudir) a despedir al distinguido visitante el embajador de España en Alemania y otros funcionarios de la misión diplomática española.

**6.6. Elige la información principal del texto (por escrito)**

**Lección 7. LEY DE EXTRANJERÍA**

**7.1. Lee y traduce el texto:**

En los últimos años, la sociedad española ha alterado su visión sobre la inmigración, demostrando una mayor comprensión del fenómeno. Esto ha permitido el desarrollo de mecanismos que promueven la inmigración dentro de los cauces legales y refuerzan las acciones contra la inmigración ilegal.

En ese sentido, el gobierno español ha orientado su política migratoria hacia el fortalecimiento de la entrada legal de extranjeros y el levantamiento de un cerco eficaz para la inmigración irregular, a través de la lucha contra la denominada economía sumergida o informal, la cual se entiende como el sistema de intercambio de bienes que permanece ajeno al control del Estado.

España considera que la llamada “economía sumergida” (que no paga tributos al fisco), o “economía informal”, constituye el principal efecto de atracción de la inmigración irregular y, por ello, incide en la ordenación del mercado laboral, sin dejar a un lado los instrumentos de seguridad necesarios para el control de fronteras, retornos, devoluciones y expulsiones de irregulares.

En ese contexto, fomenta el protagonismo de la inspección oficial en la persecución de conductas relacionadas con la explotación laboral y la contratación ilegal de trabajadores.

Esa visión ha hecho que España promulgue una Ley de Extranjería que ha sido objeto de varias modificaciones, con el propósito de responder a las necesidades planteadas por el fenómeno de la inmigración.

La Ley de Extranjería es como comúnmente se le llama a la la Ley Orgánica 4/2000, del 11 de enero, sobre Derechos y Libertades de los Extranjeros en España y su Integración Social.

Es un texto que regula los derechos y deberes de los extranjeros en España y contiene principios que buscan favorecer la inmigración legal, restringiendo al mínimo la entrada de extranjeros ilegales y ofreciendo oportunidades para normalizar su situación a los inmigrantes establecidos en territorio español en condiciones de irregularidad.

Teniendo en cuenta que la mayoría de los inmigrantes llegan a España en edad de trabajar, suponen un beneficio neto (gastan poco en sanidad y educación, ingresan mucho al pagar sus impuestos). Aunque claro, obviamente, si todos estos inmigrantes no están regularizados, es difícil que puedan pagar sus impuestos (es por ello que las políticas de inmigración socialistas han sido acertadas, al impulsar regularizaciones de los inmigrante que llevan ya un tiempo trabajando en España).

Como norma general, la Ley de Extranjería establece que reconoce los derechos establecidos en la Constitución española, los tratados internacionales, interpretados de acuerdo con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y otros tratados vigentes sobre derechos ciudadanos. Se interpreta, por lo tanto que si no existe una reglamentación específica, los extranjeros en España ejercen los mismos derechos que los españoles.

También se reconoce que, además de los derechos que corresponden a extranjeros y españoles en idénticos términos, por tratarse de derechos esenciales a la dignidad humana, existen derechos que tienen como único sujeto a los inmigrantes; por lo tanto, tienen una regulación específica o una relevancia especial en la legislación de extranjería.

Algunos derechos específicos a los inmigrantes en España son:

– derecho a la documentación (lo cual también es un deber del ciudadano extranjero);

– derecho a la reagrupación familiar;

– derecho a ser tratado con justicia, respeto y dignidad;

**Vocabulario:**

promover, v – сприяти

reforzar, v – зміцнювати, посилювати

sumergido, adj – занурений (тут тіньовий, незаконний)

constituir, v – складати

contratación, f – укладання договору

ajeno, m – чужорідний(той, що знаходиться поза…)

fomentar,v – культивувати

eficaz, adj – дієвий, ефективний

protagonismo,m – керівництво

comúnmente, adj – сумісно, зазвичай

relevancia,f – відносність до справи, важливість

dignidad,f – гідність (почуття гідності)

vigente, adj – діючий (закон)

obviamente, adv – очевидно

fomentar, v – заохочувати

favorecer, v – давати пільги, сприяти

visión, f – бачення, точка зору

planteadо, part – піднятий(про проблему)

**7.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Hacia qué ha orientado su política migratoria España?
2. ¿De qué ley está regulada política migratoria de España?
3. ¿Cuáles son derechos específicos a los inmigrantes en España?
4. ¿Son iguales los derechos de los españoles y de los extranjeros?
5. ¿ Qué es la inmigración ilegal?
6. ¿ Es efectiva la Ley de Extranjería segun tu opinión?
7. ¿Qué hay que hacer para mejorar la situación migratoria en España

**7.3. Busca equvalentes ucranianos sin usar el diccionario y escribe oraciones con las palabras y expresiones:**

Fenómeno, norma general, economía informal, inmigración legal, inmigrantes, regulación específicao una relevancia especial, legislación de extranjería, contexto, instrumentos,Declaración Universal de los Derechos Humanos, ordenación del mercado laboral, control de fronteras, permanece ajeno al control del Estado, condiciones de irregularidad, alterar su visión sobre la inmigració.

**7.4. Pone las oraciones en el orden correcto (según el texto):**

1. La Ley de Extranjería establece que reconoce los derechos establecidos en la Constitución española.
2. Fomenta el protagonismo de la inspección oficial en la persecución de conductas relacionadas con la explotación laboral y la contratación ilegal de trabajadores.
3. La sociedad española ha alterado su visión sobre la inmigración, demostrando una mayor comprensión del fenómeno.
4. España considera que la llamada “economía sumergida” (que no paga tributos al fisco), o “economía informal”, constituye el principal efecto de atracción de la inmigración irregular y, por ello, incide en la ordenación del mercado laboral.
5. Fomenta el protagonismo de la inspección oficial en la persecución de conductas relacionadas con la explotación laboral y la contratación ilegal de trabajadores.
6. Es un texto que regula los derechos y deberes de los extranjeros en España y contiene principios que buscan favorecer la inmigración legal
7. Derecho a la reagrupación familiares uno de los derechos específicos de los extranjeros.

**7.5. Traduce al ucraniano prestando atención a las palabras en cursiva:**

1. La comisión está denunciando ante la opinión pública del país y también internacionalmente estos planes. 2. Es necesario transformar la sociedad revolucionariamente. 3. Hace falta entregarlo a los campesinos sin tierras que se organicen cooperativamente. 4. El general Prado fue desterrado diplomáticamente a los Estados Unidos con el cargo del consejero militar en la embajada paraguaya en Washington. 5. El Mercuriosubrayó editorialmente la designación del nuevo canciller chileno. 6. Hay una tendencia hacia la unidad de la izquierda como lo son estas coincidencias de puntos de vista que se expresan electoralmente en la candidatura de Rangel.

**7.6. Elige la información principal del texto (por escrito).**

**Lección 8. EL REY DE ESPAÑA**

**8.1. Lee y traduce el texto:**

El rey de España es el jefe de Estado del país, símbolo de su unidad y permanencia, a quien corresponde arbitrar y moderar el funcionamiento regular de las instituciones y ejercer la más alta representación del Estado español, además de ejercer las funciones que le atribuyan expresamente la Constitución y las leyes.3 4 Es también comandante en jefe de las Fuerzas Armadas, y como tal, capitán general de los Ejércitos, y ostenta el alto patronazgo de las Reales Academias.5 6

La Constitución española trata la institución de la Corona, la persona del rey y sus funciones en su «Título II», que comprende los artículos 56 a 65. El actual rey de España es Felipe de Borbón y Grecia, que reina con el nombre de Felipe VI.

El rey de España, como símbolo de la unidad y permanencia de la Nación española y asumiendo su rol de arbitraje y moderación del funcionamiento regular de las instituciones, desempeña una serie de funciones contempladas y recogidas en la Constitución.

Se pueden enumerar las siguientes funciones como las más representativas e importantes de cuantas corresponden al monarca:12

Sancionar y promulgar las Leyes. La sanción real, que el rey da en el plazo de quince días, tiene una función certificante que confiere a la ley su perfeccionamiento, pese a haber sido ya aprobada por las Cortes Generales; en cuanto a la promulgación, unida a la publicación que también al rey corresponde ordenar, el monarca pone las leyes en conocimiento presunto de todos, particulares y autoridades, y por ese solo hecho quedan investidas de fuerza obligatoria general (principio constitucional de publicidad de las normas).

Convocar y disolver las Cortes Generales y convocar a elecciones en los términos previstos en la Constitución. A propuesta del presidente del Gobierno, el titular de la Corona tiene la potestad de poner fin anticipadamente al mandato de senadores y diputados, bien ambas Cámaras o una sola de ellas, expidiendo un real decreto de disolución, que además deberá precisar la fecha de las elecciones, que también al rey corresponde convocar, sea por este motivo o por la expiración natural del mandato de las Cámaras.

Convocar a referéndum en los casos previstos en la Constitución. El rey tiene en exclusiva el derecho a apelar al pueblo y someter a consulta de la Nación todo proyecto o cuestión que le haya propuesto el presidente del Gobierno, previa autorización del Congreso de los Diputados, o bien por exigirlo así la propia Constitución para su reforma.

Proponer al Congreso de los Diputados el candidato a la presidencia del Gobierno, nombrarlo y cesarlo, en los términos previstos en la Constitución. Tras cada renovación del Congreso de los Diputados y en los casos en que este rechaza ratificar su confianza al Gobierno, el titular de la Corona consulta con los líderes de los grupos políticos con representación parlamentaria y propone al Congreso de Diputados un candidato a la presidencia del Gobierno, y lo nombra si el Congreso le da su confianza o propone otro en caso contrario.

Nombrar y cesar a los demás miembros del Gobierno, a propuesta de su presidente.

Expedir los decretos acordados en Consejo de Ministros, presidirlo a petición del presidente del Gobierno, cuando lo estime oportuno, a fin de ser informado de los asuntos de Estado, conferir los empleos civiles y militares y conceder honores y distinciones con arreglo a las Leyes.

El derecho de gracia. El rey tiene el derecho, a propuesta del Gobierno, de remitir en todo o en parte todas las condenas pronunciadas por los tribunales de justicia en el orden penal, sea común o militar, bien de manera condicional o incondicional.

Acreditar a los embajadores y otros representantes diplomáticos del Reino, y ante él se acreditan los embajadores y representantes diplomáticos extranjeros.

Declarar la guerra y hacer la paz, previa autorización de las Cortes Generales.

**Vocabulario:**

arbitrar, v – судити

ejercer, v – здійснювати, проводити

desempeñar, v – звільняти (від податків)

comandante, m – командуючий

moderación, f – посередництво

promulgación, f – обнародування (закону )

perfeccionamiento, m – поліпшення

convocar, v – скликати

disolver, v – припиняти, розпускати, ліквідувати

anticipadamente, adv – завчасно

en caso contrario – в іншому випадку

declarar , v – заявляти, проголошувати

(in)condicional, adj – (без)умовний

apelar, v – оскаржувати (в апеляційному порядку)

cámara, f – палата (парламенту)

someter, v – підкорювати, обвинувачувати, представляти документ на розгляд

concederhonores – роздавати нагороди

remitir, v – припиняти, відміняти, анулювати

penal, adj – кримінальний

**8.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿ Cómo se llama el Rey de España?
2. ¿Qué título de la constitución regula las funciones del Rey?
3. ¿ A qué dinastia pertenece el rey de España?
4. ¿ Cuántos años tiene?
5. ¿Tiene el Rey el poder real o solo nominal? ¿Por qué?
6. ¿En qué casos puede covocar el referendum?
7. ¿Qué significa el derecho de gracia?

**8.3. Hace las preguntas a las palabras subrayadas:**

1. El rey de España es el jefe de Estado del país, símbolo de su unidad y permanencia.
2. La Constitución española trata la institución de la Corona, la persona del rey y sus funciones en su «Título II».
3. Convocar y disolver las Cortes Generales y convocar a elecciones en los términos previstos en la Constitución.
4. El rey tiene el derecho, a propuesta del Gobierno, de remitir en todo o en parte todas las condenas pronunciadas por los tribunales de justicia en el orden penal.
5. El rey puede nombrar y cesar a los demás miembros del Gobierno, a propuesta de su presidente.
6. El actual rey de España es Felipe de Borbón y Grecia, que reina con el nombre de Felipe VI.
7. La sanción real, que el rey da en el plazo de quince días, tiene una función certificante.

**8.4. Termina las frases:**

1. Es también comandante en jefe de las…
2. A propuesta del presidente del Gobierno,…
3. Convocar a referéndum…
4. Proponer al Congreso de los Diputados el candidato a la presidencia del Gobierno,…
5. Acreditar a los embajadores…
6. Convocar y disolver las Cortes Generales…
7. El monarca pone las leyes en conocimiento presunto de todos,...

**8.5. Busca los equvalentes ucranianos y escribe oraciones con las palabras y expresiones**

embajador argentino, secretario de estado adjunto de los EE.UU. para asuntos latinoamericanos, canciller boliviano, presidente provisional de El Salvador, candidato presidencial por el Partido Reformista.

**8.6. Elige la información principal del texto (por escrito).**

**Lección 9. EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO**

**9.1. Lee y traduce el texto:**

El presidente del Gobierno es el jefe de Gobierno de España, a quien corresponde dirigir la acción del Ejecutivo y coordinar las funciones de los demás miembros del mismo. Su investidura se realiza en el Congreso de los Diputados, la Cámara Baja de las Cortes Generales, y luego es nombrado por el rey, ante el cual presta solemnemente juramento o promesa.

El nombre del cargo era originalmente el de presidente del Consejo de Ministros. Sus funciones se establecen en los artículos 97 al 116 de la Constitución. No puede ejercer ninguna actividad profesional ni mercantil mientras esté en el ejercicio de su cargo.

**Elección**

Para ser presidente del Gobierno se requiere ser español, mayor de edad, disfrutar de los derechos de sufragio activo y pasivo, así como no estar inhabilitado para ejercer empleo o cargo público por sentencia judicial firme.

**Investidura**

La elección del presidente del Gobierno se realiza de forma indirecta a través del poder legislativo, representado por el Congreso de los Diputados. La elección del presidente se realiza tras las elecciones generales. El Gobierno saliente se mantiene en funciones hasta que el siguiente jura su cargo.

Las Cortes Generales se constituyen 25 días después de la celebración de las elecciones generales, como establece el artículo 68.6 de la Constitución. Una vez constituidas, el rey se entrevista con los representantes designados por los grupos parlamentarios de la Cámara Baja, y propone un candidato a la presidencia del Gobierno a través del presidente del Congreso de los Diputados, de acuerdo con el artículo 99 de la Constitución Española.

**Artículo 99**

1. Después de cada renovación del Congreso de los Diputados, y en los demás supuestos constitucionales en que así proceda, el Rey, previa consulta con los representantes designados por los Grupos políticos con representación parlamentaria, y a través del Presidente del Congreso, propondrá un candidato a la Presidencia del Gobierno.

2. El candidato propuesto conforme a lo previsto en el apartado anterior expondrá ante el Congreso de los Diputados el programa político del Gobierno que pretenda formar y solicitará la confianza de la Cámara.

**Constitución española.**

El candidato propuesto por el rey expone ante el Congreso de los Diputados el programa político del Gobierno que pretenda formar y solicita la confianza del Congreso. Si el Congreso de los Diputados, por mayoría absoluta, otorga su confianza a dicho candidato, el rey lo nombrará presidente. De no alcanzarse mayoría absoluta, se somete la misma propuesta a nueva votación 48 horas después de la anterior, y la confianza se otorga si el candidato obtiene la mayoría simple.

De no obtener el candidato propuesto la confianza de la Cámara en las dos votaciones antedichas, dicha candidatura quedará rechazada. El rey, previa consulta a los grupos, podrá hacer sucesivas propuestas de candidatos a la investidura o incluso volver a proponer alguno ya rechazado si entiende que ya cuenta con el respaldo suficiente. En todo caso, si transcurridos dos meses desde la primera votación de investidura ninguno obtiene el respaldo de la Cámara, las Cortes quedarán automáticamente disueltas y se convocarán nuevas elecciones generales.

En cuanto a los demás miembros del Gobierno, estos serán nombrados y cesados por el rey, a propuesta de su presidente. Ni el Congreso ni el Senado tienen capacidad para vetar de algún modo el nombramiento de nuevos ministros.

**Toma de posesión**

Después de que el candidato sea investido por el Congreso de los Diputados tras depositar su confianza, es nombrado por el rey como presidente del Gobierno en una ceremonia en la cual jura o promete su cargo en el Salón de Audiencias del Palacio de la Zarzuela ante la presencia del rey y su consorte, el notario mayor del Reino (ministro de Justicia), el presidente del Consejo General del Poder Judicial, el presidente del Congreso de los Diputados y el presidente del Gobierno que dejará el cargo, en el caso de que vaya a haber un cambio en el cargo.

La toma de posesión la realiza el presidente investido en un escritorio situado junto al rey, en el que habrá un papel con la fórmula de toma de posesión que debe recitar, un ejemplar abierto de la Constitución, en el que el presidente pondrá la mano al pronunciar la frase, y junto a un ejemplar de una Biblia española y un crucifijo en el caso de que el presidente desee jurar sobre ellos. La fórmula de juramento, regulada en el Real Decreto 707/1979, dice así:

Juro [o prometo] por mi conciencia y honor cumplir fielmente las obligaciones del cargo de presidente del Gobierno con lealtad al rey, guardar y hacer guardar la Constitución como norma fundamental del Estado, así como mantener el secreto de las deliberaciones del Consejo de Ministros.

**Vocabulario:**

Gobierno, m – уряд

Constitución – конституція

democracia,f – демократія

monarquía, f – монархія

diputado, m – депутат

congreso – конгрес

senador, m – сенатор

las elecciones – вибори

votación, f – голосування

ministerio, m – міністерство

sufragio,m – виборче право

designado – призначений

rechazadо – відхиленій

vetar – право вето

recitar – читати, декламувати

crucifijo – розп'яття

**9.2. Hace la traducción escrita:**

Hoy, en el Palacio del Príncipe Heredero de Estocolmo, representantes del Gobierno de Guatemala y de la guerrillera Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca firmarán la parte del Tratado de Paz firme y duradero en aquella nación que se refiere a las reformas de la Constitución y al sistema democrático de elecciones, antepenúltimo paso del acuerdo definitivo que se sellará el 29 de diciembre en Guatemala.

Los acuerdos de alto al fuego han sido precedidos de un alto al fuego físico, declarado a fines de marzo por ambas partes y que refleja el hecho de que desde el principio del año ya se han señalado nuevas condiciones en el país que han ido fortaleciendo avances en el desarrollo de la democracia y han lanzado a otros sectores a manifestar una mayor disposición de la cooperación.

**9.3. Completa las siguientes frases con el tiempo necesario y traduce al ucraniano:**

El Presidente del Gobierno español (apelar) ayer al interés nacional y al de la paz y seguridad de Europa para pedir al Congreso que (avaler) su decisión de integrar a España en la futura estructura de mandos de la Alianza Atlántica renovada. Asimismo, (comprometerse) a que Canarias y los accesos atlántico y mediterráneo al estrecho de Gibraltar (quedar), dentro de la nueva OTAN, en el área de responsabilidad del mando aliado ubicado en España. Por su parte, el líder de la oposición (coinceder) con el primer ministro en que no (vulnerarse) las condiciones del referéndum de 1986 y que (ser) un disparate decir que los Estados Unidos (irse) a instalar de nuevo en las bases españolas.

**9.4. Busca equivalentesucranianos de los siguientes puestos y escribe oraciones con las palabras y expresiones:**

presidente del Consejo de Ministros, primer vicepresidente del Consejo de Ministros, vicepresidente de la Asamblea Nacional, diputado a la Asamblea Nacional, ministro del Interior, ministro de Comunicaciones, ministro de Justicia, viceministro de Educación

**9.5.Temina las frases usándo el lexico del texto:**

1. Todos insistían en que ...
2. Estaba seguro de que ...
3. Parecía como si ...
4. Parecía que ...
5. Era extraño que ...
6. Dudaba que ...
7. Era posible que ...

**9.6. Elige la información principal de cada párrafo.**

**Lección 10. LEY DE EDUCACIÓN**

**10.1. Lee y traduce el texto:**

La educación en España está actualmente regulada por la LOE (Ley Orgánica de Educación). Es un derecho constitucional de los ciudadanos y es obligatoria hasta los 16 años de edad.

Las sociedades actuales conceden gran importancia a la educación que reciben sus jóvenes, en la convicción de que de ella dependen tanto el bienestar individual como el colectivo. La educación es el medio más adecuado para construir su personalidad, desarrollar al máximo sus capacidades, conformar su propia identidad personal y configurar su comprensión de la realidad, integrando la dimensión cognoscitiva, la afectiva y la axiológica. Para la sociedad, la educación es el medio de transmitir y, al mismo tiempo, de renovar la cultura y el acervo de conocimientos y valores que la sustentan, de extraer las máximas posibilidades de sus fuentes de riqueza, de fomentar la convivencia democrática y el respeto a las diferencias individuales, de promover la solidaridad y evitar la discriminación, con el objetivo fundamental de lograr la necesaria cohesión social. Además, la educación es el medio más adecuado para garantizar el ejercicio de la ciudadanía democrática, responsable, libre y crítica, que resulta indispensable para la constitución de sociedades avanzadas, dinámicas y justas. Por ese motivo, una buena educación es la mayor riqueza y el principal recurso de un país y de sus ciudadanos.Los estudiantes españoles que han realizado un programa de Bachillerato en un instituto pueden continuar sus estudios de enseñanza superior en una universidad, al igual que los profesionales técnicos, poseedores de un diploma de Formación Profesional.

España tiene una amplia gama de universidades ubicadas en todo su territorio. Las instituciones de educación superior españolas son reconocidas en el ámbito europeo.

Las universidades en España imparten la enseñanza superior de acuerdo con la normativa establecida por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), un ámbito de organización educativo integrado por los países miembros de la Unión Europea, que busca armonizar los distintos sistemas educativos europeos y proporcionar una forma más eficaz de intercambio entre todos los estudiantes.

De acuerdo con la normativa del EEES, los títulos universitarios oficiales en España son:

• Grado: que se obtienen tras estudiar una carrera universitaria de cuatro años.

• Máster. Título de un programa de posgrado de uno o dos años de duración, para cuya matriculación es necesario tener previamente el título de Grado.

• Doctorado. programa de posgrado para cuya matriculación es necesario tener previamente el título de Máster.

España posee un sistema de reconocimiento de las titulaciones obtenidas en el extranjero, acorde con la normativa de la Unión Europea. El Centro NARIC España (que forma parte de la “European Network of Information Centres” de Europa) ofrece información sobre los procesos de homologación y reconocimiento profesional en España.

En España existen dos tipos de universidades: las públicas y las privadas.

La mayoría de las universidades son públicas, por lo que están financiadas por el Estado, a través de la administración central y de las Comunidades Autónomas, se rigen por el sistema de admisión de alumnos de carácter general y el costo de la matrícula es establecido por la administración correspondiente.

Las universidades privadas, por su parte, se autofinancian, tienen sus propios sistemas de admisión de alumnos y fijan de manera independiente el costo de la matrícula, que, generalmente, es más caro que en la universidad pública.

La mayoría de las universidades privadas están asociadas a la Iglesia Católica, lo cual no significa que la enseñanza académica que imparten esté asociada a la instrucción religiosa.

También existen los llamados Centros Universitarios, los cuales por su tamaño o por su especialización no se establecen como universidades, pero suelen asociarse a una universidad reconocida oficialmente para poder impartir títulos oficiales.

Generalmente, los Centros Universitarios son instituciones privadas adscritas a universidades públicas. Estos centros pueden mantener sus propios sistemas de admisión y fijar sus propios costos de matrícula.

Tanto las universidades públicas como las privadas se rigen por la Ley Orgánica de Reforma Universitaria, la cual regula todo lo relacionado con el régimen de enseñanza superior y la autonomía universitaria.

Los títulos universitarios oficiales tienen carácter académico pleno y habilitan para el ejercicio profesional en todo el territorio español y el espacio de la Unión Europea.

**Vocabulario:**

conformar, v – узгоджувати, приводити у відповідність

identidad, f – ідентичність, спражність

cognoscitiva, adj – когнітивний

acervo, m (de conocimientos) – база (знань)

cohesiónsocial – соціальна згуртованість

ciudadanía, f – громадянство

indispensable, adj – важливо

poseedor, m – держатель, той,хто має

ubicado,partj – розташований

ámbito ,m – поле

matriculación, f – реєстрація

homologación, f – твердження

admisión, f – прийом

impartir, v – поширювати

adscrito, adj – той,що додається

pleno, adj – повний

**10.2.Contesta a las preguntas:**

* + 1. ¿Qué depende de la educación?
    2. ¿Qué ciudadanía garantiza educación?
    3. ¿Qué significa “EEES”?
    4. ¿Qué tipos de las universidades existen en España?
    5. ¿Cómo se pude distinguirlos?
    6. ¿Cómo son los centros Universitarios?
    7. ¿Qué ley regula todo lo relacionado con el régimen de enseñanza superior en España?

**10.3.Pone las frases en el orden correcto (según el texto).**

\_\_En España existen dos tipos de universidades: las públicas y las privadas.

\_\_La educación en España está actualmente regulada por la LOE.

\_\_España tiene una amplia gama de universidades ubicadas en todo su territorio.

\_\_Una buena educación es la mayor riqueza y el principal recurso de un país y de sus ciudadanos.

\_\_La mayoría de las universidades privadas están asociadas a la Iglesia Católica.

\_\_Las universidades públicas y las privadas se rigen por la Ley Orgánica de Reforma Universitaria.

\_\_Generalmente, los Centros Universitarios son instituciones privadas adscritas a universidades públicas.

**10.4.Rellena los huecos con las palabras adecuadas:**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ciudadanía | admisión | pleno | adscritas | conformar | ubicadas | matriculación |

1. La educación es el medio para construir su personalidad, desarrollar al máximo sus capacidades, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_su propia identidad persona.
2. Además, la educación es el medio más adecuado para garantizar el ejercicio de la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_democrática.
3. España tiene una amplia gama de universidades \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_en todo su territorio.
4. Título de un programa de posgrado de uno o dos años de duración, para cuya \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_es necesario tener previamente el título de Grado.
5. Los centros universitarios pueden mantener sus propios sistemas de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_y fijar sus propios costos de matrícula.
6. Los Centros Universitarios son instituciones privadas \_\_\_\_\_\_\_\_\_a universidades públicas.
7. Los títulos universitarios oficiales tienen carácter académico\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**10.5.Busca equivalentes ucranianos de los nombres de las siguientes organizaciones y escribe oraciones:**

Asociación Nacional de Empleados Públicos, Grupo de Países latinoamericanos y caribeños exportadores de azúcar, Junta de Gobierno del Tribunal Constitucional de España, Comisión para la defensa de los derechos humanos de Centroamérica, Cámara de los Comunes, Cámara de los Lores, Comité de Relaciones Exteriores de la Cámara de los Representantes del Congreso norteamericano.

**10.6. Elige la información principal del texto (por escrito).**

**Lección 11. ESTUDIAR Y TRABAJAR EN ESPAÑA**

**11.1. Lee y traduce el texto:**

Los estudiantes extranjeros en España pueden ser autorizados a realizar trabajos que sean compatibles con los estudios que realizan.

La autorización que se concede permitirá trabajar en una empresa y ámbito geográfico concreto, por un máximo de 20 horas semanales, y tendrá una duración igual a la del contrato de trabajo que posea el interesado, pero, en todo caso, su vigencia no podrá ser superior a la duración de la visa de estudiante.

Asimismo, el estudiante debe demostrar que la actividad laboral no interfiere con la realización de sus estudios y que el salario que obtenga es complementario a los fondos económicos con los que cuenta el estudiante. La idea es probar que el trabajo no es necesario para su manutención ni para el pago de la matrícula escolar.

Para tramitar el permiso de trabajo el interesado deberá presentar directamente en España ante las autoridades laborales pertinentes, el modelo oficial de solicitud y los siguientes documentos:

Referidos al estudiante extranjero:

• Copia del pasaporte vigente. En el caso de que esté vencido, deberá aportarse copia de la solicitud de renovación.

• Visa de estudiante vigente o las respectiva solicitud de renovación.

• Certificación expedida por la universidad o instituto educativo, acerca del período y horario lectivo de los estudios que se cursan.

Referidos a la empresa:

• El documento nacional de identidad o código de identificación fiscal y número de inscripción en la Seguridad Social, o documento acreditativo de hallarse exento.

• Contrato de trabajo en el que figuren los elementos esenciales y las condiciones básicas de la prestación laboral. Cuando el contrato sea a tiempo parcial, deberá expresar el número y distribución de horas al día, a la semana, al mes o al año, durante las que el trabajador va a prestar sus servicios.

• Informe justificativo de las actividades de la empresa y del puesto de trabajo de que se trate.

Se podrán solicitar otros documentos que se consideren necesarios para acreditar la capacidad o solvencia del empleador para hacer frente a las obligaciones derivadas del contrato.

Las solicitudes deberán dirigirse a las Delegaciones o Subdelegaciones del Gobierno (Área de Trabajo y Asuntos Sociales) o a las Oficinas de Extranjeros, donde existan. Las solicitudes se presentarán, en todo caso, antes del comienzo de la actividad de que se trate, sin que el ejercicio de la misma pueda iniciarse hasta haberse obtenido la autorización para trabajar.

La solicitud de renovación de la autorización deberá presentarse con una antelación de un mes a la fecha de su expiración.

Buscar trabajo como estudiante

Poseer un permiso de trabajo no es garantía de tener una ocupación laboral. El estudiante es responsable por la búsqueda de su trabajo. Las oportunidades dependen de su capacidad y perseverancia.

**Vocabulario:**

autorizado, part – уповноважений

compatible, adj – сумісний

vigencia, f – сила(законна), чинність

interferir, v – заважати, втручатися

complementario, adj – додатковий

manutención, f – технічне обслуговування

matrículaescolar – охоплення шкільною освітою

tramitar, v – просувати (справу)

solicitud de renovación – оновлення додатків

código, m – кодекс

inscripción, f – напис

hallarse, v – опинитися несподівано(десь)

exento, adj – вільний, маючий пільги

solicitar, v – робити запит,

solvencia, f – платоспроможність

renovación, f – оновлення

búsqueda, f – пошук

perseverancia, f – наполегливість

**11.2.Contesta a las preguntas:**

1. ¿Cuántas horas semanales podrá trabajar el estudiante en Espala?
2. ¿Qué debe demostrarel estudiante para obtener el permiso del trabajo?
3. ¿Qué documentos deberá presentar el interesadopara tramitar el permiso de trabajo?
4. ¿Dónde deberán dirigirse las solicitudes?
5. ¿Qué significa la palabra “vigente”?
6. ¿Puede usted nombrar los referidos a la empresa’
7. ¿Quién es responsable por la búsqueda de su trabajo?

**11.3. Busca el significado apropiado de las palabras:**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **vigencia** | **renovación** | **compatible** | **tramitar** | **código** | **interferir** | **solvencia** |

1. Restablecimiento o reanudación de una cosa que se había interrumpido.
2. Conjunto de normas y reglas sobre cualquier materia.
3. Hacer pasar un asunto por los trámites requeridos para solucionarlo.
4. Alterar o hacer que se retrase o detenga algo que está establecido o que se desarrolla o funciona de forma habitual o normal.
5. Que puede funcionar junto con otro por estar diseñado para adaptarse a él.
6. Estado de lo que tiene validez o está en uso en un tiempo determinado.
7. El concepto se utiliza para nombrar a la capacidad de satisfacer deudas y a la carencia de éstas.

**11.4. Traduce al español:**

1. Можливості залежать від його здатності і наполегливості.2. Вони можуть запросити інші документи, які буде визнано за необхідними , щоб довести здатність або платоспроможність роботодавця виконувати зобов'язання за договором. 3. Іноземним студентам в Іспанії може бути дозволено виконувати роботи, які узгоджуються з навчанням, яке вони проходять. 4. Коли договір являється укладеним на неповний робочий день, має бути зазначено кількість і розподіл годин на день, тиждень, місяць або рік, протягом якого працівник надаватиме послуги. 5. Ідея полягає в тому, щоб довести, що робота не є необхідною мірою, для підтримання або для оплати за навчання. 6. Заява про продовження терміну дії дозволу повинна бути представлена заздалегідь за місяць до дати закінчення терміну дії. 7. Дозвіл дає можливість працювати в конкретній компанії і географічній області протягом максимум 20 годин на тиждень.

**11.5. Pone los verbos entre paréntesis en el tiempo necesario y traduce el texto al ucraniano:**

Los grupos parlamentarios de las Cortes Valencianas (constituir) hoy la comisión especial para el estudio de una posible reforma del Estatuto de Autonomía y la consolidación del autogobierno. Esta comisión (ser) fruto de una propuesta de resolución surgida del último debate de política general, celebrado en el mes de septiembre, y que (ser) apoyada unánimemente por todos los grupos.

Las principales cuestiones que (barajarse) y sobre las que (deberse) buscar un acuerdo (ser) la posibilidad de disolución de las Cortes por parte del presidente de la Generalidad o la rebaja del porcentaje de votos necesario para obtener representación en las Cortes, actualmente en el 5 por ciento, aunque parece que no (haber) acuerdo entre los grupos en ninguna de estas dos cuestiones principales

**11.6. Elige la información principal del texto (por escrito).**

**Lección 12. VISA DE ESTUDIANTES EN ESPAÑA**

**12.1. Lee y traduce el texto:**

Toda persona que desee cursar estudios en España debe solicitar una visa de estudiante, a excepción de los ciudadanos y residentes de países miembros de la Unión Europea.

Si los estudios son de menos de 3 meses se expedirá una visa de visitante de corta duración, también conocida como Visa Schengen, siempre que la nacionalidad del visitante exija una visa de entrada a España.

El solicitante está obligado a completar los estudios en el período para el que ha sido autorizado a permanecer en España, pues la visa de visitante para estudios de corta duración no es prorrogable.

Si los estudios tienen una duración mayor de tres meses, es preciso tramitar una visa específica de estudios.

El trámite de solicitud de visa de estudiante debe realizarse directamente por el interesado ante el Consulado de España.

El Ministerio de Asuntos Exteriores de España, en Madrid, examina los expedientes de solicitud, por lo que las gestiones pueden tardar más de un mes desde el momento en que el interesado presenta toda la documentación.

En todos los casos el interesado debe presentarse personalmente en el Consulado para presentar todos los documentos requeridos.

Requisitos para la solicitud de la visa de estudiante en España:

• Formulario de solicitud de visa debidamente llenado y firmado por el interesado. La puede ser suministrada por la Sección Consular de la Embajada de España o puede descargarse en el sitio oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España.

• Dos fotografías en color recientes, tamaño pasaporte, con fondo blanco.

• Pasaporte vigente o título de viaje reconocido como válido en España, con una vigencia mínima del periodo para el que se solicita la estancia.

• Certificado de estudios, notas o documentación que acredite el estado de estudiante o de investigador (para casos de tesis doctorales o postdoctorales).

• Carta de admisión en un centro docente o científico español, público o privado, oficialmente reconocidos.

• Plan de estudios, formación o investigación.

• Seguro médico que cubra todo el tiempo de la estancia del solicitante en España. La cobertura mínima del seguro debe ser de 30 mil euros. Se recomienda hacer el seguro médico para un periodo superior al previsto, para mayor seguridad.

• Constancia médica de la buena salud del solicitante, mediante presentación de informe o certificado médico.

• Constancia de antecedentes penales o certificado policial.

• Constancia de fondos económicos para sufragar los gastos de manutención en España y los gastos relacionados con el regreso al país de origen (y de sus familiares que acompañen al interesado).

• Constancia de alojamiento en España.

• Los estudiantes menores de edad deberán presentar la autorización notarial de sus padres o tutores para realizar los estudios en España.

• Si se considera necesario, las autoridades españolas podrán realizar una entrevista personal. En caso de ser requerida, el solicitante debe presentarse ante el Consulado en un plazo no superior a 15 días hábiles desde fecha de la notificación.

Los familiares del estudiante o investigador extranjero pueden acompañarlo en su viaje. Se entiende por familiares al cónyuge o pareja de derecho común, los hijos menores de 18 años, los hijos dependientes o que tengan una discapacidad física.

Los familiares deberán cumplir ciertos requisitos que se listan a continuación:

• Constancia del vínculo familiar con el estudiante.

• Pruebas de solvencia financiera.

• Autorización notarial del progenitor que no viaje a España para el desplazamiento de los hijos menores con el padre o madre solicitante de la visa de estudiante.

**Vocabulario:**

solicitante, m – заявник

obligado, adj – зобов’язаний

permanecer, v – залишатися(я якомусь місці), продовжувати(щочь робити)

prorrogable, adj – пролонгований, продовжуваний

solicitud, f – заявка, подання

sersuministrada – бути поданим

tramitar, v – проводити, оформлювати

trámite, m – оформлення,розгляд (справи)

gestión, f – управління, адміністрація, завідування

docente, adj – учбовий, освітній

seguromédico – медичне страхування

entrevistapersonal – особисте інтерв'ю

sufragar, v – брати на себе

cónyuge, m – чоловік\дружина (один із подружжя)

discapacidad física – інвалідність

vínculo, m – посилання

solvencia financiera – стабільний фінансовий стан

progenitor, m – предок, прабатько

desplazamiento, m – зміщення

**12.2. Contesta a las preguntas:**

1. ¿Cuándo es preciso tramitar una visa específica de estudios?
2. ¿Quién debe realizar el trámite de solicitud de visa de estudiante?
3. ¿Qué organización examina los expedientes de solicitud?
4. ¿ Puede usted nombrar los requisitos para la solicitud de la visa de estudiante en España?
5. ¿Quién puede acompañar al estudiante o investigador extranjero en su viaje?
6. ¿Qué requisitos deberán cumplir los familiares?
7. ¿ Piensa usted que las reglas del Ministerio de Asuntos Exteriores son muy graves? ¿Por qué(no)?

**12.3. Busca equivalentes ucranianos y escribe oraciones con las palabras y expresiones:**

solicitar una visa, completar los estudios, Ministerio de Asuntos Exteriores de España, certificado de estudios, duración mayor, seguro médico, autorización notarial de los padres, presentarse ante el consulado, vínculo familiar, cumplir ciertos requisitos, derecho común, llenado y firmado por el interesado, Sección Consular de la Embajada de España, discapacidad física, sufragar los gastos, el regreso al país de origen.

**12.4. Hace las preguntas a las palabras subrayadas:**

1. Toda persona que desee cursar estudios en España debe solicitar una visa de estudiante.
2. Si los estudios son de menos de 3 meses se expedirá una visa de visitante de corta duración, también conocida como Visa Schengen.
3. En todos los casos el interesado debe presentarse personalmente en el Consulado para presentar todos los documentos requeridos.
4. Los estudiantes menores de edad deberán presentar la autorización notarial de sus padres o tutores para realizar los estudios en España.
5. Los familiares del estudiante o investigador extranjero pueden acompañarlo en su viaje.
6. Si se considera necesario, las autoridades españolas podrán realizar una entrevista personal.
7. Se entiende por familiares al cónyuge o pareja de derecho común, los hijos menores de 18 años, los hijos dependientes o que tengan una discapacidad física.

**12.5. Termina las frases usando el léxico del texto:**

1. Es posible que hoy ...
2. Era extraño qur ...
3. Nos alegramos mucho de que ...
4. Intentamos hacerlo sin que ...
5. Yo dudaba que ...
6. Diga lo que diga, nosotros ...
7. Sea lo que sea, mañana ...

**12.6. Elige la información principal del texto (por escrito).**

**Lección 13. INGRESAR EN UNA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA**

**13.1. Lee y traduce el texto:**

En España, pueden realizar estudios universitarios los estudiantes españoles o comunitarios que completan con éxito el ciclo de formación de Bachillerato.

También pueden ingresar en universidades españolas, públicas o privadas: los extranjeros que hayan terminando la enseñanza secundaria en un país no perteneciente a la Unión Europea; los extranjeros que hayan iniciado estudios universitarios en otro país (perteneciente o no a la UE) y que desean continuarlos en España; los extranjeros que hayan finalizado sus estudios de grado en otro país (perteneciente o no a la UE) y que deseen acceder al sistema universitario español para realizar cursos de postgrado, como certificados, maestrías o doctorados.

El primer paso para ingresar en la universidad es homologar los estudios de Bachillerato al sistema español. Se trata de una gestión relativamente simple que se realiza ante el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.

Si el estudiante extranjero ya tiene un título universitario obtenido en su país de origen o en otro país y pretende cursar estudios de postgrado (Maestría o Doctorado) en España, el proceso es más sencillo. No se necesita validar u homologar el título que posee. Debe tramitarse la “Comprobación de Nivel de Formación Equivalente”, procedimiento que permite acreditar ante la universidad que se posee la titulación equivalente a la exigida a los alumnos españoles. Este trámite se realiza directamente en la universidad en la que se desea ingresar.

La “Comprobación de Nivel de Formación Equivalente” no implica en ningúncaso la homologación del título ni su reconocimiento a otros efectos que no sean los de cursar las enseñanzas oficiales de Maestría o Doctorado en una universidad española.

La homologación de un título extranjero es el reconocimiento oficial delmismo como equivalente a un título oficial universitario español. El procedimiento otorga al título extranjero los mismos efectos, tanto académicos comoprofesionales, del título o grado académico español. Este trámite se realiza ante el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.

Una vez homologados los estudios, si es el caso, o validados mediante la “Comprobación de Nivel de Formación Equivalente”, se debe proceder a solicitar una vacante en la estructura académica superior, a través de los sistemas oficiales de preinscripción.

**Recomendaciones para ingresar en una universidad española**

• Consultar el directorio de Universidades e identificar cuidadosamente las instituciones y programas de estudio que respondan a los objetivos del estudiante. Deben analizarse las preferencias geográficas, los costos de la matrícula y las características de cada universidad (tamaño, ubicación, servicios para extranjeros). Conviene considerar más de un programa o institución, en caso de que se dificulte la admisión en la primera opción elegida.

• Redactar una buena carta de exposición de motivos y presentar buenas referencias académicas, sin duda, ayudará al éxito de la admisión. Para obtener detalles sobre la solicitud, conviene visitar el sitio web oficial de cada institución. La mayoría cuenta con servicios de admisión en línea.

• Comenzar los preparativos con suficiente antelación; al menos ocho meses antes del inicio del programa de estudios. Aunque los plazos para la admisión pueden variar notablemente de una universidad a la otra, generalmente, el año académico español comienza en septiembre. Los calendarios de los programas de estudio y de las respectivas inscripciones, así como los contactos, están disponibles en detalle en las páginas web de cada una de las universidades.

• Tener al día los documentos académicos y personales necesarios para estudiar en el exterior.



**Vocabulario:**

comunitarioadj – спільнота

ingresarv – вступити(до учбового закладу)

accederv – увійти

homologarv – санкціонувати

relativamenteadv – щодо

sencilloadj – легкий

procedimientom – процес, процедура

trámitem – формальність, міра, процедура

validadoadj – цінний

preinscripciónf – попередня реєстрація

cuidadosamenteadv – ретельно

objetivom – ціль

enlínea – он лайн

preparativosm – приготування, підготовка

antelaciónf – просування

los plazosm – терміни

**13.2. Contesta a las preguntas**

1. ¿Quién puede ingresar en la universidad en España?
2. ¿Qué es necesario a hacer para el ingreso?
3. ¿Qué significa el término “homologación de un título extranjero”?
4. ¿Qué organisazión la realiza?
5. ¿Cómo son las recomendaciones para ingresar en una universidad española?
6. ¿Quiére Vd. Inresar a una de las universidades españolas?
7. ¿Por qué es complicado para los ukranianos?

**13.3. Continua la frase:**

1. La homologación de un título extranjero es ...

2. El primer paso para ingresar en la universidad es ...

3. Si el estudiante extranjero ya tiene un título universitario ...

4. Deben analizarse las preferencias geográficas, ...

5. Tener al día los documentos académicos y personales ...

6. Para obtener detalles sobre la solicitud ...

7. Se trata de una gestión relativamente simple que ...

**13.4. Lee, traduce al ucraniano y escribe oraciones con las palabras subrayadas:**

El primer paso es realizar la en aquella titulación que se quiera cursar. El acceso está regulado por las notas de corte. Dependiendo del número de plazas que oferte uan universidad y del número de solicitudes se establece una nota de acceso. Visita la [sección notas de corte](http://pre.universia.es/acceso-universidad/tramites/notas-corte/notas-corte.html) para informarte de la nota de ingreso que requiere la titulación que quieres estudiar.

Una vez admitido en una titulación el siguiente paso es el de la [formalización de matrícula](http://pre.universia.es/acceso-universidad/tramites/formalizacion-matricula/formalizacion-matricula.html). Consulta la documentación que se requiere, los plazos que fija la universidad, las diferentes modalidades a través de las que se puede realizar este proceso...

Y ahora que ya has superado todos los procesos administrativos el paso siguiente es familiarizarse con los servicios universitarios. Para que el [primer año](http://pre.universia.es/acceso-universidad/primer-anyo-universidad/primer-ano-universidad.html) no sea una experiencia negativa te proponemos algunas claves como [ventajas, descuentos](http://pre.universia.es/acceso-universidad/primer-anyo-universidad/ventajas-descuentos/soy-universitario-ventajas-descuentos.html) e información sobre [cultura y ocio](http://pre.universia.es/acceso-universidad/primer-anyo-universidad/ocio-universidad/ofertas-ocio-cultura-participacion-universidades.html) en la universidad.

**13.5. Pone los verbos entre paréntesis en el tiempo necesario y traduce el artículo al ucraniano:**

De acuerdo a lo dispuesto en la [Ley Orgánica 2/2006 de Educación](http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-2006-7899), los estudiantes procedentes de alguno de los sistemas educativos con los que España (haber) firmado un convenio de reciprocidad en este ámbito y que (cumplir) en sus países con los requisitos de acceso a la universidad, (poder) acceder a la universidad española en las mismas condiciones que aquellos que (haber) superado las pruebas de acceso, y (estar) exentos de realizar la PAU.

Según (exponer) la [Orden EDU/1161/2010, de 4 de mayo](http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-2010-7253), por la que (establecerse) el procedimiento para el acceso a la universidad española por parte de los estudiantes procedentes de sistemas educativos con los que (suscribitse)acuerdos de reciprocidad, estos candidatos (haber) de completar una serie de trámites con objeto de asegurar su admisión en una institución de educación superior española que (concluir) con la obtención de una credencial con validez de dos años que les (habilitar) para conseguir una plaza en un centro.

Aunque estos estudiantes (poder) acceder a las universidades sin tener que realizar la prueba de acceso, (poder) optar por intentar ingresar en un centro mediante otro de los sistemas reconocidos para este fin en nuestro país. No obstante, (haber) de saber que solamente (poder) optar por una única modalidad en cada curso académico en que (solicitarse) el acceso.

**13.6. Elige la información principal de cada párrafo.**

**Lección 14. BECAS PARA ESTUDIAR EN ESPAÑA**

**14.1. Lee y traduce el texto:**

**BECAS PARA ESTUDIAR EN ESPAÑA**

El gobierno español financia becas y ayudas financieras a través de distintas organizaciones oficiales. La mayoría de estas ayudas pretenden aumentar el intercambio cultural y educativo en la nación española, por lo tanto, se fomenta que los españoles puedan estudiar en el extranjero y que los extranjeros puedan estudiar en España.

Asimismo, las Comunidades Autónomas cuentan con programas anuales de ayudas financieras, la mayoría de los cuales están dirigidos a ciudadanos españoles (aunque hay excepciones) que aplican perfectamente para latinoamericanos con nacionalidad española o pasaporte de la Unión Europea.

Algunas de esas instituciones son:

• Fundación Carolina

Web: www.fundacioncarolina.es

La Fundación Carolina es una institución con sede en Madrid, en la Agencia Española de Cooperación Internacional, para la promoción de las relaciones culturales y la cooperación en el ámbito educativo y científico entre España y el resto del mundo, especialmente los países de la Comunidad Iberoamericana de Naciones. Fue creada por iniciativa del Gobierno Español, a finales del año 2000.

Ofrece programas de becas de postgrado, doctorado y postdoctorado. El objetivos es facilitar y promover la ampliación de estudios de licenciados universitarios, así como la especialización y actualización de conocimientos de postgraduados, profesores, investigadores, artistas y profesionales procedentes de los países de América Latina miembros de la Comunidad Iberoamericana de Naciones y Portugal.

• Programa Erasmus

Web: ec.europa.eu/education

Erasmus es el programa de intercambio educativo más popular de Europa. Funciona desde 1987 y desde entonces ha permitido que más de 2 millones de estudiantes de toda la Unión Europea enriquezcan sus experiencias de aprendizaje en otros países.

Está dirigido a ciudadanos europeos. Válido para latinoamericanos que posean la nacionalidad española.

Los estudiantes Erasmus están exentos del pago de matrícula universitaria e inscripción, y cuentan con acceso gratuito a los servicios de laboratorio y a la biblioteca de la institución anfitriona.

Pueden participar los estudiantes matriculados en una institución de enseñanza superior titular de una “Carta Universitaria Erasmus”, la cual es otorgada por la Comisión Europea y establece los principios fundamentales y los requisitos mínimos que la institución de educación superior debe cumplir al ejecutar sus actividades Erasmus.

• European Funding Guide (Guía Europea de la Financiación)

Web: european-funding-guide.eu

La Guía Europea de la Financiación es un proyecto sin fines de lucro, co-financiado por la Comisión Europea, a partir de una idea del grupo alemán “Iniciativa de Apoyo al Estudio Transparente” (Initiative for Transparent Study Support), cuyo objetivo es encontrar oportunidades de financiación adecuadas y becas para los estudiantes europeos. Para ello, se apoyan en una plataforma tecnológica que reúne información sobre unos 12 mil programas de becas y otras formas de ayuda financiera, cuya inversión se estima en más de 27 billones de euros. La base de datos se ofrece gratuitamente a los estudiantes de 16 países de la Unión Europea, incluyendo a España, quienes pueden crear un perfil, buscar información relevante y acceder a los datos sobre becas, préstamos y ayudas financieras para realizar estudios de pregrado y postgrado (maestrías y doctorados).

**Vocabulario:**

a través de – через

beca, f – стипендія

institución,f – установа

sede – резиденція, штаб-квартира

postgrado, m – аспірантура

facilitar, v – полегшувати, спрощувати

profesionales procedentes – фахівці з

aprendizaje, m – навчання

anfitriona, f – господиня

otorgado, adj – наданий, поданий, предявлений

principiosfundamentales – основні принципи

ejecutar,v – виконувати, приводити до виконання

lucro, m – дохід, прибуток

co-financiado, adj – співфінансований

apoyo, m – підтримка

apoyarse, v – підтримуватися

inversión, f – вкладення (коштів)

perfil, m – профіль

acceder. v – увійти

pregrado, m – незакінчена вища освіта

**14.2. Contesta a las preguntas**

1. ¿Quién financia becas en España?
2. ¿Qué instituciones ofrecen becas para los estudiantes extranjeros?
3. ¿Para qué funciona la Agencia Española de Cooperación Internacional?
4. ¿Qué objetivos tienen programas de becas de postgrado, doctorado y postdoctorado?
5. ¿Qué es Erasmus? Explica el término.
6. ¿Qué es la Guía Europea de la Financiación?
7. ¿Cuántas ventajas de las becas extranjeras puedes nombrar?

**14.3. Rellena los huecos con las palabras adecuadas del vocabulario.**

1. La Fundación Carolina es una .................. con sede en Madrid, en la Agencia Española de Cooperación Internacional.
2. Ofrece programas de becas de ..............., doctorado y postdoctorado.
3. El objetivos es ................ y promover la ampliación de estudios de licenciados universitarios.
4. Más de 2 millones de estudiantes de toda la Unión Europea enriquezcan sus experiencias de .................. en otros países.
5. La Guía Europea de la Financiación es un proyecto sin fines de ............., co-financiado por la Comisión Europea.
6. .......................... en una plataforma tecnológica que reúne información sobre unos 12 mil programas de becas y otras formas de ayuda financiera, cuya inversión se estima en más de 27 billones de euros.
7. La base de datos se ofrece gratuitamente a los estudiantes de 16 países de la Unión Europea, incluyendo a España, quienes pueden crear un perfil, buscar información relevante y ............... a los datos sobre becas, préstamos y ayudas financieras para realizar estudios de ............. y postgrado (maestrías y doctorados).

**14.4. Busca equivalentes ucranianos y escribe oraciones con las palabras y expresiones:**

|  |  |
| --- | --- |
| мова  вітальне слово  серцева обстановка  тепла обстановка  політичний клімат  громадськість  масові організації привітність гостинність сердечність теплота | opinión pública  cordialidad  hospitalidad  palabras de saludo  ambiente de cordialidad  discurso  calor  organizaciones de masas  ambiente cálido  clima político  júbilo |

**14.5. Lee el siguiente artículo de prensa y complétalo con los verbos conjugados en presente:**

|  |
| --- |
| ser, vivir, estar, tener, llamarse, trabajar, hablar |

El bufete internacional Iuris tiene desde hoy una nueva socia; \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Julia Jiménez Rubio y \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 37 años; \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de abogada en este bufete desde 1996. 100 La Sra. Jiménez \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ colombiana y además de su extensa experiencia laboral, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ inglés, francés y un poco de alemán. La renombrada abogada \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ actualmente en la C/ Doctor Esquerdo, que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en Madrid.

**14.6.Elige la información principal de cada párrafo.**

**Lección 15. DERECHOS DE LOS EXTRANJEROS EN ESPAÑA**

**15.1. Lee y traduce el texto:**

En España los extranjeros tienen una serie de derechos reconocidos a todos los efectos, ya sean regulares o irregulares, y es muy importante que los conozcan para saber qué pueden exigir en cualquier caso.

Si eres extranjero es importante que conozcas el reconocimiento de los derechos de los extranjeros en España. Tanto la Constitución Española, la ley de extranjería española (Ley Orgánica 4/2000) y los tratados internacionales, desarrollan estos derechos. Es más, llegan incluso a desarrollarse algunos de ellos a través del propio Ayuntamiento de cualquier ciudad o pueblo español ya que se les reserva un importante papel, que es acreditar el domicilio del extranjero mediante el censo.

El artículo 13 de la Constitución Española dice que los extranjeros gozan de los derechos y libertades concedidos en las leyes y en virtud de los tratados internacionales.

Si entramos a estudiar la problemática en el reconocimiento de los derechos de los extranjeros, tenemos que diferenciar entre dos situaciones:

1. – La situación del extranjero que está legalmente en España.

2. – La situación del extranjero que está en situación de anormalidad o ilegalidad.

Podríamos decir que los extranjeros con residencia en España tienen casi los mismos derechos fundamentales que los españoles, mientras que a los extranjeros que se encuentren en situación irregular, se les van a reconocer los derechos que expresamente establezca la ley de extranjería, los tratados y aquellos otros que pudieran favorecerlos.

A continuación podrás encontrar algunos de los derechos de los extranjeros, tanto regulares, como irregulares.

**Asistencia jurídica gratuita/justicia gratuita**

En el caso de los irregulares, estos profesionales deberán ir al centro de internamiento a pedir el reconocimiento de la designación que se ha realizado. Si no es así, la persona que mantuviera escondida al ilegal, deberá decirle qué letrado y procurador le asistirán en concreto.

Si se trata de un extranjero residente, no tiene problemas si cumple con los requisitos que se le exigen a los españoles para la asistencia jurídica. Se le hará designación por el colegio de abogados de la zona.

**Asistencia sanitaria**.

Los extranjeros residentes en España tienen derecho a asistencia sanitaria completa, igual que los españoles. Si no tienen empleo pero si residencia, tienen que acercarse a la oficina de desempleo y solicitar demanda de empleo y así obtienen asistencia sanitaria.

El problema son los extranjeros en situación de ilegalidad. La ley dice que tienen derecho a la asistencia sanitaria universal, que significa asistencia en casos de urgencia y asistencia médica a los menores de edad de ellos dependientes, como por ejemplo, sus hijos. En estos casos, los médicos por norma general no podrán pasar datos a la policía, pero podrán hacerlo si, por ejemplo, hay sospecha de criminalidad.

**Educación.**

Los residentes en España tienen el mismo derecho a educación que cualquier español. Y a la vez, tienen derecho a la obtención del titulo que estén estudiando.

Sin embargo, los extranjeros que están en situación de anormalidad, solo tienen derecho a la educación obligatoria.

**Libertad de circulación.**

Los extranjeros en situación legal tienen derecho a libertad circulación por todo el territorio comunitario, los que sean irregulares tienen el derecho de libertad de circulación limitada.

**Derecho a la documentación**

Los extranjeros que se encuentren en territorio español tienen el derecho y el deber de conservar la documentación que acredite su identidad, expedida por las autoridades competentes del país de origen o de procedencia, así como la que acredite su situación en España.

El N.I.E., ó Numero de Identificación de Extranjero, se solicita en las comisarías de policía. Esto es un registro, es decir, un número sólo y exclusivamente. No tiene carácter identificativo, ni sirve para acreditar el domicilio real, es sólo a efectos estadísticos.

Además hay que tener en cuenta que te durará todo el tiempo que mantengas la situación de extranjero y que es el elemento necesario para cualquier trámite.

**Vocabulario:**

reconocidoadj – загальноприйнятий

exigirv – вимагати, потребувати

internacional adj – міжнародний

mediante adv – через

elcensom – перепис

concedidoadj – виданий, представлений

envirtudde – в силу чого, внаслідок чогось

expresamenteadv – прямо, виразно

designaciónf – позначення

letradom – освічений, вчений, адвокат(юр.)

circulación limitada – обмежений тираж

expedido adj – випущений

comisarías de policía – відділ поліції

solicitar v – вимагати, прохати,

**15.2.Contesta a las preguntas**

1. ¿Qué ley regula los derechos de los extranjeros en España?
2. ¿Qué dice el articulo 13 de la Constitución Española?
3. ¿Qué derechos tienen los extranjeros con residencia en España?
4. ¿Qué tenemos que diferenciarsi entramos a estudiar la problemática en el reconocimiento de los derechos de los extranjeros?
5. ¿Qué dice la ley sobre los extranjeros en situación de ilegalidad en cuanto a la asistencia sanitaria?
6. ¿Qué diferencia hay entre los residentes y los extranjeros que están en situación de anormalidad?
7. ¿Qué puede decir sobre derecho a la documentación?

**15.3.Comprueba que lo has entendido. Elige Falso o Verdadero.**

1. Si eres extranjero no es importante que conozcas el reconocimiento de los derechos de los extranjeros en España.
2. El articulo 13 de la Constitución Española dice que los españoles gozan de los derechos y libertades concedidos en las leyes y en virtud de los tratados internacionales.
3. Los extranjeros con residencia en España tienen casi los mismos derechos fundamentales que los españoles.
4. Numero de Identificación de Extranjero, se solicita en las embajadas.
5. La ley dice que los extranjeros tienen derecho a la asistencia sanitaria universal.
6. Los extranjeros que están en situación de normalidad, solo tienen derecho a la educación obligatoria.
7. Los extranjeros en situación legal tienen derecho a libertad circulación por todo el territorio comunitario.

**15.4. A ver si te acuerdas...**

1. Si entramos a estudiar la problemática en el reconocimiento de los derechos de los extranjeros, tenemos que diferenciar entre ....... situaciones

a. dos b.cuatro c. una d.cinco

1. El articulo 13 de la Constitución Española dice que los extranjeros gozan de los derechos y ............concedidos en las leyes y en virtud de los tratados internacionales.

a. obligaciones b. libertades c. derechos d. problemas

1. Extranjeros en situación de ilegalidad tienen derecho a la asistencia sanitaria ...........

a. electiva b. parcial c. universal d. exclusiva

1. Los extranjeros que se encuentren en territorio español tienen el derecho y el deber de ..............la documentación que acredite su identidad.

a. tener b. traer c. preparar d. conservar

1. Los ................en España tienen el mismo derecho a educación que cualquier español.

a. residentes b. extranjeros c. illegales d. Turistas

1. El N.I.E. no tiene carácter identificativo, ni sirve para acreditar el domicilio real, es sólo a efectos.................

a. informativos b.estadísticos c. criminales d. Educativos

1. Podríamos decir que los extranjeros con residencia en España tienen casi los mismos derechos ..........................que los españoles.

a. naturales b. ciertos c. civiles d.Fundamentales

**15.5. Relaciona las palabras con sus definiciones**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. internacional | un documento extendido o puesto por escrito, generalmente de carácter oficial o legal, para darle curso o hacerlo público. |
| 1. circulación | persona legalmente autorizada para asesorar y defender los derechos e intereses de otra persona en materia jurídica y representarla en un pleito. |
| 1. letrado | que se reconoce como lo que se expresa. |
| 1. libertad | que pone en relación dos o más naciones o estados, o que se establece o se realiza entre ellos. |
| 1. reconocido | nombre o denominación que se aplica a una cosa |
| 1. designasión | movimiento de los productos, monedas, signos de crédito y, en general, de la riqueza. |
| 1. expedido | facultad y derecho de las personas para elegir de manera responsable su propia forma de actuar dentro de una sociedad. |

**15.6. Elige la información principal de cada párrafo.**

**TERCERA PARTE: MERCADOTECNIA**

**Lección 1. LA FUNCIÓN DEL MERCADEO. TÉRMINOS BÁSICOS**



El mercadeo es una acción que se desarrolla en un medio social, entre personas o entidades con un fin económico y administrativo, donde ambas partes, mediante un intercambio de intereses, obtienen lo que quieren.

Según Philip Kotler, el mercadeo consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios.

*¿Qué es la mercadotecnia?*

Técnica de mercado determinada por las distintas estrategias y tácticas utilizadas para lograr el éxito en el mercado en el que intercambiamos con nuestras mercancías o servicios. En otras palabras, utilizando un lenguaje más llano y sintetizando lo antes dicho, Mercadotecnia es simplemente, técnica de mercado.

¿*Qué es marketing?*

Es uno de los términos más usados, es un término internacional que se usa para definir o nombrar lo que son las herramientas del mercado o mercadotecnia.

¿*Qué es mercado?*

El Mercado es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial, para esto, se requiere un bien o servicio que comercializar, un pago hecho en dinero y el interés para realizar la transacción. Popularmente, la [palabra](http://conceptodefinicion.de/palabra/) mercado sirve para hacer [referencia](http://conceptodefinicion.de/referencia/) a aquel sitio en el que se venden [productos](http://www.economia48.com/spa/d/producto/producto.htm#_blank), donde la persona va a hacer sus compras y este ofrece productos.

*Procesos básicos del mercadeo*

El mercadeo comprende varios [procesos](http://www.monografias.com/trabajos14/administ-procesos/administ-procesos.shtml" \l "PROCE) básicos:

a) Poner en contacto a vendedores y compradores.

b) Oferta de mercancías donde escoger en medida suficiente para atraer [interés](http://www.monografias.com/trabajos7/tain/tain.shtml) y satisfacer las necesidades de los consumidores.

c) Persuadir a los compradores para que adquieran favorables [actitudes](http://www.monografias.com/trabajos5/psicoso/psicoso.shtml#acti) hacia determinados productos.

d) Mantenimiento de un nivel de [precios](http://www.monografias.com/trabajos16/fijacion-precios/fijacion-precios.shtml" \l "ANTECED) aceptables.

e) Distribución [física](http://www.monografias.com/Fisica/index.shtml) de los productos, desde los centros de fabricación a los puntos de compra o con la utilización de [almacenes](http://www.monografias.com/trabajos12/alma/alma.shtml) adicionales convenientemente localizados.

f) Conseguir un nivel adecuado de ventas.

g) Facilitar servicios adecuados, como [créditos](http://www.monografias.com/trabajos15/financiamiento/financiamiento.shtml), asesoramiento técnico, recambios, etc.

*La**[función](http://www.monografias.com/trabajos7/mafu/mafu.shtml) del mercadeo*

Es la identificación de los clientes, meta y la satisfacción de sus necesidades y deseos de una manera competitiva y rentable para la empresa u [organización](http://www.monografias.com/trabajos6/napro/napro.shtml); todo ello, mediante el [análisis](http://www.monografias.com/trabajos11/metods/metods.shtml" \l "ANALIT) del [mercado](http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml), la [planificación](http://www.monografias.com/trabajos34/planificacion/planificacion.shtml) de las diferentes actividades de [mercadotecnia](http://www.monografias.com/trabajos15/mercadotecnia/mercadotecnia.shtml), la ejecución de las actividades planificadas y el [control](http://www.monografias.com/trabajos14/control/control.shtml) del avance y de los logros obtenidos".

**VOCABULARIO**

acción, f – дія, діяльність

avance, m – прогрес

adquirir, v – придбати, купити

adicional, adj – додатковий

actitud, f, – hacia uno, algo – ставлення, підхід до когось, чогось

asesoramiento, m – консультація (допомога, порада)

a través de – через посередництво,

за допомогою когось, чогось

ambos, adj – обидва, той та інший

comercializar, v – реалізувати; збути; продати

consumidor, m – споживач

conveniente, adj – відповідний

conseguir, v – досягти; добувати; одержувати (насилу)

desarrollar(se), v – розвивати(ся)

determinado, adj – певний

definir, v – визначити

distribución, f – продаж; збут

herramienta, f – інструмент

entidad, adj – організація, установа

escoger, v – вибирати

ejecución, f – виконання; здійснення

fabricación, f – виробництво; виготовлення

facilitar, v – полегшувати, спрощувати

fin, m – мета

intercambio, m – (взаємний) обмін

intercambiar, v – algo con uno, entre sí –обмінюватися ніж з ким, між собою

lenguaje, m – мова

mercadeo, m – маркетинг

mercancía, f – товар

meta, f – мета; завдання

mantenimiento, m – збереження, підтримання

medida, f – ступінь

medio, m – середовище; оточення

nombrar, v – називати; іменувати

logro, m – досягнення

oferta, f – пропозиція

llano, adj – простий

pago, m – оплата

persuadir, v – a uno a + inf – переконати когось + інф; у чому

planificación, f – планування

obtener, v – отримувати

consistir, v – en algo – складатися;

полягати в чому

requerir, v – вимагати

recambio, m – зміна, заміна

referencia, f – a algo посилання на що

transacción, f – торгова угода; транзакція

utilizar, v – використовувати

venta, f – продаж; збут

**1.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es el mercadeo?

2. ¿Qué es marketing?

3. ¿Qué es mercado?

4. ¿Cuàles son los procesos básicos del mercadeo?

5. ¿Què tipos de mercadeo sabes?

6. ¿Cuàl es la funciòn del mercadeo?

**1.3 Traduce al español:**

1. Можливо, у нас буде для вас пропозиція.

2. Продаж твоїх товарів у наших магазинах знизилися наполовину.

3. Ми збираємося розвивати і покращувати суспільство, в якому ми живемо.

4. Це важливе досягнення вимагає наших зусиль.

5. Я добре розумію проблему і згоден на обмін послугами.

6. Виробництво в економічному розумінні — процес створення будь–якого продукту, необхідного для існування і розвитку людського суспільства.

7. Споживачі – це громадяни, які мають намір придбати чи замовити товар, послугу для сімейних, особистих та інших власних потреб.

8. Маркетинг – сукупність всіх видів підприємницької діяльності, що забезпечує просування товарів і послуг від виробників до споживачів.

9. Сторони, які беруть участь у торговій угоді, є особливою категорією підприємців – комерсантами.

10. Оплата товару здійснюється за допомогою кредитних банківських карток.

**1.4 Rellena los huecos con los verbos del recuadro y no te olvides de ponerlos en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo o Presente de Subjuntivo.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| escoger | utilizar | nombrar | facilitar | requerir |
| adquirir | desarrollarse | definir | intercambiarse | poder |

1. Esperamos que esta relación \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ aún más en los próximos años.
2. Sólo las personas jurídicas con autorización especial del Ministerio del Interior \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ comercializar y fabricar explosivos.
3. Debo aceptar la vida que tú \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
4. Por lo tanto, es importante considerar y elaborar un mecanismo que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la recogida y destrucción de esas armas.
5. Mi padre siempre dice que nuestro pasado \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ quienes somos.
6. Todos los días nosotros \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ muchas cosas inventadas por Edison.
7. La cuestión de las ventas por debajo del precio de costo (собівартість) tal vez \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una disposición especial en el caso de los productos agrícolas.
8. Después del nacimiento de un hijo los esposos \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una nueva condición jurídica: la de padres.
9. Si me \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ jefe de ventas una vez más, te juro que...
10. Los datos \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ oralmente, por escrito o electrónicamente.

**1.5 Rellena los huecos con los sustantivos adecuados del recuadro.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| transacción | ejecución | venta | acción | entidad |
| mantenimiento | avance | mercancía | meta | herramienta |

1. Después recojo la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en la tienda y me voy al puente.
2. Porque cuando haces una buena \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ... se crea un efecto dominó.
3. Para que una \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ comercial tenga éxito hay que tener en cuenta todos esos aspectos.
4. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ más importante que debemos tener es el egoísmo.
5. Por otra parte, el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de esos logros depende de la capacidad de resolver unos problemas similares.
6. Naciste para una \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ más elevada, para ser la líder de nuestro pueblo.
7. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de ese plan también requerirá recursos.
8. Muchas ciudades prohíben la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del alcohol.
9. Observamos que este \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ocurrió en circunstancias muy complejas.
10. Cada \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ debería ejercer debidamente sus propias funciones.

**1.6 Lee el artículo “El primer anuncio de la historia” y rellena los huecos con las preposiciones adecuadas: a, en, de, entre, por, para.**

El texto publicitario más antiguo fue publicado \_\_\_ la ciudad de Tebas hace 5.000 años El anuncio más antiguo de que se tiene constancia está contenido \_\_\_ un papiro escrito alrededor del año 3000 antes \_\_\_ Cristo, que fue encontrado \_\_\_\_\_ las ruinas de la ciudad egipcia de Tebas y hoy se conserva \_\_\_ el British Museum de Londres.

El documento fue escrito \_\_\_ un comerciante que denuncia la huída \_\_\_ uno de sus esclavos. En él, se ofrece una recompensa de una moneda \_\_\_ oro \_\_\_ quien lo encuentre y «lo devuelva \_\_\_ la tienda de Hapú, el tejedor, donde se tejen las más hermosas telas al gusto de cada uno». Es precisamente la frase que hace referencia \_\_\_ la belleza de las telas que confecciona este mercader lo que se considera como el primer reclamo publicitario \_\_\_ la historia, ya que el noble Hapú no desperdicia la ocasión \_\_\_ anunciar su producto, aunque su principal objetivo sea recuperar \_\_\_ su esclavo huido. Parece que, al igual que hoy, hace 5000 años cualquier ocasión era buena \_\_\_ hacer publicidad.

**Lección 2. LOS OBJETIVOS DEL MERCADEO**

El mercadeo es esencial para cualquier organización que quiera crear conciencia de sí misma, de sus productos o servicios. Como dice el famoso refrán: "El que tiene algo para vender y va y susurra en un pozo, no es tan apto para conseguir los dólares como el que trepa a un árbol y grita". Sin importar si estás detrás de los dólares, tener unos objetivos claros y establecidos para darte a conocer te ayudará a implementar exitosamente un plan de mercadeo.

*Incrementar ventas*

Uno de los objetivos más importantes de las agencias de mercadeo es conducir el negocio e incrementar las ventas. El mercadeo necesita un buen retorno sobre la inversión, esto significa que el incremento de las ventas tiene que exceder significantemente el costo del mercadeo, y tiene que ser específico. A menudo es insuficiente simplemente afirmar un objetivo de incrementar las ventas por cierto porcentaje. Entre más específico, mejor: "incrementar las ventas dentro de las mujeres de más de 40 años" o "incrementar el número de personas que hagan una compra mientras buscan en nuestra tienda en línea por el 20 por ciento".

*Mejorar la conciencia del producto*

Un esfuerzo de mercadeo puede estar centrado en revivir o fomentar el interés en un producto que ha estado en el mercado por un largo tiempo o acerca de qué personas tienen actitudes duraderas. Un buen ejemplo es la omnipresente campaña de "¿Tienes leche?", la cual empezó por la Junta de Procesamiento de Leche de California a mediados de los años 90, pero ahora se usa mundialmente. Según el hombre detrás de la campaña, el esfuerzo ayudó a que la industria lograra un 91 por ciento de tasa de conciencia después de dos años de uso.

*Establecerte en la industria*

Una nueva organización encontrará extremadamente difícil el ser oído sobre el ruido en un mercado atestado, con un público distraído por muchos estímulos. Un ejemplo de un objetivo de mercadeo para organizaciones con poca conciencia del público puede ser: "Convertirnos una de las mejores tres marcas en nuestra industria nombradas por los consumidores". Un ejemplo de una campaña de mercadeo exitosa en el siglo XXI es la de GoDaddy.com, una empresa que mantiene sitios web. Logró expandirse al publicar anuncios provocativos en lugares de alto perfil, como durante el Súper Tazón.

*Administración de la marca*

Mantener un lugar en la cabeza del público toma trabajo, y algunos esfuerzos de mercado están dirigidos simplemente para mantener una prominencia en el espacio público. Las organizaciones mayores conocidas mundialmente, como McDonald's y Nike, a menudo realizan anuncios que simplemente usan imágenes y tonos para recordarle la marca al público, en lugar de promover un producto o servicio particular. Un ejemplo de un objetivo de mercadeo similar podría ser: "Hacer que nuestra marca sea reconocida alrededor del mundo", sin más explicación. Starbucks generó mucha publicidad gratis en el 2011 al remover el nombre de la empresa de su logotipo, confiando simplemente en la sirena bien conocida para recordarles a los consumidores sobre la empresa.

**VOCABULARIO**

acerca de, loc. prep. – про..., відносно, що стосується...

alrededor de, loc. prep. – навколо

actitud, f – відношення (до чого–небудь); лінія поведінки;

administración, f – управління; керівництво;

afirmar, v – стверджувати, підтверджувати

apto, adj – (para algo) відповідний (для чого)

atestado, adj – повний, набитий

conciencia, f – поняття, уявлення;

confiar, v – en uno, algo довіряти

conducir, v – керувати; керувати

convertir, v – (en) перетворювати; перетворювати

alto de perfil – високого класу, видатний, відомий

distraído, adj – розсіяний; неуважний

duradero, adj – тривалий; тривалий

en lugar de, loc. prep. – замість

esencial, adj – основний; суттєве

esfuerzo, m – зусилля

establecer, v – засновувати; встановлювати

exceder, v – перевершити, перевищити

exitosamente, adv – вдало

exitoso, adj – вдалий

extremadamente, adv – дуже; надмірно

expandirse, v – розширитися

fomentar, v – заохочувати; сприяти

implementar, v – здійснити, провести,

incrementar, v – збільшувати, розширювати

inversión, f – (en algo) вкладення, інвестиція

insuficiente, adj – недостатній

generar, v – виробляти; проводити

gratis, adv – безкоштовно

mantener, v – тримати, підтримувати

omnipresente, adj – всюдисущий

junta, f – керівництво

pozo, m – колодязь

por ciento – відсоток

procesamiento, m – ведення справи

prominencia, f – піднесення; виступ

promover, v – породжувати; давати початок

provocativo, adj – провокаційний

refrán, m – приказка

remover, v – пересувати; видаляти

retorno, m – повернення; повернення

revivir, v – пожвавити

susurrar, v – шепотіти

significantemente, adv – значно

tasa, f рівень; показник; індекс

trepar, v – влазити; підійматися

**2.2 Contesta a las preguntas:**

1. Cuenta el refrán famoso vinculado con el mercadeo y explícalo.

2. ¿Qué objetivos del mercadeo sabes?

3. Explica el primer objetivo del mercadeo – Incrementar ventas.

4. Explica el segundo objetivo del mercadeo – Mejorar la conciencia del producto.

5. Explica el tercer objetivo del mercadeo – Establecerte en la industria.

6. Explica el cuarto objetivo del mercadeo – Administración de la marca.

**2.3 Traduce al español.**

1. Ціль маркетингу – привернути нових клієнтів, обіцяючи їм вищу споживацьку цінність, та зберегти старих клієнтів, постійно задовольняючи їх мінливий попит.

2. Основна задача маркетингу – зрозуміти потреби кожного ринку і вибрати ті з них, які певна компанія може обслуговувати краще за інших.

3. Управління такою великою і складною миротворчою місією – нелегке завдання.

4. Це був перший випадок у цій висококласної групі фахівців, яку зібрав ваш чоловік.

5. Це близько восьми відсотків усього світового сільськогосподарського виробництва.

6. Основною проблемою сьогодні є недостатній обсяг виробництва продовольства, а також неадекватний характер розподілу благ.

7. Настане день, коли тобі знадобиться людина, якій можна довіряти.

8. Але я особисто вас запевняю що розумні люди завжди зможуть перетворити лимони в лимонад.

9. Ця кредитна лінія – інвестиція в майбутнє цього міста та підтримання сил його відважних громадян.

10. Сьогодні ми не можемо стверджувати, що в досягненні цієї мети є прогрес, швидше вірно зворотне.

**2.4 Rellena los huecos con los verbos del recuadro y no te olvides de ponerlos en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Futuro, Pretérito Indefinido o Presente de Subjuntivo.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| afirmar | excederse | empezar | incrementarse | fomentar |
| convertir | mantener | confiar | establecerse | conducir |

1. Te he dado todas las oportunidades para que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_en mí.
2. Sin embargo, al mismo tiempo, nosotros \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que democracia no es sólo romper las cadenas y gozar de derechos.
3. También requieren que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ alianzas a fin de proteger nuestros recursos naturales.
4. ¿Cree que alguna vez \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ tratando de hacer una venta?
5. La tierra \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a trabajar para la guerra en lugar de alimentar a la población.
6. El nivel de gasto \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ para satisfacer las necesidades de salud de una población.
7. Bueno, amiguito, mejor que tú \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ tus manos lejos de mi cliente.
8. Lo que necesitamos son medidas prácticas que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ finalmente a una paz justa y general.
9. En los informes se facilitan ejemplos de varias medidas normativas que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ el proceso participativo.
10. No puedes pedirle que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ su profesión en un pasatiempo.

**2.5** **Rellena los huecos con los sustantivos o adverbios adecuados del recuadro.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| tasa | gratis | significantemente | retorno |
| esfuerzo | administración | extremadamente | actitud |

1. Esta \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ quiere moverse en una nueva dirección.
2. Y francamente, lo encuentro \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ desagradable.
3. Es indispensable que hagamos un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ colectivo para combatirlo.
4. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de participación en el mercado de trabajo de las personas que tienen un bajo nivel de formación (освіта) es muy inferior al promedio de la Unión Europea, y en esos grupos se registra la tasa más alta de desempleo (безробіття).
5. Te ofrezco mis servicios oficiales de planificación de fiestas, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
6. Sin embargo, en los últimos años la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ respecto del empleo a jornada parcial (неповний робочий день) ha cambiado.
7. Durante los últimos años el Reino Unido ha sido uno de los pocos países que ha aumentado \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ los recursos que dedica a la asistencia para el desarrollo.
8. El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a la producción agrícola fundado en el trabajo familiar no mecanizado crea las condiciones para la reanimación de las instituciones y los valores paternalistas.

**2.6 Lee el artículo “El anuncio más caro de la historia” y rellena los huecos con las preposiciones adecuadas: de, con, para.**

Publicidad \_\_\_ dos minutos \_\_\_ el mítico Chanel No. 5 bajo la dirección de Baz Luhrmann, contando \_\_\_ la actuación de Nicole Kidman. El ad mantiene la estética cinematográfica \_\_\_ Luhrmann, sobrecargada y teatral, y por momentos parecemos estar viendo un spin off de Moulin Rouge, pues la gran estrella Nicole Kidman se encuentra \_\_\_ un escritor \_\_\_ el que se enamora, solo \_\_\_ vivir una historia tormentosa.

**Lección 3. MERCADEO: PROCESO DE EVOLUCIÓN (Parte 1)**

En la historia del mercadeo identificamos varias etapas (un total de 6) que son importantes conocer para comprender mejor su evolución desde el mismo origen:

*1. Etapa de la autosuficiencia económica*

Esta primera etapa corresponde a los primeros tiempos de la humanidad, cuando aún no existía una organización social y cada grupo familiar tenía forzosamente que ser autosuficiente. Es obvio que en estas condiciones no podía existir intercambio comercial, razón por la cual podemos considerar que en esta etapa no existía el mercadeo.

Se reconoce pues como origen y fundamento del mercadeo, la desigualdad que existe en las condiciones humanas y económicas de los hombres y de los pueblos.

El mercadeo no existió en los pueblos y tribus más antiguos que poblaron la tierra, pero a medida que fue evolucionando el ser humano, dicha organización desarrolló el comercio por el instinto de conservación y subsistencia del hombre, que procura satisfacer sus necesidades más elementales, luego las secundarias y posteriormente las superfluas.

Es así como el desarrollo de los pueblos, obliga al incremento y expansión de su territorio llegando a generar el mercadeo, en la actualidad esta es una actividad económica de suma importancia para el progreso de la humanidad.

*2. Etapa del trueque*

A raíz de la aparición de las primeras formas de división y especialización del trabajo, el hombre primitivo llegó a darse cuenta que podía poseer cosas que él no producía, efectuando el cambio o trueque con otros pueblos o tribus, y esto ocurrió cuando alguien recolectó más de lo que podía comer o utilizar, desde allí, empezaron a presentarse excedentes de producción en muchos grupos familiares.

Esta situación generó la costumbre de intercambiar productos entre diferentes grupos. Hoy en día podemos pensar que fue en este momento cuando apareció, aunque en una forma rudimentaria, el mercadeo.

*3. Etapa de los mercados locos*

Es bien sabido que el trueque planteaba enormes dificultades operativas. No solamente se necesitaba encontrar la persona que tuviera el producto buscado, sino además poseer el producto exigido por el otro. Cuando aparece un sitio estable y conocido por toda la población donde realizar las transacciones, que es lo que caracteriza a esta etapa histórica, el intercambio de mercancías se convierte en un acto mucho más ágil que en el pasado, hasta el punto que podría considerarse esta innovación como una de las grandes revoluciones en la historia comercial. Al tratar de encontrar las raíces del comercio.

Los primeros hombres que desarrollaron actividades de intercambio y que tienen que comunicar persona a persona sus argumentaciones. De seguro para llegar a sus consumidores tuvieron necesariamente que utilizar algunas técnicas de argumentación y de cierre del acuerdo. Esas técnicas, utilizadas por los primeros comerciantes de la tierra, se debieron ir perfeccionando por los Babilonios, los Egipcios, los Griegos y Romanos hasta llegar a nuestros días.

*4. Etapa monetaria*

Cuando el hombre analizó el uso y servicio de los productos, empezó a generar el valor. La aparición de la moneda es también un gran acontecimiento en la historia del mercadeo. Su utilización eliminó muchas de las penalidades sufridas por los hombres de negocios de aquellos tiempos, agilizando de manera importante el comercio nacional e internacional.

Por otra parte, en la civilización China, es donde se originan los grandes inventos. Uno de ellos el papel, por el siglo II de nuestra era, cuando Tsai Lun, fabrica la primera hoja de papel hecho a mano. Esto es fundamental para el mercadeo, es el inicio de la comunicación escrita masiva. Caligrafía y pintura como artes para llegar a las masas, no se ponen en duda. De China y a través de los árabes se introdujo el papel en Europa.

La primera factoría de papel, que desplaza al pergamino y a los papyrus, se establece en Játiva (Valencia), España, por el año 1178.  La difusión masiva de conceptos e ideas no podía darse masivamente antes que Luis Senefelder inventara la impresión litográfica, hace apenas 180 años.   
Por el mismo tiempo Luis Robert inventaba una máquina para producir papel industrialmente, el cual permite, junto con la máquina de Senefelder la masificación de la impresión de revistas y libros, primeros medios masivos de comunicación que hicieron posible el mercadeo.

**VOCABULARIO**

acontecimiento, m – подія

acuerdo, m – угода, договір

ágil, adj – швидкий; спритний, моторний

agilizar, v – полегшувати, спрощувати

a mano – вручну

apenas, adv – майже не

autosuficiencia, f – самодостатність

argumentación, f – доводи; докази

a medida que, loc. prep. – по мірі того, як

a raíz de, loc. prep. – відразу після

cierre, m – припинення

considerar, v – вважати; вважати

darse cuenta de algo – розуміти що–л

desigualdad, f – нерівність

desplazar, v – витіснити; перемістити

de seguro – обов'язково; напевно

difusión, f – поширення

división, f – (раз)поділ; розділ

efectuar, v – здійснювати; виконувати

eliminar, v – виключити; усувати

evolución, f – еволюція; розвиток

excedente, adj – зайвий; надмірна

exigir, v – вимагати

estable, adj – стійкий; стабільний

expansión, f – розширення

forzosamente, adv – вимушено

fundamento, m – фундамент; основа

hombre de negocios – ділова людина

hoja, f – лист

humanidad, f – людство

incremento, m – збільшення

identificar – розпізнати, ідентифікувати

monetario, adj – монетний, грошовий

necesariamente, adv – неодмінно

obvio, adj – очевидний

origen, m – початок; виникнення

penalidad, f – муки; тяготи

plantear, v – починати; планувати

poblar, v – населяти

poseer, v – мати; володіти

posteriormente, adv – потім; згодом

procurar, v – намагатися; старатися

razón, f – причина, аргумент, висновок

reconocer, v – визнавати

recolectar, v – збирати

rudimentario, adj – зародковий; початковий

sabido, adj – відомий

subsistencia, f – існування

sumo, adj – вищий

superfluo, adj – зайвий; даремний

tratar de, v – намагатися; намагатися

tribu, f – плем'я

trueque, m – обмін; бартер

**3.2 Contesta a las preguntas:**

1. Cuenta las cuatro primeras etapas de la historia del mercadeo.

2. ¿Qué sabes de la primera etapa de la historia del mercadeo?

3. ¿Cuál es la segunda etapa de la historia del mercadeo?

4. ¿Cuál es la tercera etapa de la historia del mercadeo?

5. ¿Cuál es la cuarta etapa de la historia del mercadeo?

**3.3 Traduce al español.**

1. Я думаю, що ми повинні прийти до угоди, щоб наше маленьке підприємство розвивалося і це вимагає наших зусиль.

2. Її мета – не тільки забезпечити існування нужденних осіб, але і сприяти їх незалежності та соціальної інтеграції.

3. Збільшення потреб обумовлено (estar condicionado a) зростанням обсягу послуг, пов'язаних з позабюджетними (extrapresupuestario) заходами.

4. Як ділова людина я вам скажу, що через десять років ця нерухомість (propiedad) буде коштувати в два рази дорожче (doble) запропонованої ними ціни.

5. Коли гроші перестають бути тим інструментом, за допомогою якого люди взаємодіють один з одним, людина перетворюється в інструмент грошей.

6. На думку деяких делегацій, цей пункт є зайвим і його слід виключити.

7. У грошовій системі важко вірити людям.

8. Нерівність у соціально–економічній сфері також сприяє нерівності у відносинах між чоловіками і жінками, навіть у рамках шлюбу.

9. У той же час такі методи підвищують рівень самозабезпеченості фермерів, зменшуючи їх залежність від зовнішніх постачальників (suministrador) хімікатів.

10. Я представляю фінансові інтереси їхнього племені.

**3.4 Rellena los huecos con los verbos del recuadro y no te olvides de ponerlos en el tiempo adecuado: Presente, Futuro, Pretérito Indefinido, Pretérito Imperfecto, Imperativo o Presente de Subjuntivo.**

1. Anteayer los participantes de la reunión también (plantear) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la cuestión general de la economía política de la diversificación en los países en desarrollo.

2. Es preciso que el Ministerio para las Comunidades y el Retorno (agilizar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ el desembolso de fondos para proyectos de estabilización y desarrollo de las comunidades.

3. Es necesario que el Comité (reconocer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ también la existencia de presos políticos o prisioneros de guerra puertorriqueños y que (exigir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ su inmediata excarcelación.

4. En el futuro, el Gobierno (procurar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ suministrar al Comité un conjunto de estadísticas más detalladas.

5. El jefe ha dicho que nosotros lo (eliminar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ si es necesario.

6. Nosotros (recolectar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ información importante de todo el mundo, y luego la (registrar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

7. Ella… En realidad, anoche ella (tratar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de susurrar algo al oído.

8. (Desplazar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ todo el párrafo a la página o columna siguiente tras la inserción (вставка) de un salto (разрыв).

9. La Argentina (considerar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ todos los actos del terrorismo criminales e injustificables.

10. El representante de Cuba (decir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que la cuestión de la competencia no (deber) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ir acompañada forzosamente de un proceso de liberalización y privatización.

**3.5 Lee el artículo “El peor anuncio de 2012” y rellena los huecos con las preposiciones adecuadas: con, en, a, de.**

La publicidad, que causó polémica \_\_\_ el Reino Unido, muestra \_\_\_ modelos masculinos y femeninos \_\_\_ la zona genital de la ropa mojada, acompañados \_\_\_ el texto: "Las rebajas de Harvey Nichols, Trata \_\_\_ contener tu exitación". \_\_\_ acuerdo con Marketing News, la campaña ya motivó 104 quejas ante la ASA.

**3.6 Lee el artículo “El peor anuncio de 2012” y rellena los huecos con los sustantivos adecuados:** ***inspiración, proyecto, versión, información, nombres, definición, ruido.***

Una vez iniciado el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ probaron varios \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, alguno de los cuáles fue "Status" (Stat.us), twitch (tic) por el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del vibrador de los teléfonos, pero finalmente dieron con "twittr", \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de Glass en alusión a "Flickr". La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ definitiva se lanzó el 15 de julio de 2006, que según palabras de Dorseyera, su \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ era "una corta ráfaga de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ intrascendente”, el “pío de un pájaro”, que en inglés es twitt.

**Lección 4. MERCADEO: PROCESO DE EVOLUCIÓN (Parte 2)**

*5. Etapa de la revolución industrial y su influencia en el desarrollo del mercadeo*

La invención de la máquina de vapor (James Watt, 1760) y su posterior aplicación a la industria, inicialmente en los telares ingleses y progresivamente en otros campos, transformó completamente los sistemas de producción y obligó a los empresarios a buscar nuevas técnicas de marketing (investigación, ventas, publicidad, distribución, etc). Es aquí, pues, donde se encuentran los orígenes del mercadeo moderno.

*6. Etapa de producción en masa*

De acuerdo con diferentes analistas ubicaremos el comienzo de esta etapa en 1903, año en que fue organizado definitivamente la compañía Ford y que sentó un precedente en la historia de las empresas de dimensión internacional.

En el lapso comprendido entre ese año y nuestros días ocurrieron hechos muy conocidos por su trascendencia, que afectaron el ejercicio del mercadeo, entre los cuales se destacan:

A) Las dos guerras mundiales (1914–1918 y 1939–1945).

B) El sorprendente desarrollo de los medios publicitarios masivos (en orden cronológico: el periódico, la revista, la radio y la televisión).

C) El rápido avance de la aviación, que en un período de sólo sesenta y nueve años, transcurridos entre el primer vuelo de los hermanos Wright (1900) y 1969, culminó con la llegada del hombre a la luna.

D) El nacimiento y vertiginoso desarrollo de los computadores, cuyo impacto en el mercadeo es por todos nosotros conocido, que dio lugar al mercadeo electrónico.

E) La adopción de nuevos sistemas de mercadeo, producto del afán de equilibrar los métodos de comercialización con las formas masivas de fabricación.

Durante los años anteriores a la década de 1910, se dió origen a diferentes conceptos que enriquecieron al mercadeo como: el intercambio, los sistemas económicos y sociales, la comercialización, entre otros; pero, es sólo hasta esta época en donde se empieza a considerar la existencia del marketing como una disciplina susceptible de estudio.

Existen aproximaciones a la evolución del mercadeo dentro de las que se encuentra una publicación de la Universidad Externado de Colombia, avances de mercadeo, conceptualización del mercadeo, en donde se establece un recorrido histórico de esta disciplina, allí se pueden apreciar los cambios de este y de su estudio, de manera paralela a los de la economía y la tendencia de la sociedad norteamericana. En este contexto, de acuerdo con Robin Garzón, el marketing logra su más amplio desarrollo.

La primera década del siglo: a principios del siglo XX se encuentran los primeros antecedentes académicos del mercadeo. En la Wharton School of Finance and Commerce, al igual que en otros centros educativos de Estados Unidos, el marketing, como parte del plan de estudios, se incorpora por primera vez dentro de las aulas dedicadas a las discusiones económicas.

*Los años 20*: a pesar de la creciente demanda de nuevos productos y al desarrollo del concepto de utilidad en la sociedad norteamericana, el mercadeo y sus prácticas se encontraron detenidas en el tiempo, sin sufrir muchos cambios en relación con los años anteriores.

*1920 a 1930*: en esta década, la economía sufre un descenso considerable y las empresas ven disminuidas sus utilidades. Esto lleva a los empresarios a centrar sus esfuerzos y los del mercadeo en las ventas y en la publicidad.

Debido al aumento en el número de ofertas y a la competencia, los productores se centraron más en la calidad de sus productos. Esta situación, a su vez, mejoró las condiciones del cliente, quien tuvo más opciones para escoger. Durante este periodo aparecen conceptos como gerente de mercadeo y mercadeo estratégico, lo que habla de un aumento en la importancia otorgada a este concepto.

*1930 a 1940:* La Depresión Económica Mundial, que deja como consecuencia la baja en los precios de la mayoría de los productos comercializados y la disminución en la capacidad de adquisición de las personas, obliga a las empresas a focalizar aún más sus esfuerzos para mejorar las cadenas de distribución y a ser más competitivos en este aspecto.

**VOCABULARIO**

adopción, f – de algo прийняття

adquisición, f – придбання

afán, m – de algo пристрасне бажання чогось

afectar, v – впливати, впливати

al igual que, loc. conj. – так само, як; в рівній мірі

antecedente, m – попередні події; минуле

anterior, adj – попередній

a pesar (de) – всупереч, незважаючи на

aplicación, f – застосування, використання

apreciar, v – оцінювати

aproximación, f – (a algo) наближення, підхід

cadena, f – група; мережа; ланцюг

campo, m – область, сфера

conceptualización, f – концептуалізація

considerable, adj – значний

culminar, v – con algo завершитися ніж

dar lugar a algo – дати привід до чого

de acuerdo con – відповідно, згідно

década, f – десятиліття

definitivamente, adv – остаточно

demanda, f – попит

descenso, m – зниження, зниження

destacar, v – виділити

detenido, adj – неспішний; ретельний

dimensión, f – вимірювання; розмір; обсяг

disminuir, v – зменшувати

disminución, f – зменшення

empresario, m – бізнесмен; підприємець

enriquecer, v – a uno, algo (con algo) збагатити кого, що (чим)

equilibrar, v – algo con algo врівноважити

focalizar, v – сфокусувати

gerente, m – адміністратор; керуючий

incorporarse, v (a) приєднуватися; входити

invención, f – винахід

mejorar, v – покращувати

obligar, v – (а + inf) примушувати

otorgar, v – надавати

lapso, m – проміжок часу

posterior, adj – наступний; подальший

precedente, m – прецедент

recorrido, m – шлях; пробіг

sufrir, v – терпіти

susceptible, adj – de algo той хто піддається

telar, m – ткацька фабрика

tra(n)scurrir, v – проходити (про час)

trascendencia, f – важливість, значущість

ubicar, v – поміщати; розташовувати

utilidad, f – користь

**4.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Cuál es la quinta etapa de la historia del mercadeo?

2. ¿Cuál es la sexta etapa de la historia del mercadeo?

3. ¿Qué acontecimientos afectaron al mercadeo?

4. ¿Cómo se transformó el mercadeo durante los años anteriores a la década de 1910?

5. ¿Cómo se transformó el mercadeo durante los años 20?

6. ¿Cómo se transformó el mercadeo de 1920 a 1930?

7. ¿Cómo se transformó el mercadeo de 1930 a 1940?

**4.3** **Traduce al español.**

1. За останнє десятиліття ми досягли значних успіхів у цій галузі.

2. В даний час попит на багато сільськогосподарські товари зростає, і обсяг торгівлі збільшується.

3. Право – це винахід людини для врегулювання взаємин.

4. Торгова мережа звичайно складається з покупців і пов'язаних з ними осіб, продавців і посередників (intermediario), самої партії, транспорту і, нарешті, засобів і методів платежу.

5. Природним наслідком світової економічної кризи є суттєве скорочення виробництва у багатьох галузях (sector) і, як результат, масові скорочення штату (personal) підприємств.

6. Керуючий сказав, що кімнату орендувала жінка, яка заплатила готівкою за весь місяць.

7. Винахід телеграфу в XIX столітті відкрило перспективи отримання і поширення прогнозів в реальному часі, використовуючи дані, зібраних у великих географічних районах.

8. До тих пір, поки цього не буде зроблено, його застосування слід обмежити.

9. Слід зазначити важливість цього положення (disposición) в контексті покарання (castigo por) за вчинення злочинних терористичних актів (delito).

10. Тому цей прецедент не може бути застосований до нинішньої ситуації.

**4.4 Rellena los huecos con los sustantivos del recuadro y no te olvides de poner los verbos entre paréntesis en el tiempo adecuado Pretérito Indefinido, Pretérito Perfecto.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| demanda | producción | adquisición | campo | esfuerzo |
| movimiento | recorrido | afán | descenso | antecedente |

1. Las actividades llevadas a cabo el año pasado (contribuir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ significativo del número de accidentes.
2. El descenso (afectar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a la mayoría de los sectores de la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ material, especialmente las manufacturas, la construcción y los transportes.
3. Te pido disculpas, lo (hacer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ sin \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de molestarte.
4. Es una empresa de gran éxito en el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de la electrónica.
5. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de productos lácteos (crecer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en los últimos años.
6. El gobierno demanda un mayor \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de las empresas para evitar el avance de la desocupación.
7. En el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ me (cruzar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ con Juana: te envía saludos y dice que tiene ganas de verte.
8. El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ hippie (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ muy popular en la década del ’60.
9. El Premio Nacional de Novela que (obtener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en 2007 es el mejor \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de este escritor que ha sorprendido con su nuevo libro.
10. El experto en arte (recibir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la enhorabuena de los presentes por la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del cuadro de Van Gogh.

**4.5 Relaciona las dos partes de las frases.**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. El presidente debe tomar una decisión | que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. |
| 2. Con este precedente, no creo que | pero falla en su difusión; por eso no recibe tantos visitantes. |
| 3. La evolución del negocio no fue la que | el mánager o directivo de una empresa o sociedad. |
| 4. La ciudad tiene hermosos atractivos turísticos, | de trascendencia para el futuro del país. |
| 5. El gerente es | durante un lapso de tiempo y despertó en el futuro. |
| 6. Aún no se conocen los resultados finales de la elección, | nos otorguen el préstamo que solicitamos. |
| 7. El personaje principal de la serie estuvo congelado | esperábamos y tuvimos que abandonar el proyecto. |
| 1. La demanda es la suma de las compras de bienes y servicios | pero la aproximación indica que el candidato oficialista se impuso por una diferencia de entre cinco y seis puntos. |

**Lección 5. MERCADEO: PROCESO DE EVOLUCIÓN (Parte 3)**

*1940 a 1950*: La Segunda Guerra Mundial genera unas condiciones desfavorables para el desarrollo del comercio; por consiguiente, la evolución del marketing se ve afectada en gran parte de la década. Sin embargo, conceptualmente el mercadeo comienza a adoptar conceptos y prácticas de las Ciencias Sociales como la Psicología y la Sociología; situación que lo acerca más a ser considerado como una disciplina independiente de la Economía y con objetos de estudio particulares. Durante este periodo comienzan a darse cambios en torno a los conceptos del mercadeo, dándose las primeras aproximaciones para centrar las actividades relacionadas con éste en el consumidor y no en la producción, por lo tanto, se generarán grandes cambios en las prácticas y en las dinámicas vinculadas con la disciplina. Como consecuencia de esto aparecen conceptos como, por ejemplo: mezcla de mercadeo, vigente hoy en muchos contextos.

*1950 a 1960*: en esta época se vivieron grandes cambios en el mundo debido al estado de devastación en que se encontraba Europa después de la Segunda Guerra mundial y a su posterior reconstrucción. Este escenario dió origen a variaciones, a todo nivel, en el interior de las sociedades y en sus dinámicas como, por ejemplo, la aparición de un comercio internacional, conceptualmente, más rico. Es en esta década en donde se establece de manera formal el concepto de mercadeo y se le da un lugar de gran importancia dentro de las organizaciones.

Los esfuerzos durante este periodo son claramente dirigidos hacia la satisfacción del cliente, que en adelante será quien determine los cambios tanto en los mercados como en el interior de las compañías. Aparece el modelo de las 4Ps y se empieza a hablar de los micro–mercados y del mercadeo aplicado, no solo a productos de consumo masivo sino a servicios y también en otros contextos como el político, el cultural e incluso el militar.

*1960 a 1970*: este período se caracteriza por la creciente preocupación de las personas por las causas sociales como la ecología y la igualdad entre los pueblos; aparecen movimientos hippies y sindicatos entre otros. En este contexto, el mercadeo fue acusado de profundizar problemas sociales, verbigracia la diferencia de clases. Debido a esto, el marketing empieza a preocuparse más por aspectos de la vida social de los clientes, por consiguiente, dio paso a estudios claramente de tipo cualitativo. Además, emergen organizaciones en defensa del consumidor.

*1970 a 1980*: en esta década, surge el mercadeo social y se comienza a tener en cuenta los efectos sociales de las prácticas propias de este. Durante esta época se producen múltiples discusiones en torno a la función y a la responsabilidad del marketing dando origen a varios conceptos y visiones de este tema.

*1980 a 1990*: aparecen nuevas formas organizacionales como las alianzas estratégicas, en donde el mercadeo empieza a jugar papeles más descentralizados. Surgen cuestionamientos sobre el modelo de mercadeo más famoso hasta hoy: Las 4Ps, lo que a la postre repercutirá en una evolución de éste en donde se tenga en cuenta, de forma más clara, nuevos elementos que intervienen dentro del proceso y que van de la mano con los intereses del consumidor.

*1990 a 2000*: En esta década, el mercadeo abre campo a las características de las sociedades relacionadas con su cultura, en la que se enmarcan sus creencias, costumbres, ritos, entre otros, y cómo estas variables afectan decididamente las necesidades de los compradores.

Tras la acentuación de los procesos de globalización y los avances tecnológicos en relación con los medios de comunicación, el consumidor eleva sus expectativas y su conformidad se disminuye; de ahí que, el marketing se vea obligado a establecer una nueva visión más estratégica en donde se haga uso de nuevas herramientas y métodos.

A pesar de que el mercadeo, a través de la historia, ha estado íntimamente ligado con procesos y cambios de orden económico, a lo largo de su evolución se ha enriquecido de muchas otras disciplinas y ciencias como respuesta a los diferentes retos planteados por la sociedad, y aunque en ocasiones ha sido ampliamente criticado, es innegable que ha ganado un relevante lugar en muchos de los contextos de la actualidad.

**VOCABULARIO**

acusado, m – обвинувачений

alianza, f – союз, об'єднання

aparecer, v – з'являтися

centrar, v – en algo зосередити на чому

como consecuencia de algo – внаслідок

conceptual, adj – концептуальний; значимий

conformidad, f – згода

cuestionamiento, n – оскарження; обговорення

cualitativo, adj – якісний

claramente, adv – ясно; зрозуміло

creciente, adj – зростаючий

darse, v – статися; трапитися

dar origen a algo – породити, викликати що

dar un paso – просунутися вперед

debido a – через

de ahí que + Subj – отже; так що; тому

descentralizar, v – децентралізувати

desfavorable, adj – (a, para uno, algo) несприятливий

devastación, f – спустошення, розорення

disminuir, v – зменшувати

elevar, v – піднімати; підвищувати

emerger, v – з'являтися; виникати

en adelante – надалі; в майбутньому

encontrarse, v – бути, перебувати

enmarcarse, v – en algo вступити в

en torno de, loc. adv. – навколо, кругом

expectativa, f – очікування

igualdad, f – рівність

incluso, adv – навіть

innegable, adj – безперечний

ir de la mano de uno – йти, тримаючи кого за руку

intervenir, v – en algo взяти участь; втрутитися

ligar, v – (con algo) зв'язувати, об'єднувати

masivo, adj – масовий

mezcla, f – суміш

movimiento, m – рух

particular, adj – особливий

por consiguiente – отже

por (lo) tanto – отже; тому

posterior, adj – наступний

preocupación, f – неспокій

profundizar, v – поглиблювати

psicología, f – [sikoloxi'a] психологія

repercutir, v – (en) впливати

sindicato, m – профспілка

tras, prep. – за; слідом за; після

variación, f – зміна

verbigracia, adv – наприклад

vigente, adj – діючий

vincular, v – algo a algo з'єднати, пов'язати

**5.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Cómo se transformó el mercadeo de 1940 a 1950?

2. ¿Cómo se transformó el mercadeo de 1950 a 1960?

3. ¿Cómo se transformó el mercadeo de 1960 a 1970?

4. ¿Cómo se transformó el mercadeo de 1970 a 1980?

5. ¿Cómo se transformó el mercadeo de 1980 a 1990?

6. ¿Cómo se transformó el mercadeo de 1990 a 2000?

**5.3** **Traduce al español.**

1. Тому що ми впевнені в тому, що обвинувачений видалив фото зі свого мобільного.

2. Ми також бачимо спустошення і руйнування, викликані стихійними лихами.

3. Повинен повідомити вам, що мій профспілка велів мені не перевозити на поїзді цей товар.

4. Мета цього експерименту, підтвердити теорію психології поведінки.

5. У 2008 році триваючий спад світової економіки надав негативний вплив на індустрію туризму на Бермудських островах.

6. Однак даний орган повинен збиратися один раз на рік; отже, зазначену цифру можна скоротити вдвічі.

7. Слухай, я дійсно ціную твоє занепокоєння.

8. Не смій використовувати наш рух для своєї політичної кар'єри.

9. Для введення глобальних податків (impuestos) вимагається згода національних урядів.

10. Стабілізація і зростання економіки Перу за минулі 76 місяців породили впевненість і очікування як у країні, так і у всьому світі.

**5.4 Rellena los huecos con los sustantivos del recuadro y no te olvides de poner los verbos entre paréntesis en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Pretérito Indefinido, Pretérito Perfecto, Presente de Subjuntivo.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| gobierno | devastación | desigualdad | alianza | contribución | partido |
| efectos | expansión | mezcla | fundación | consecuencia | década |

1. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ estadounidense del siglo XIX (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ muy importante y (afectar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a México, que (perder) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ grandes porciones de su territorio.
2. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de un sindicato no (requerir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la aprobación previa de un organismo público o un sindicato ya establecido.
3. El origen de la inseguridad (encontrarse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y en la falta de oportunidades.
4. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ comercial entre Colombia y China (traducirse) (выразиться) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en la construcción de cuatro hoteles, dos en cada país.
5. Ayer el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ argentino (proponer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una alianza al chileno para exportar en conjunto al mercado asiático.
6. el mundo, capaz de ganar un partido por sí solo
7. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ entre su talento, su carácter y su experiencia lo (transformar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en un jugador único en el mundo, capaz de ganar un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ por sí solo.
8. El gobernador (llamar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a la población a trabajar en conjunto para reconstruir el pueblo después de la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
9. En la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 1990, más de 700.000 personas (perder) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la vida como \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de desastres naturales.
10. (morir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ más personas debido a los \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del cambio climático que debido a las guerras nacionales e internacionales juntas.
11. De ahí que la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de las empresas del sector energético (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ indispensable.

**5.5 Lee el artículo “Qué es el Mix de Marketing” y pon los verbos entre paréntesis en el tiempo adecuado: Presente de Ind., P. Perfecto, Presente de Subjuntivo**

El Mix de marketing, aunque algunos (decir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que (desaparecer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, aún (mantenerse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *la esencia de poder encontrar los elementos claves*para hacer una buena mezcla de marketing para llevar a cabo una estrategia de mercadeo. El mismo [Philip Kotler](https://twitter.com/kotlermarketing?lang=es) (replantear) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ el uso de estas 4Ps porque los mercados (cambiar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ muchísimo y hoy (deberse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ integrar otros elementos necesarios para que una estrategia (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ éxito como: las redes sociales, los medios, la tecnología,  los clientes, [el servicio al cliente](http://www.marketingyfinanzas.net/2013/07/7-requerimiento-minimos-para-un-excelente-servicio-al-cliente/),  entre otros. Según Kotler la estrategia de marketing (deber) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ estar orientada hacia el cliente en dividir los mercados en grupos significativos de consumidores ([segmentación](http://www.marketingyfinanzas.net/2013/02/de-la-segmentacion-de-mercados-a-la-neurosegmentacion/)), elegir a qué grupos de cliente atender ([mercado meta](http://www.merca20.com/sabes-lo-que-es-el-mercado-meta/)), crear ofertas de mercado que atiendan mejor a los clientes meta ([diferenciación](http://bienpensado.com/el-modelo-de-diferenciacion/)) y posicionar las ofertas en las mentes de los consumidores ([posicionamiento](https://www.emprendices.co/como-lograr-el-posicionamiento-y-la-diferenciacion-de-su-empresa-en-internet/)). Por lo tanto, este proceso (lograrse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ integrando las herramientas de táctica de marketing conocidas como 4Ps o Mix de Marketing.

*“El concepto de marketing (reducirse)* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*a dos preguntas: 1) ¿A cuáles clientes atenderemos? y 2) ¿Cómo los atenderemos? El objetivo (ser)* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *crear más valor para los clientes que atendemos que el que crean los competidores” Philip Kotler*

**Lección 6. COMPONENTES DEL MERCADEO**

**6.1 Lee y traduce el texto:**

A continuación, analizaremos los distintos componentes del mercadeo:

NECESIDAD: se relaciona con el deseo de alcanzar un cierto producto o marca. Por eso, las campañas de mercadotecnia trabajan para activar, estimular y provocar las necesidades humanas. En este sentido, el marketing no crea las necesidades (que ya existen), sino que las detecta y las transforma en oportunidades de negocio.

Las cinco categorías de necesidades son: básicas, de seguridad y protección, sociales, de estima, de autorrealización.

DESEO: Es la forma en que un individuo expresa la manera de satisfacer una necesidad. Un individuo puede detectar la necesidad de alimentarse, pero puede satisfacer esa necesidad de muchas maneras. Por ejemplo, comiéndose una manzana o una hamburguesa. El deseo se da cuando el individuo ya manifiesta la manera concreta como quiere resolver su necesidad. Cuando expresa que ante la necesidad de alimentarse desea una hamburguesa. La manera como una persona transforma sus necesidades en deseos, sin embargo, no sólo depende del marketing. Inciden varios factores: las características personales de cada uno, sus vivencias, su educación y creencias, los entornos culturales, sociales y ambientales, los estímulos del marketing… y su capacidad adquisitiva, claro.

DEMANDA: Un deseo se convierte en demanda cuando una persona, reconocida una necesidad (necesito trasladarme) y canalizada hacia un deseo (quiero comprarme un coche), y tras haber pasado por las diferentes fases de un proceso de compra, hace ya petición concreta de un producto específico (quiero un Audi A3).

El deseo (genérico) deriva en demanda (concreta) en base fundamentalmente a dos factores: los estímulos de marketing y la capacidad. Y ojo, la capacidad es básica. No todo el que desea un Audi puede adquirirlo. Quizá porque no tiene suficiente dinero (capacidad adquisitiva), quizá porque es un adolescente sin todavía edad para conducirlo, o porque vive en una zona geográfica donde ese producto no se distribuye.

VALOR: Es la diferencia entre los valores que el cliente obtiene por poseer y usar el producto y los costos de obtención de ese producto.

SATISFACCIÓN: La noción de satisfacción del cliente refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento. Es posible definir la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas.

CALIDAD TOTAL: no es un proceso de fabricar productos buenos, sino un proceso orientado hacia la satisfacción de todas las necesidades y expectativas de los clientes. Por eso, los objetivos son: a) colocar a la compañía a operar en función de la satisfacción del cliente. b) conseguir que en la compañía la calidad sea siempre primero. c) crear un clima de mejoramiento continuo. d) construir un ambiente de confianza y participación.

INTERCAMBIO: Es el acto por el cual se obtiene un producto deseado, el cual otra persona lo tiene y se ofrece algo a cambio. El intercambio tiene lugar en un lugar llamado Mercado.

TRANSACCIÓN: Es la unidad de medida del marketing y la transacción es el intercambio entre dos partes donde por lo menos existen dos objetos de valor, de los cuales uno es requerido por una de las partes y el otro por la otra parte y estas partes acuerdan las condiciones, el lugar y el tiempo en que se hará.

MERCADO: Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto/servicio. Desde un punto de vista económico es el punto de reunión entre la oferta y la demanda.

SEGMENTACIÓN. La segmentación es la división del mercado en grupos diferentes de compradores con base en sus necesidades, características o comportamiento que requieran diferentes productos. Es la división del mercado en grupos con similares características, o sea homogéneos.

CLIENTE: es la persona que realiza un determinado pago y accede a un producto o servicio. El cliente, por lo tanto, puede ser un usuario (quien usa un servicio), un comprador (el sujeto que adquiere un producto) o un consumidor (la persona que consume un servicio o producto).

CLIENTE NUEVO y CLIENTE ANTIGUO: es más difícil mantener al cliente antiguo que conseguir clientes nuevos por eso hay que cuidarlos.

CLIENTE PERDIDO es cliente no recuperable.

**VOCABULARIO**

acceder, v (a) погоджуватися

acordar, v – (algo) домовитися про

acto, m – акт

adolescente, m – підліток

alcanzar, v – діставати, здобувати

ambiental, adj – відноситься до навколишнього середовища

ante, prep. – перед

calidad, f – якість

canalizar, v – направити в потрібне русло

capacidad adquisitiva – купівельна спроможність

contratar, v – наймати на роботу; укладати контракт

comportamiento, m – поведінка

cuidar, v – піклуватися, оберігати

creencia, f – віра; вірування

deseo, m – бажання

depender, v – (de algo) залежати (від)

derivar, v – відбуватися; витікати

detectar, v – виявляти

división, f – (раз)поділ

en este sentido – в цьому відношенні; в цьому сенсі; таким чином

entorno, m – оточення; середа

estado de ánimo – моральний дух, настрій

establecimiento, m – установа

estima, f – повага; шанобливість

estímulo, m – стимул; спонукання

genérico, adj – загальний, характерний

incidir, v – (en) впливати

individuo, m – індивід

manifestar, v – висловлювати; заявляти

mejoramiento, m – поліпшення; вдосконалення

noción, f – (de, sobre algo) поняття

obtención, f – (de algo) отримання, досягнення

¡ojo! – увага!

percibir, v – отримувати

petición, f – прохання

poseer, v – мати; володіти

reconocer, v – дізнаватися

recuperable, adj – відновний

rendimiento, m – продуктивність; ефективність

segmentación, f – поділ

seguridad, f – надійність; безпека

sin embargo – однак, проте

tener lugar – мати місце, відбуватися

trasladarse, v – переїхати

vivencia, f – подія (чиєї–л духовного життя); переживання

**6.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué componentes del mercadeo sabes?

2. ¿Qué es necesidad?

3. ¿Qué es deseo?

4. ¿Qué es demanda?

5. ¿Qué es valor?

6. ¿Qué es satisfacción?

7. ¿Qué es una calidad total?

8. ¿Qué es intercambio?

9. ¿Qué es transacción?

10. ¿Qué es segmentación?

11. ¿Qué es cliente?

**6.3** **Traduce al español.**

1. Нужда — це почуття нестачі чого–небудь. Попит — це загальний обсяг продукції, який може бути куплений певної споживчої групою на певній географічній території за певний період і в певній маркетинговій обстановці при певній програмі маркетингу.

2. Бажання у маркетингу, соціології, психології та менеджменті – це потреба, яка прийняла конкретну форму відповідно з рівнем культурні та особистісними характеристиками індивіда, а також оточуючими його умовами.

3. Товар – все, що може бути запропоновано на ринку для придбання з метою використання або споживання.

4. Обмін – це акт одержання бажаного продукту замість іншого. Бартер – це обмін безпосередньо товарами і послугами без участі грошей. Угода – це комерційний обмін цінностями на ринку між двома сторонами.

5. Маркетинг – це вид людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб і потреб за допомогою обміну.

6. Ринок – це сукупність існуючих або потенційних продавців і покупців будь–яких товарів.

7. Споживачі — юридичні, фізичні особи або їх потенційні групи, готові придбати товари або послуги, які перебувають на ринку, і які володіють правами вибирати товар, продавця, висувати свої умови в процесі купівлі–продажу.

**6.4 Rellena los huecos con los sustantivos del recuadro y no te olvides de poner los verbos entre paréntesis en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Presente de Subjuntivo, Pretérito Perfecto.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| capacidad | ánimo | vivencia | creencias | rendimiento |
| comportamiento | acto | deseos | inversiones | petición |

1. Espero que (cumplirse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ todos tus \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. 2. Nosotros (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que respetar a quienes tienen \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ diferentes a las nuestras. 3. Es un hombre de una gran \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que (merecer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una oportunidad para dirigir la empresa. 4. Voy a enviar una \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a la municipalidad para que (podar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ el árbol de la entrada. 5. Gracias a las condiciones climáticas y a las \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, el campo (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ un gran rendimiento este año. 6. En un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ realizado en la capital, el presidente (confirmar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que se presentará como candidato en búsqueda de la reelección. 7. ¿No cree que su \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (poder) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ levantar sospechas? 8. Transmito mi \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en el campo de batalla para que la gente (conocer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la tragedia de la guerra. 9. Necesito instalar algún programa que (ayudarme) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a mejorar el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de mi computadora. 10. Tenemos algunos problemas, pero con buen \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ todo (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ más fácil.

* 1. **Rellena los huecos con las preposiciones adecuadas: a, de, en, con, para, ante, en lugar de.**

1. Malentendido es cuando me das limonada \_\_\_\_\_ té helado.

2. Por ejemplo, estoy seguro \_\_\_\_\_ que puede imaginar cómo va a percibir el jurado a la Srta. Blanchard si ella accede \_\_\_\_\_ cooperar \_\_\_\_\_ el fiscal del distrito.

3. De ahí que hasta cierto punto el país dependa \_\_\_\_\_ la ayuda alimentaria internacional \_\_\_\_\_ satisfacer las necesidades generales de alimentación de su población.

4. Sin embargo, la limitación \_\_\_\_\_ los recursos financieros, en particular de los recursos básicos, incide \_\_\_\_\_ el alcance y el ritmo de esas reformas.

5. Tenemos una obligación \_\_\_\_\_ nuestros ciudadanos y \_\_\_\_\_ este órgano: garantizar que se cumplan nuestras resoluciones.

**Lección 7. TIPOS DEL MERCADEO (Parte 1)**

**7.1 Lee y traduce el texto:**

TIPOS DEL MERCADEO:

1. MERCADEO ESTRATÉGICO. – Podemos definir el marketing estratégico como un análisis sistemático y continuado de las características del mercado y del desarrollo de conceptos o de productos rentables, orientados hacia grupos de consumidores determinados, teniendo en cuenta la competencia y procurando alcanzar una ventaja competitiva defendible a largo plazo.

La gestión del marketing estratégico se sitúa en el medio y largo plazo, definiendo los objetivos, elaborando una estrategia de desarrollo y manteniendo una estructura equilibrada de la cartera de productos. El marketing estratégico interviene activamente en la orientación y formulación de la estrategia de la empresa. Facilita información sobre la evolución de la demanda, la segmentación del mercado, las posiciones competitivas y la existencia de oportunidades y amenazas. Igualmente, analiza las capacidades y recursos para adaptar la empresa al entorno y situarla en una posición de ventaja competitiva sostenible.

1. MERCADEO OPERATIVO. –También conocido como marketing OPERACIONAL. La gestión operativa del marketing se plantea en un horizonte temporal del medio y corto plazo y supone una actividad eminentemente táctica.

El marketing operativo gestiona las decisiones y puesta en práctica del programa de marketing–mix y se concreta en decisiones relativas al producto, precio, distribución y comunicación. Le compete, por tanto, al marketing operativo o táctico: planificar, ejecutar y controlar las acciones de marketing del cómo llegar.

“El marketing operativo se refiere a las actividades de organización de estrategias de venta y de comunicación para dar a conocer a los posibles compradores las particulares características de los productos o servicios ofrecidos. Se trata de una gestión de conquista de mercados a corto y medio plazo, más parecida a la clásica gestión comercial sobre la base de las cuatro P del marketing mix”.

1. MERCADEO INTERNO. – Se puede definirse el Marketing Interno como el conjunto de políticas o técnicas que permiten “vender” la idea de empresa, con sus objetivos, estructuras, estrategias y demás componentes, a un “mercado” constituido por unos “clientes internos”, los trabajadores, que desarrollan su actividad en ella, con el fin de incrementar su motivación y, consecuentemente, su productividad.

La empresa es un organismo vivo que, para mantenerse y progresar, debe adaptarse permanentemente al entorno en el que actúa. Su plantilla, lo mismo que el resto de los elementos que constituyen su organización, va cambiando, evolucionando y transformando sus aspiraciones personales y laborales. El “capital humano”: el trabajador, con su mayor grado de preparación, profesional y general, sus aspiraciones y, sobre todo, su actual concepción del trabajo, obliga a considerarlo de forma diferente a como se hacía en el pasado inmediato; a tratarlo como un cliente “interno” al que hay que conocer y atender en sus deseos y aspiraciones. Este es el objetivo último del Marketing Interno.

1. MERCADEO EXTERNO. – Marketing cuyas acciones se dirigen al mercado, en contraposición al Marketing Interno que se dirige hacia el interior de la empresa. Consiste en establecer la política de precios, la adopción de decisiones sobre el tipo de distribución, la campaña de publicidad, etc.
2. MERCADEO SOCIAL. –Podemos definir al marketing social empresario o marketing social corporativo, a los esfuerzos que una empresa realiza en apoyo o en ejecución de una campaña que promueva comportamientos socialmente favorables, en un grupo de individuos o en toda la comunidad. Las empresas pueden colaborar en la promoción de conductas sociales beneficiosas. Como ejemplo podemos mencionar: la prevención de enfermedades, campañas contra la drogodependencia, cuidado del medio ambiente, protección de los animales y donación de sangre. Por lo general, a la empresa le conviene participar y desarrollar campañas que tengan conexión con el núcleo de su negocio.

**VOCABULARIO**

a corto plazo – короткостроковий,

a largo plazo – довгостроковий

a medio plazo – середньостроковий

adaptar, v – algo a algo пристосувати,

amenaza, f – загроза

apoyo, m – підтримка, допомога

aspiración, f – (тж pl) прагнення, амбіції

atender, v – приділяти увагу; обслуговувати

capital humano – людські ресурси

competer, v – a uno/algo входити в обов'язки, компетенцію

competitivo, adj – конкурентоспроможний

concretarse, en algo – знайти свій вираз, здійснитися

conquista, f – захоплення

consecuentemente, adv – відповідно

contraposición, f – протиставлення

convenir, v – домовлятися

cuidado, m – турбота

defendible, adj – підлягає захисту

demás, adj – інший

donación de sangre – донорство

drogodependencia, f – наркозалежність

eminentemente, adv – особливо

enfermedad, f – хвороба

externo, adj – зовнішній

igualmente, adv – також; крім того

inmediato, adj – найближчий

interno, adj – внутрішній

mencionar, v – згадати

núcleo, m – ядро; сутність

plantearse, v – планувати

plantilla, f – штат; персонал

posición, f – положення

preparación, f – освіта, кваліфікація

prevención, f – запобігання

rentable, adj – дохідний; прибутковий

situarse, v – міститися, перебувати

sostenible, adj – стійкий

suponer, v – припускати; допускати

tener en cuenta – мати на увазі, брати до уваги

tratar, v – a uno/algo ставитися до когось/чогось

ventaja, f – перевага

**7.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es el mercadeo estratégico? ¿Cuál es su objetivo principal?
2. ¿Qué es el mercadeo operativo? ¿Cuál es su objetivo principal?
3. ¿Qué es el mercadeo interno? ¿Cuál es su objetivo principal?
4. ¿Qué es el mercadeo externo? ¿Cuál es su objetivo principal?
5. ¿Qué es el mercadeo social? ¿Cuál es su objetivo principal?

**7.3 Traduce al español.**

1. Стратегічний маркетинг – це вид підприємницької діяльності, спрямований на визначення своєї позиції на ринку послуг, що надаються підприємством, визначення стратегії для просування товарної групи або послуги від виробника до споживача.

2. Цілі стратегічного маркетингу полягають у систематичному зборі та аналізі отриманих даних по збуту продукції.

3. Оперативний маркетинг – це система вивчення ринку і впливу на нього.

4. Процес сегментації ринку – це розбивка ринку на певні групи споживачів зі схожими потребами щодо конкретного товару або послуги, достатніми ресурсами, а також готовністю і можливістю купувати.

5. Внутрішній маркетинг – маркетинг організації сфери послуг, який використовується для ефективної мотивації працівників, котрі безпосередньо контактують із клієнтами.

6. Зовнішній маркетинг є традиційною формою маркетингу, яка включає пошук клієнтів шляхом створення репутації бренду.

7. Соціальний маркетинг – проведення заходів або кампаній, спрямованих на зміну поведінки конкретної групи людей з метою поліпшення громадського здоров'я, захисту навколишнього середовища та інші.

**7.4 Rellena los huecos con los sustantivos del recuadro y no te olvides de poner los verbos entre paréntesis en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Presente de Subjuntivo, Futuro, Condicional, Pretérito Perfecto de Subjuntivo, Pretérito Indefinido.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| cuidado | a largo plazo | expertos | enfermedad | conquista |
| ventaja | capital humano | amenaza | cuenta | situación |

1. Los jóvenes (deber) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ comprender que realmente es posible evitar la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ teniendo precaución ya que esta enfermedad mortal (transmitirse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ por medios muy limitados.
2. Las pérdidas devastadoras de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (amenazar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la estabilidad política y la seguridad alimentaria.
3. La falta de crédito externo (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ para el crecimiento económico.
4. El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de enfermos (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una de las actividades más nobles que (poder) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ realizar una persona.
5. México está formulando un programa estratégico \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que (estar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en vigor (быть в силе) hasta 2025.
6. Ese tipo de cuestiones a medio plazo (deber) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ser examinadas por \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
7. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de esta heladera (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que consume un 15% menos de energía en comparación a los modelos similares de otras marcas.
8. Me molesta que tú (querer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ sacar ventaja de la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
9. No obstante, el sistema de ocio infantil necesita una reforma que (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ las nuevas condiciones económicas.
10. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del territorio enemigo nos (costar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ miles de vidas.

**7.5 Lee los 10 Mandamientos del Marketing 3.0, pon los verbos entre paréntesis en Imperativo Afirmativo (en la segunda persona).**

1. (Amar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a tus clientes y (Respetar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a tus Competidores.

2. (Sensibilizarse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ al cambio, y (mostrarse) dispuesto a la transformación.

3. (Cuidar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ tu nombre y (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ claro respecto a quien eres.

4. Los Clientes son diferentes, (dirigirse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ primero a los que más puedas beneficiar

5. (Ofrecer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ siempre un buen envase a un buen precio.

6. (Mostrarse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ siempre localizable (sea fácil de encontrar) y (difundir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ buenas noticias.

7. (Conseguir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Clientes, (conservarlos) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y (hacerlos) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ crecer – (Ofrecerles) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ un valor Agregado.

8. Sea cual sea tu negocio siempre será una empresa de SERVICIO.

9. (Perfeccionar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ su negocio, en termino de calidad, costo, servicio y entrega.

10. (Recopilar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la mejor información, pero (usar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la sabiduría para tomar decisiones.

**Lección 8. TIPOS DEL MERCADEO (Parte 2)**

**8.1 Lee y traduce el texto:**

MERCADEO DE COMPRAS. – El marketing de compras incluye todas las actividades que, en lo que se refiere a las compras de una empresa, conducen a la elaboración de los planes y las estrategias de compras que se implantarán posteriormente con respecto a:

1. Adaptación de los objetivos de la función de compras a los objetivos de la empresa. Las compras forman parte de la estrategia empresarial, a la cual dan apoyo. Para garantizar el cumplimiento de sus objetivos, es muy importante que las estrategias de compras deriven de los objetivos finales de la empresa.
2. Segmentación de los productos/servicios que la empresa compra en función de las variables críticas (importancia de la compra para la compañía y riesgo de suministro de ésta). Esta segmentación es muy importante ya que, de la misma manera que en el marketing los segmentos de mercado de clientes finales permiten identificar los diferentes posicionamientos del producto, en los segmentos en que pueden agruparse los diferentes tipos de compras no pueden aplicarse las mismas estrategias.
3. Estudio de los mercados de compras. De la misma manera que en marketing no pueden tomarse decisiones sin conocer el mercado que quiere servirse (su importancia, su rentabilidad, su crecimiento, etc.), no pueden elaborarse planes efectivos de compra si no se tiene un conocimiento profundo del mercado de proveedores del producto/servicio que se compra.
4. Elaboración de la estrategia de compras. Con todas las actividades indicadas anteriormente puede elaborarse el llamado plan de compras o estrategia de compras (como el plan de marketing), donde se reflejan de manera documentada, consensuada y con una visión a largo plazo, los objetivos, las variables competitivas por líneas de productos, los planes y los indicadores integrados de la función de compras.
5. Organización del área de compras. Teniendo en cuenta que no hay ninguna estrategia que pueda implantarse sin una estructura organizada de recursos humanos, la estructuración del departamento de compras es clave para la ejecución correcta del plan. Dentro de esta estructuración, se incluye la definición de los roles y las responsabilidades de sus integrantes, así como de los objetivos e indicadores de cumplimiento de los mismos. No podemos olvidar la función de relaciones públicas y de embajadora de la empresa que ejerce muchas veces el área de compras.

MERCADEO PERSONAL. –El marketing no se aplica únicamente a los productos y servicios también podemos aplicarlo de forma individual a nuestra persona, a esto le llamamos marketing personal. El hecho de venderse a uno mismo no tiene grandes secretos: hay que conocer el ‘producto’ y mostrarlo a los demás presentando su mejor cara. No se trata de mentir, sino de resaltar nuestros puntos fuertes en los procesos de selección de personal. Lo difícil es conseguir un buen resultado en cada una de las fases, ya que es casi un arte que requiere cierta práctica.

Pero hay muchas estrategias que te ayudarán, aunque antes de empezar con ellas es mejor que reflexiones sobre:

* Lo que puedes ofrecer a las empresas: conocimientos, experiencia, habilidades personales.
* Tu proyecto profesional: qué te gusta hacer y qué detestas, en qué tipo de empresas o sectores te interesa trabajar y en qué condiciones.
* Cuando tengas claro qué puedes ofrecer y qué objetivo persigues, debes estudiar el mercado para ver lo que hay: sectores con más oferta de empleo, qué piden las empresas, qué salarios ofrecen, etc.
* Toda esta información te servirá para preparar un plan de acción personalizado.

**VOCABULARIO**

agruparse, v – групуватися

aplicarse, v – займатися, працювати

así como – так само як; такий, як

clave, f – ключ; код

con respecto a – що стосується, щодо

consensuar, v – взяти на основі консенсусу

crecimiento, m – зростання

cumplimiento – m виконання; виконання

dar (prestar) apoyo – надавати підтримку

de la misma manera – таким же чином

decisión, f – рішення

departamento, m – департамент; відділ

detestar, v – живити відраза; ненавидіти

ejercer, v – здійснювати; виконувати

elaboración, f – виробництво; обробка

embajador, m – посол

estructuración, f – структурування

habilidad, f – спритність, хитрість

formar parte de una cosa – складати частину

implantarse, v – бути заснованим, введеним

indicador, m – індикатор, показник

integrante, m – член; учасник

posicionamiento, m – позиціонування

proveedor, m – постачальник

reflejarse, v – відбиватися

reflexionar, v – міркувати; обмірковувати

rentabilidad, f – рентабельність, прибутковість

resaltar, v – виступати; відрізнятися

responsabilidad, f – відповідальність

riesgo, m – ризик; небезпека

se trata de... – мова йдеться про

salario, m – заробітна плата

suministro, m – постачання; доставка

únicamente, adv – тільки, лише

visión, f – бачення, точка зору

**8.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es el mercadeo de compras? ¿Cuál es su objetivo principal?
2. ¿Qué estrategias del mercadeo de compras sabes?
3. ¿Qué es el mercadeo personal? ¿Cuál es su objetivo principal?
4. ¿Qué estrategias del mercadeo personal sabes?

**8.3 Traduce al español.**

1. Торговий маркетинг — це маркетинг торговельних послуг, що включають закупівлю товарів і формування торгового асортименту у відповідності з попитом покупців, організації торговельних процесів та обслуговування населення, надання інформації споживачам і внутримагазинную рекламу, надання додаткових торгових послуг та ін.

2. Традиційна концепція маркетингу виділяє чотири складових комплексу — товар, ціну, канали розподілу і просування. Крім цього, необхідно ще додати ще три додаткових чинника — розташування, персонал та оформлення, — надають вплив на маркетингову діяльність підприємств торгівлі.

3. Типовими інструментами торгового маркетингу (трейд маркетингу) є: бонуси; дисконти; премії торговому персоналу при виконанні поставлених маркетингових завдань, акції просування, конкурси, роздача безкоштовних зразків і т. д.

4. Мета торгового маркетингу, звернена до споживача, стимулювати бажання споживачів вибрати конкретний товар, торгову марку.

5. Необхідно з допомогою психометричних методів домогтися того, щоб змусити покупця звернути увагу на наші товари і сприймати їх у вигідному світлі, формуючи інтерес до них, підштовхуючи тим самим до купівлі.

**8.4 Lee el artículo “¿Qué es lo que más compran los colombianos en Amor y Amistad?” y rellena los huecos con las preposiciones adecuadas: a, de, en, con, por, para, desde, según, sin.**

Por esta época los colombianos andamos buscando el mejor regalo \_\_\_\_ nuestra pareja o mejor amiga y queremos siempre sorprender \_\_\_\_ el mejor detalle. Colombia es un país que guarda muchas tradiciones y esta fecha \_\_\_\_ el mes de septiembre se convierte \_\_\_\_ dinamizador del mercado que todos los negocios quieren aprovechar. El amor y la amistad es una \_\_\_\_ las seis jornadas comerciales más importantes \_\_\_\_ Colombia, junto \_\_\_\_ navidad, día de la madre, día del padre, día de los niños y el más reciente y no más importante día de los amigos.

5 regalos que más compran los colombianos en Amor y Amistad:

1. Celulares: es un mercado que cada día crece más y el 70 \_\_\_\_ ciento de los colombianos afirma que no podría pasar más de un día \_\_\_\_ su celular, según el Centro Nacional de Consultoría.
2. Relojes: cada vez más los hombres y las mujeres usan relojes, \_\_\_\_ el neuromarketing este accesorio acentúa su personalidad y \_\_\_\_ acuerdo a su valor demuestra el estrato que cada uno pertenece.
3. Perfumes: Este mercado crece exponencialmente y pocos son los que salen \_\_\_\_ la calle \_\_\_\_ una loción en su cuerpo.
4. Gafas de sol: Uno de los accesorios preferidos de los colombianos \_\_\_\_ décadas atrás y que se encuentra dentro de los más consultados \_\_\_\_ internet.
5. Maquillaje: gran parte \_\_\_\_ los gastos de la mujer es en estos productos y \_\_\_\_ las nuevas tendencias los hombres ya lo incluyen \_\_\_\_ sus compras regulares.

**8.5 Rellena los huecos con los sustantivos del recuadro y no te olvides de poner los verbos entre paréntesis en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Presente de Subjuntivo, Pretérito Indefinido, Pretérito Perfecto.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| habilidad | decisión | crecimiento | apoyo | decadencia | clave |
| proveedor | indicador | cumplimiento | partido | fecha | punto |

1. El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del pacto es imprescindible para que el proyecto (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ éxito.
2. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del éxito no existe, aunque todos (empeñarse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en buscarla.
3. Ayer (haber) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una falta en el cumplimiento del tercer \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del contrato.
4. Para solucionar este tipo de problemas (necesitarse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ especial.
5. La llegada de miles de turistas a la ciudad durante el último fin de semana es un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que (anticipar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una gran temporada de verano.
6. Si quieres que el Estado (concederte) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ un subsidio para tu investigación, tienes que presentar algunas pruebas que (servir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a tu hipótesis.
7. Un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_de fútbol exige que el jugador (tomar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ decisiones rápidas y precisas.
8. La clave de mi cuenta de email (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de cumpleaños de mi hija.
9. Argentina (llevar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ nueve trimestres consecutivos de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ económico.
10. El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de agua todavía no (llegar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, así que no puedo ofrecerte algo fresco por el momento.
11. Ellos (ofrecerme) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ un nuevo puesto en el exterior, pero mi \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ fue quedarme en la oficina ya que estoy muy cómodo.
12. El éxito de un personaje televisivo de esta clase (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ un indicador de la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ cultural del país.

**Lección 9. TIPOS DEL MERCADEO (Parte 3)**

**9.1 Lee y traduce el texto:**

MERCADEO MIX.– El marketing mix o mezcla de mercadeo es un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una organización para cumplir con los objetivos de la entidad. Esto quiere decir que el marketing mix está compuesto por la totalidad de las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción (Publicidad). El marketing mix apela a diversos principios, técnicas y metodologías para incrementar la satisfacción del cliente a partir de la gestión de las mencionadas Cuatro P.

MERCADEO DIRECTO. – Para Kotler y Armstrong, el marketing directo “consiste en las conexiones directas con consumidores individuales seleccionados cuidadosamente, a fin de obtener una respuesta inmediata y de cultivar relaciones duraderas con los clientes”.

Podemos definir al marketing directo como un sistema de comercialización que utiliza uno o más medios de comunicación y distribución directa para establecer conexiones uno a uno con clientes individuales que han sido cuidadosamente seleccionados, a fin de obtener una respuesta inmediata y de cultivar relaciones duraderas con ellos. El marketing directo es la comunicación a través de determinados medios que introduce la posibilidad de suscitar una reacción. El marketing directo tiene dos objetivos: Ganar clientes y fomentar la fidelidad de los mismos.

Por su parte, el objetivo de la fidelidad de los clientes puede estar dirigido a que repitan la compra o a mantener la adquisición permanente de un producto. También aquellas organizaciones cuyo objetivo primordial no es la venta de productos, desarrollan el marketing directo: para ganar socios, patrocinadores y para la información y formación de opinión.

MERCADEO POLÍTICO. – En general, debe entenderse como el conjunto de técnicas empleadas para influir en las actitudes y en las conductas ciudadanas en favor de ideas, programas y actuaciones de organismos o personas determinadas que detentan el poder, intentan mantenerlo y consolidarlo, o aspiran a conseguirlo. Con todo ello, al marketing político lo debemos entender, por una parte, como un conjunto de técnicas que permiten captar las necesidades del mercado electoral para construir, con base en esas necesidades, un programa ideológico que las solucione y ofreciendo un candidato que personalice dicho programa y al que apoya mediante la publicidad política.

MERCADEO RELACIONAL. –También llamado MARKETING ONE TO ONE. Manuel Alfaro lo define como” un esfuerzo integrado para identificar y mantener una red de clientes, con el objetivo de reforzarla continuamente en beneficio de ambas partes, mediante contactos e interacciones individualizados que generan valor a lo largo del tiempo”.

El Marketing Relacional, como su nombre lo indica, busca crear, fortalecer y mantener las relaciones de las empresas comercializadoras de bienes y servicios con sus clientes, buscando lograr el máximo número de negocios con cada uno de ellos. Su objetivo es identificar a los clientes más rentables para establecer una estrecha relación con ellos, que permita conocer sus necesidades y mantener una evolución del producto de acuerdo con ellas a lo largo del tiempo. El marketing relacional es la intersección entre el marketing y las relaciones públicas.

Característica principal: Individualización: Cada cliente es único y se pretende que el cliente así lo perciba con una comunicación directa y personalizada.

MERCADEO VIRTUAL. – Es conocido como marketing virtual, marketing online, cibermarketing, e–marketing o e–commerce. El concepto de Marketing virtual se refiere a la utilización de Internet para aplicar el marketing directo con el fin de desarrollar potenciales clientes, convertirlos en clientes y mantenerlos.

El marketing virtual es el enfoque de las estrategias de marketing real al mundo del internet y a todas sus aplicaciones, como son redes sociales, páginas Web o correo electrónico. Es una opción cada vez más utilizada por las empresas para promocionar y difundir sus productos y servicios a un costo muy bajo comparado con otras acciones.

MERCADEO DE NICHO: Se concentra en subsegmentos o segmentos más acotados con características distintivas que buscan una determinada combinación de objetivos. Se trata de grupos más pequeños.

MICROMARKETING: Adapta los productos y acciones comerciales a los gustos de cada individuo. Ej.: un traje hecho a medida

**VOCABULARIO**

a fin de + inf – з метою чого, + інф

a lo largo – (de algo) протягом

apelar, v (a) звернутися до; вдатися до чого

apuntar, v – мати намір + інф

aspirar, v (a) прагнути (до чого–л)

captar, v – розуміти

ciudadano, adj – цивільний

conducta, f – поведінка

conexión, f – зв'язок; взаємозв'язок

consolidar, v – зміцнювати, об'єднувати

cultivar, v – підтримувати, розвивати

detectar, v – виявляти

electoral, adj – виборчий

en favor (de), loc prep – на користь

enfoque, m – (de algo) підхід (до чого); погляд (на щось)

estar compuesto (de) – складатися з

fidelidad, f – вірність; відданість

fortalecer, v – зміцнювати

ganar, v – заробляти; добиватися

influir, v – (en) впливати на кого, що

intersección, f – перетин

nicho, m – поглиблення; ніша

plaza, f – ринок; посада

patrocinador, m – покровитель; спонсор

personalizar, v – персоналізувати

poder, m – сила; влада

posibilidad, f – можливість

primordial, adj – перший; найважливіший

reforzar, v – зміцнювати; посилювати

socio, m – компаньйон; партнер

subsegmento, m – підгрупа

suscitar, v – викликати; породити

totalidad, f – сукупність; загальна кількість

**9.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es el mercadeo mix? ¿Cuál es su objetivo principal?
2. ¿Cuáles son las Cuatro P?
3. ¿Qué es el mercadeo directo? ¿Cuál es su objetivo principal?
4. ¿Qué es el mercadeo político? ¿Cuál es su objetivo principal?
5. ¿Qué es el mercadeo relacional? ¿Cuál es su objetivo principal?
6. ¿Qué es el mercadeo virtual? ¿Cuál es su objetivo principal?
7. ¿Qué es el mercadeo de nicho? ¿Cuál es su objetivo principal?
8. ¿Qué es el micromarketing? ¿Cuál es su objetivo principal?

**9.3 Traduce al español.**

1. Маркетинг–мікс – це особливий набір засобів, який дозволяє маркетологу досягти головної мети: задовольнити потреби покупців і підвищити продажі. За допомогою цих коштів формується попит і здійснюється управління поведінкою споживача.

2. Прямий маркетинг – це сукупність заходів, за допомогою яких продавець, вдаючись виключно до сучасних засобів масової інформації, здійснюють реалізацію товарів і послуг, використовуючи поштовий зв'язок, каталоги, пресу, комп'ютерні мережі, телефон разом з адресними списками і базами даних.

3. Політичний маркетинг — це заснована на вивченні виборців система «особистісного» ("створення і висування кандидатів), «програмного» (розробка програмних, ідеологічних та інших документів) та інформаційного (реклама) впливу на виборців з метою здобуття влади.

4. Віртуальний маркетинг —це система знань про пропозицію товару на ринку на основі інформаційних технологій, інтегруючих маркетингову діяльність у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства.

5. Мікромаркетинг – це процес виявлення потреб споживачів, а також способів задоволення цих потреб за допомогою вибору потрібної стратегії.

**9.4 Rellena los huecos con los sustantivos adecuados del recuadro.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| publicidad | pérdidas | dispositivo | conexión | fidelidad |
| velocidad | cabo | enfoque | conducta | socio |

1. Voy a tratar de conseguirte trabajo en el Ministerio de Economía: tengo una \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ importante allí.
2. El objetivo de una \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ es suscitar el interés de compra de los potenciales consumidores.
3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ es una palabra que se emplea en el idioma español para hacer referencia a la acción y la consecuencia de enfocar.
4. El Tribunal de Disciplina anunció que castigará la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del jugador.
5. Necesito un socio para poder llevar a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ este proyecto.
6. Los empresarios siempre se quedan con las ganancias, pero las \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ las reparten entre los empleados.
7. Se trata de un sistema que, a través de radiaciones electromagnéticas, permite detectar la localización o la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de un objeto.
8. Estamos en problemas: un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ se retiró de la empresa y no tenemos más capital.
9. Antena es un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que, instalado en una máquina, permite captar o emitir radiación electromagnética.
10. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ es la unión de dos seres vivos sin importar las consecuencias que esto pueda traer.

**9.5 Rellena los huecos con los verbos del recuadro y no te olvides de ponerlos en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Pretérito Indefinido, Presente de Subjuntivo, Futuro.**

1. Nuestras cámaras de vigilancia (captar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ varias imágenes del terrorista, aunque la máscara obviamente hace imposible el reconocimiento de retinas.
2. En 2005 el Programa EMPRETEC (consolidar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ su presencia en América Latina y en las regiones africanas de lengua francesa e inglesa.
3. El equipo de evaluación (detectar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ varias esferas en que es necesario adoptar con urgencia medidas concretas.
4. Algunos países tomarán medidas concretas para asegurar que las preocupaciones de género (reflejarse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en las políticas y programas ambientales.
5. Los párrafos (agruparse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ por funciones y opciones.
6. Cuando (ganar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, Troels no se olvidará de los que le apoyaron.
7. Pero puede que me (influir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ el punto de vista de los otros.
8. Es lógico que los acontecimientos de las semanas pasadas (suscitar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ sentimientos profundos.
9. Si (aspirar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a heredar mi propiedad debes probar que lo mereces.
10. En el futuro éste (reforzar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ diversos aspectos de la adquisición de experiencia práctica.

**Lección 10. TIPOS DEL MERCADEO. (Parte 4)**

**10.1 Lee y traduce el texto:**

MERCADEO TECNOLÓGICO. –Existe una disciplina que podemos llamar Marketing Tecnológico (MktT), que desarrolla, aplica y gestiona las distintas acciones, contenidos y propuestas que se pueden articular en la red. Es evidente que necesitamos de una disciplina que tenga en cuenta no solo los aspectos de marketing tradicional, sino que además desarrolle, implemente, supervise, conozca las nuevas tecnologías, las nuevas posibilidades y virtudes de la red, ya que, en los próximos años, veremos como todo pasara por Internet. Empresas, marcas, pequeños negocios, educación, TV, radios, contactos sociales…en definitiva usuarios/ visitantes, que quieren y necesitan adquirir bienes y servicios. Por tanto, dependerá del marketing tecnológico para que encuentren en tu portal virtual lo que buscan, o en el de la competencia.

MERCADEO GLOBAL. – También conocido como MERCADEO INTERNACIONAl. La globalización mundial y la tendencia de los países a agruparse en bloques económicos, llevaron a las grandes compañías a establecer estrategias tendientes a desarrollar sus negocios a niveles regionales, borrando los límites políticos e internacionalizando su marketing, considerando a la región como un gran mercado; a esta tendencia se la conoce como marketing global.

Para poder implementar correctamente el marketing global, se utilizan las mismas herramientas que las del marketing doméstico (es decir el que se utiliza en un solo país o área), y a partir de ellas (que se tomarán como punto de partida), se desarrollará el marketing global mediante la incorporación de todos los estudios y conocimientos que son exclusivos del comercio exterior.

Por tanto, Marketing internacional o marketing global se refiere al marketing ejecutado por empresas transatlánticas o a través de las fronteras nacionales. Esta estrategia utiliza una ampliación de las técnicas utilizadas en el país principal de la empresa. Otra definición bastante exacta es la siguiente: “Es un Sistema, Proceso y Conjunto de Actividades Dinámicas disponibles para colocar un Producto o Servicio, en cualquier parte del mundo en el momento oportuno con las condiciones requeridas a un determinado segmento del Mercado, para satisfacer las necesidades de los consumidores en un mercado altamente competitivo y globalizado”.

MERCADEO ECOLÓGICO. –Se pueden distinguir dos tipos de marketing ecológico desde una perspectiva social y desde otra empresarial.

Desde la perspectiva social, este marketing ecológico, es una parte del marketing social, que podemos definir como un conjunto de actividades que buscan incentivar a la sociedad para crear conciencia ecológica y mejorar comportamientos que pueda ser beneficiosos para el medio–ambiente. Se trata de actuaciones llevadas a cabo por empresas sin ninguna finalidad de lucro (ONG), solo para difundir ideas y comportamientos medioambientales deseables entre los ciudadanos y las instituciones de los países.

Desde la perspectiva empresarial podemos decir que el marketing ecológico es el que se aplica para vender productos ecológicos, es decir el que busca satisfacer las necesidades sin dañar al medio ambiente. Con ello se contribuye a un desarrollo sostenible de la economía y de la sociedad.

MERCADEO MASIVO: Se trata de un marketing donde se ofrecen productos masificados, o sea que se producen masivamente y por ende la distribución y la promoción es masiva también. Se trata de un solo producto sin diferenciación donde su costo de producción es relativamente bajo.

Las ventajas que tiene es que se trabaja con un mercado potencial muy grande porque se trata de abarcar a casi todo el territorio. Los costos son bajos, lo que significa que o se fija un precio bajo o no, según a la rentabilidad deseada y las condiciones que se den en el mercado.

Las desventajas son que los mercados, actualmente, están mucho más fragmentados y han proliferado los medios de comunicación y de distribución lo que lleva a encontrar menos oportunidades con un producto masivo.

MERCADEO DE SEGMENTO: Los compradores difieren en sus necesidades, percepciones y comportamientos de compra. El marketing de segmento aísla diferentes grupos de mercado. Cada grupo pasa a ser un mercado con el cual se trabaja y al que se debe conocer mucho no solo de la competencia sino del comportamiento de sus integrantes, los consumidores. El marketing debe ser el adecuado para cada grupo con el que se trabaje o se dirijan las empresas.

**VOCABULARIO**

abarcar, v – охоплювати

aislar, v – ізолювати, відокремити

altamente, adv – у вищій ступені; надзвичайно

ampliación, f – розширення; збільшення

aplicar, v (a) застосовувати, використовувати

articular, v – з'єднати, збирати (докупи)

borrar, v – прати; викреслювати

comportamiento, m – поведінка

contenido, m – вміст

diferenciación, f – диференціація; розшарування

diferir, v – різнитися, відрізнятися

disponible, adj – наявний;

distinguir, v – (de, entre) розрізняти; виділяти

en definitiva – отже; так от; одним словом

exclusivo, adj – винятковий

fijarse – помічати; звертати увагу

gestionar, v – робити якісь кроки

incentivar, v (a uno, algo) заохочувати; стимулювати що

incorporación, f – включення; приєднання

internacionalizar, v – інтернаціоналізувати

integrante, m – член; учасник

implementar, v – здійснити

medio ambiente – навколишнє середовище

momento oportuno – підходящий момент

no sólo... sino (además, también) – не тільки..., але й

percepción, f – розуміння

por ende – тому

propuesta, f – пропозиція

punto de partida – відправна точка

red, f – мережа, інтернет

relativamente, adv – щодо, порівняно

sostenible, adj – стійкий

supervisar, v – інспектувати; ревізувати

tendiente a, adj – спрямований на

usuario, m – споживач; користувач

virtud, f – гідність

**10.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es el mercadeo tecnológico? ¿Cuál es su objetivo principal?
2. ¿Qué es el mercadeo global? ¿Cuál es su objetivo principal?
3. ¿Qué es el mercadeo ecológico? ¿Cuál es su objetivo principal?
4. ¿Qué es el mercadeo masivo? ¿Cuál es su objetivo principal?
5. ¿Qué es el mercadeo de segmento? ¿Cuál es su objetivo principal?

**10.3 Traduce al español.**

1. Технологічний маркетинг розвивається в двох напрямках. По–перше, він спрямований на прогрес технологій, а по–друге, на задоволення потреб існуючих і потенційних покупців, яким необхідно запропонувати конкурентоспроможні рішення.

2. Міжнародний маркетинг — комплекс заходів за межами країни в галузі досліджень торговельно–збутової діяльності підприємства та вивчення усіх факторів, що роблять вплив на процес виробництва і просування товарів і послуг від виробника до споживача.

3. Екологічний маркетинг – це задоволення потреби орієнтованого на збереження екології та розумності користування ресурсами спільноти в екологічних товарах і послугах. Екологічний маркетинг – це маркетинг екологічних товарів і послуг.

4. Масовий маркетинг – ринкова стратегія одночасного задоволення потреб у товарах та послугах великого числа споживачів.

5. Сегментація – об'єднання об'єктів у групи за спільними ознаками. Сегментація у маркетингу – управлінський підхід до процесу прийняття підприємством рішень на ринку, основа для вибору правильного поєднання елементів маркетингу.

**10.4 Rellena los huecos con los sustantivos del recuadro y no te olvides de poner los verbos entre paréntesis en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Presente de Subjuntivo, Pretérito Indefinido.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| gobierno | curso | exención | propuesta | gerencia |
| estrategia | contenido | usuario | reclamo | ambiente |

1. De acuerdo a los cálculos realizados por los economistas, la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del pago del Impuesto a las Ganancias (poder) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ abarcar a más de 300.000 contribuyentes.
2. No quiero que mi hijo (leer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ libros de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ adulto.
3. Buenas tardes, quisiera hacer un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ por la interrupción del servicio; mi número de usuario (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 53542.
4. El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ provincial se comprometió a construir un hospital que (poder) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ abarcar diversas especialidades que hoy no están cubiertas en la región.
5. La palabra \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ se utiliza para denominar al conjunto de empleados de alta calificación que (encargarse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de dirigir y gestionar los asuntos de una empresa.
6. En estos momentos estoy realizando un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de marketing en la universidad, trabajó ocho horas diarias en una oficina y ayudo a un comedor infantil de mi barrio: lo siento, pero no creo que (poder) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ abarcar nada más.
7. Tengo una \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ laboral muy interesante para hacerte: espero que tú la (considerar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
8. Un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de Facebook (suicidarse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a causa de las críticas que sus amigos (dejar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en su muro virtual.
9. El gobierno (anunciar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ diversas medidas restrictivas para evitar que las industrias contaminen el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
10. Bajar los precios durante el Mundial (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una gran \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de marketing.

**10.5 Lee algunas frases célebres de Charles Darwin y rellena los huecos con las preposiciones adecuadas: a, en, de, por, a través de, después de, debajo de, dentro de, entre.**

Charles [Darwin](http://www.muyinteresante.es/revista-muy/noticias-muy/articulo/quien-descubrio-antes-la-evolucion-wallace-o-darwin-551395046711) (12 de febrero de 1809 – 19 de abril de 1882), fue un biólogo, geólogo y naturalista británico responsable \_\_\_\_\_\_\_\_ sentar las bases de la teoría de la [evolución](http://www.muyinteresante.es/naturaleza/articulo/la-promiscuidad-frena-la-evolucion-911491837821) \_\_\_\_\_\_\_\_ la selección natural. Su obra más famosa es 'El origen \_\_\_\_\_\_\_\_ las especies' de 1859 \_\_\_\_\_\_\_\_ la que expone numerosos ejemplos de evolución \_\_\_\_\_\_\_\_ selección natural extraídos de la observación de la naturaleza. Darwin falleció el 19 de abril de 1992 a la edad de 73 años \_\_\_\_\_\_\_\_ causa de una Insuficiencia cardíaca. Hoy repasamos sus citas más famosas:

"Los instintos naturales se pierden \_\_\_\_\_\_\_\_ estado doméstico".

"El amor \_\_\_\_\_\_\_\_ todas las criaturas vivientes es el más noble atributo del hombre".

"Nos detuvimos \_\_\_\_\_\_\_\_ busca de monstruos \_\_\_\_\_\_\_\_ la cama cuando nos dimos cuenta de que estaban \_\_\_\_\_\_\_\_ nosotros".

"Un mono americano, \_\_\_\_\_\_\_\_ emborracharse de brandy, nunca más lo tocaría, y esto es mucho más sabio \_\_\_\_\_\_\_\_ lo que harían la mayoría de hombres".

"Los viajes permiten descubrir que hay \_\_\_\_\_\_\_\_ el mundo muchas personas \_\_\_\_\_\_\_\_ corazón excelente, dispuestas siempre a serviros aun cuando no se les haya visto jamás ni vayan a volverse \_\_\_\_\_\_\_\_ encontrar nunca".

"No hay ninguna diferencia fundamental \_\_\_\_\_\_\_\_ el hombre y los animales en su capacidad \_\_\_\_\_\_\_\_ sentir placer y dolor, felicidad y miseria".

"El hombre al que le preocupa gastar una hora \_\_\_\_\_\_\_\_ su tiempo, aún no ha descubierto el valor \_\_\_\_\_\_\_\_ la vida".

**Lección 11. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

**11.1 Lee y traduce el texto:**

El objetivo de la promoción de un producto es aumentar las ventas, atraer clientes, mejorar el reconocimiento del producto y mejorar la identidad de marca. La promoción del producto beneficia a las empresas mediante la generación de demanda por parte de los consumidores, y beneficia a los consumidores al proporcionar la información necesaria sobre la disponibilidad del producto y sus usos. Debido a la intensa competencia, es fundamental planificar una estrategia eficaz antes de iniciar una campaña de promoción. Es especialmente importante para las pequeñas empresas utilizar sus limitados recursos con eficacia.

*Actividades*

Las actividades de promoción de ventas incluyen campañas publicitarias, presentaciones de productos, ferias, campañas libres de muestra, seminarios sobre temas relacionados con los medios de comunicación, campañas, venta telefónica, venta puerta a puerta, campañas de correo directo y otras actividades – la amplitud de las actividades de promoción de ventas se ve limitada sólo por la creatividad. Para montar una campaña de promoción de productos efectiva, sin embargo, debes ser consciente de la psicología del cliente y los patrones de compra, así como la naturaleza y el alcance de tu competencia.

*Estrategias de empuje*

Las estrategias promocionales de empuje son llevadas por la demanda. Una estrategia de empuje está diseñada para comercializar el producto a intermediarios, como los mayoristas y minoristas, para convencerlos de proporcionar espacio en los estantes para el producto y para publicidad. La campaña implica generalmente ofrecer descuentos, pruebas gratuitas, garantías de calidad y otros medios de persuasión. El fabricante de un nuevo producto puede ofrecer el producto a los revendedores en consignación para reducir el riesgo para el distribuidor.

*Estrategias de atracción*

Las estrategias de atracción responden a la demanda porque se dirigen al usuario final. Fabricantes y mayoristas utilizan esta estrategia cuando los minoristas son reacios a llevar su producto por alguna razón – el producto puede ser demasiado caro para vender en las tiendas, por ejemplo. Las estrategias de atracción incluyen muestras gratuitas, eventos públicos promocionales, tales como concursos, ventas puerta a puerta, reparto en puntos de venta, campañas de mercadeo en Internet y campañas de telemercadeo. Las campañas mediáticas destinadas a asociar el producto con un bien público (como la ecología, por ejemplo) se pueden clasificar como estrategias de tracción indirecta, ya que en última instancia se dirigen a los consumidores, pero no suponen una solicitud directa de compra.

*Estrategias híbridas*

Las estrategias de promoción híbridas incorporan elementos tanto de atracción como de empuje. Un tipo de estrategia híbrida consiste en iniciativas simultáneas tanto a distribuidores como usuarios finales. Otro tipo implica asociarse con los minoristas para ayudarles a vender el producto, a menudo parcialmente a expensas del fabricante o del mayorista. El mercadeo en red es una estrategia híbrida particularmente innovadora porque recluta a personas que funcionan como revendedores y usuarios finales al mismo tiempo.

**VOCABULARIO**

a expensas de – за рахунок

amplitud, f – ширина; обширність

alcance, m – доступність, досяжність

asociar, v (a, con) асоціювати

beneficiar, v – бути корисним, вигідним

campaña, f – кампанія

competencia, f – конкуренція

consignación, f – асигнування

convencer, v (a alguien de algo) переконувати

correo directo – пряма поштова розсилка

de muestra – зразковий

descuento, m – знижка

disponibilidad, f – наявність

eficaz, adj – ефективний

eficacia, f – ефективність

empuje, m – поштовх; напір; тиск

estante, m – полка

fabricante, m – виробник

feria, f – ярмарок

generación, f – виникнення; зародження

gratuito, adj – безкоштовний

implicar, v – мати на увазі

identidad, f – ідентичність

intermediario, m – посередник

mayorista, m, f – оптовий торговець

mediático, adj – стосовний до ЗМІ; інформаційний

minorista, m – роздрібний торговець

montar una campaña – почати компанію

parcialmente, adv – частково

patrón, m – зразок; модель

persuasión, f – переконання

proporcionar, v – надавати

prueba, f – зразок

publicitario, adj – рекламний

reconocimiento, m – впізнавання

reclutar, v – набирати; наймати

reparto, m – доставка; розподіл

revendedor, m – перекупник

ser consciente (de algo) – усвідомлювати що

ser reacio a + inf – чинити опір

simultáneo, adj – одночасний

tracción, f – тяга; сила тяги

**11.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Cuál es el objetivo de la promoción de un producto?
2. ¿Cómo la promoción del producto beneficia a las empresas y a los consumidores?
3. ¿Qué sabes de las actividades de promoción de ventas?
4. ¿Qué sabes de las estrategias promocionales de empuje?
5. ¿Qué sabes de las estrategias de atracción?
6. ¿Qué sabes de las estrategias de promoción híbridas?

**11.3 Traduce al español.**

1. У бізнесі дуже важливо точно сформулювати завдання і визначити маркетингову стратегію.

2. Просування товару– це всілякі заходи, з допомогою яких фірма інформує, переконує або нагадує споживачам про свій товар та про себе самої.

3. Стратегія проштовхування орієнтована на торгового посередника в надії на те, що він сам буде просувати товар по каналу розподілу до кінцевого покупця.

4. Реклама– це інформація, поширювана в різній формі про фірму, товари, ідеях і починаннях, яка призначена для певного кола осіб і покликана формувати і підтримувати інтерес до об'єкта реклами.

5. Особистий продаж– це усне представлення товару в ході бесіди між продавцем і покупцем з метою збільшення обсягів продажів.

6. Головна мета просування – стимулювання попиту.

7. До основних методів просування товару зазвичай відносять особисті або персональні продажі; рекламу; стимулювання збуту; торгівлю і спонсорство.

8. Основні типи оптових посередників— це дистриб'ютори, збутові агенти, комісіонери, товарні брокери й маклери, консигнаторы, повірені, дилери, збутові організації промислових компаній, незалежні оптовики–купці та ін.

**11.4 Rellena los huecos con los sustantivos del recuadro.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| dibujo | muestra | mayorista | competencia | reparto |
| efectivo | campaña | amplitud | negocio | descuento |

1. Esta región se caracteriza por la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ térmica: los días son calurosos, mientras que por las noches se registran temperaturas muy bajas.
2. En el supermercado anuncian que esta semana realizarán un 25% de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en los productos lácteos.
3. Les pedí a mis alumnos que copien el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de muestra en sus cuadernos.
4. Nueva \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ contra el tabaco promueve una vida más sana.
5. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ por el puesto de gerente me tiene un poco preocupado.
6. Necesito una \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de telas, por favor.
7. Si paga en \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, puedo hacerle un 10% de descuento sobre el total de la factura.
8. El hombre de la tienda de zapatos me dijo que el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ aún no le había enviado los nuevos modelos.
9. Mi padre tiene un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ minorista de artículos de limpieza.
10. El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del periódico se inició hace cerca de dos horas.

**11.5 Lee el artículo “Irán es un mercado ultra interesante, con un potencial de compra muy grande” y pon los verbos entre paréntesis en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Pretérito Indefinido.**

Días atrás el director de Food Forward, Juan Galimberti, (viajar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a Irán en busca de posibles futuros mercados. (Describir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ su visita como algo “bastante impresionante”. El país (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ aproximadamente 80 millones de personas que (consumir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en un año alrededor de mil millones de toneladas, lo que lo hace, “un mercado ultra interesante”, (expresar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

En Valor Agregado en Carve, (comentar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que “Irán (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ un potencial de compra muy grande”. En su opinión, lo interesante del mercado (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ el tema precios, aunque (señalar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que depende del Instituto Nacional de Carnes y del gobierno uruguayo de establecer contactos o de tener abierto ese mercado “por las dudas”. A pesar de esto, el broker de carnes (declarar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que le impacta que Uruguay no tenga este destino habilitado “porque tiene un potencial brutal”. (Insistir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en que existe una posibilidad muy grande ya que a este país se le complica mucho el tema de proveerse de productos de diferentes países.

El director de Food Forward (hacer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ referencia a que el gran problema que tiene Uruguay (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ los costos. (Recordar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que antes estábamos solos en China y en otros mercados. Ahora (competirse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ con Brasil, con Paraguay y con Argentina “y la única forma de competir con estos monstruos, que (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ mucho volumen, es compitiendo con el precio”.

**Lección 12. ESTEREOTIPOS EN LA PUBLICIDAD**

**12.1 Lee y traduce el texto:**

Los vendedores están constantemente buscando maneras de hacer que sus productos sean más fáciles de identificar para grupos específicos de usuarios finales. En algunos casos, pueden intencionalmente o no utilizar estereotipos para mostrar un producto muy atractivo para su mercado objetivo deseado o en un intento de darle humor al anuncio. Los estereotipos publicitarios están basados en la raza o el género.

*Roles de géneros infantiles*

Los estereotipos pueden usarse en los anuncios dirigidos a y que contienen niños. Los niños son a menudo retratados como rudos o agresivos, mientras que las niñas son presentadas como más delicadas y femeninas. El sitio web Socjournal señala un anuncio impreso donde un niño está de pie dentro de un castillo gris en relieve, asumiendo una postura de poder y dominación. Una chica se muestra acobardada por el miedo fuera del castillo, como si tuviera temor de entrar. Una versión rosada del castillo se muestra en una esquina del anuncio, lo que indica que el gris es para los niños, mientras que el rosa es para las niñas.

*Hombre banal o incompetente*

Algunos anuncios juegan con el estereotipo de los hombres jóvenes como poco profundos y superficiales. Los anuncios de cerveza, por ejemplo, muestran a menudo que los hombres se dedican a realizar bromas o acciones inmaduras en un esfuerzo por impresionar a las mujeres. Con las parejas casadas en el proceso de tomar una decisión familiar, el marido puede ser descrito como un individuo un tanto oscuro que tiene buenas intenciones, pero es esencialmente incompetente. La mujer, por su parte, es descrita como la que está realmente en control de la situación y sabe cómo solucionar el problema utilizando el producto anunciado.

*La mujer domesticada*

Incluso en un momento en que muchas mujeres trabajan fuera del hogar, éstas siguen siendo representadas como estando a cargo de todas las tareas domésticas en la casa. Los anuncios de productos como jabón, detergente, papel higiénico y productos para el cuidado de niños representan a las mujeres como las que tienen la responsabilidad final de tomar las decisiones de compra de estos productos. Las mujeres también se muestran como responsables de la selección de alimentos y preparación de comidas en el hogar.

*Estereotipos raciales*

La publicidad también puede perpetuar los estereotipos raciales que han perdurado durante generaciones. A modo de ejemplo, McDonald fue objeto de fuertes críticas por la creación de un anuncio que muestra que los chinos tenían dificultad para pronunciar la letra "r". En Inglaterra, la Autoridad de Estándares Publicitarios prohibió un anuncio que muestra a un hombre negro tocando un ukelele y repitiendo cada palabra que un hombre blanco dice, explicando que el anuncio podría ser visto como mostrando a los negros como subordinados o inferiores a los blancos.

**VOCABULARIO**

acobardar, v – лякати

anuncio, m – оголошення; реклама

asumir, v – приймати

autoridad, f – влада

constantemente, adv – постійно

contener, v – містити

delicado, adj – витончений; ніжний

detergente, m – миючий засіб

en relieve – рельєфний

esquina, f – кут

estar a cargo (de) – нести відповідальність

femenino, adj – жіночий

género, m – рід

impreso, adj – друкарський

incompetente, adj – некомпетентний

infantil, adj – дитячий; інфантильний

inferior, adj – нижчий

inmaduro, adj – незрілий

intencionalmente, adv – навмисне

jabón, m – мило

perdurar, v – продовжуватись; тривати

perpetuar, v – продовжувати; увічнити

postura, f – поза

profundo, adj – глибокодумний

retratar, v – фотографувати; знімати

rudo, adj – грубий

selección, f – вибір; відбір

señalar, v – означати; показувати

subordinado, adj – підлеглий

superficial, adj – несерйозний

temor, m – (de algo) страх

versión, f – варіант

**12.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿En qué están basados los estereotipos publicitarios?
2. ¿Qué estereotipos publicitarios usan los vendedores?
3. ¿Qué sabes de los roles de géneros infantiles en la publicidad?
4. ¿Qué sabes de la figura de hombre incompetente en la publicidad?
5. ¿Qué sabes de la figura de mujer en la publicidad?
6. ¿Qué sabes de los estereotipos raciales en la publicidad?

**12.3 Traduce al español.**

1. Рекламні стереотипи — це представлення, створені в результаті рекламної кампанії торгової марки.

2. Багато авторів вважають, що реклама як носій масової інформації може відтворювати різного роду схеми, а саме стереотипи, і сприяти зміцненню їх у суспільній свідомості.

3. Останнім часом проводиться багато досліджень, спрямованих на вивчення механізмів ефективного впливу реклами на суспільство.

4. Основна мета впливу реклами цілеспрямоване формування потреб і установок, регулювання мотивів, зміст і форми прояву яких обумовлені культурою.

5. Інформаційне повідомлення повинно зв'язуватися з рівнем знань тієї аудиторії, на яку спрямована реклама.

6. Поняття «стереотип» вперше було введено відомим американським журналістом У. Ліппманом у книзі «Громадська думка», де він визначає стереотип «як спрощене, заздалегідь прийняте представлення, яке не випливає із власного досвіду людини».

7. Стереотипи підказують, яку інформацію важливо сприймати чи, навпаки, ігнорувати.

8. Гендерні стереотипи – внутрішні установки щодо місця чоловіків і жінок у суспільстві, їх функцій і соціальних завдань.

9. Чорношкірі, латиноамериканці, італійці, китайці та інші представники національних меншин в наші дні зображуються в рекламі з позитивного боку, і не стільки через організованого тиску, скільки тому, що це забезпечує хороший бізнес — ці групи являють собою об'ємні цільові ринки для збуту продукції.

10. У вересні 2008 р. Європарламент закликав заборонити рекламу, що сприяє нав’язуванню гендерних стереотипів, оскільки зображення жінки, яка миє посуд на кухні та чоловіка, який ремонтує автомобіль, трактується як дискримінація за статевою ознакою.

**12.4 Relaciona los términos con las definiciones.**

|  |  |
| --- | --- |
| Anuncio publicitario | es la acción y efecto de comprar. Este verbo refiere a obtener algo a cambio de dinero. |
| Venta | es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo. |
| Compra | es un mensaje que busca difundir una cierta información con el objetivo de captar la atención de potenciales clientes, usuarios, compradores o espectadores. |
| Oferta | es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. |
| Demanda | la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido). |

**12.5 Rellena los huecos con los sustantivos del recuadro y no te olvides de poner los verbos entre paréntesis en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Presente de Subjuntivo, Pretérito Indefinido, Pretérito Imperfecto, Futuro.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| crisis | postura | rudeza | confección | clausura |
| detergente | oferta | anuncio | infantil | selección |

1. Ayer mi jefe me (hacer) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que yo no (poder) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ rechazar: el doble de sueldo a cambio de aceptar la gerencia regional.
2. La verdad es que yo (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ un poco \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_: todavía me (gustar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ los dibujos animados y colecciono muñecos.
3. (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ varias opciones disponibles para mi vestuario de aquella noche, pero mi \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ un pantalón negro y una camisa blanca.
4. ¿Por qué piensas que la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ perdurará por siempre? Yo tengo la esperanza de que las cosas pronto (cambiar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ para mejor.
5. Mi \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ es que nosotros no (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ que ir a una fiesta a la cual sólo ayer nos (invitar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ por obligación.
6. Nosotros (trabajar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ con géneros de seda y lino en la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de nuestras camisas.
7. Sin ningún \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ previo, la empresa (cerrar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ su sucursal céntrica.
8. La maestra les ha pedido a los chicos que no (jugar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ con \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ya que se pueden lastimar.
9. Te recomiendo que uses más \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_: de lo contrario no (poder) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ quitar la grasa de la fuente.
10. Las autoridades (decretar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de la empresa acusada de contaminar el medio ambiente.
    1. **Rellena los huecos con las preposiciones adecuadas: a, de, en, por, a través de, para.**

1. El hombre \_\_\_\_\_\_ cabello azul causaba un gran temor \_\_\_\_\_\_ los vecinos del barrio \_\_\_\_\_\_ sus actitudes violentas y su desprecio \_\_\_\_\_\_ la vida.

2. Te voy a dar \_\_\_\_\_\_ probar mi versión \_\_\_\_\_\_ el tiramisú: lo hago modificando la receta tradicional.

3. Es un libro muy profundo, \_\_\_\_\_\_ el cual el autor desnuda su alma y entrega sus confesiones más privadas.

4. \_\_\_\_\_\_ el afán de demostrar su profundidad, muchos famosos ignoran las preguntas \_\_\_\_\_\_ sus entrevistadores y elaboran declaraciones muy forzadas.

5. Estoy juntando firmas \_\_\_\_\_\_ una campaña \_\_\_\_\_\_ favor de la donación \_\_\_\_\_\_ órganos.

**Lección 13. DEFINICIÓN DE PROYECCIÓN DE VENTAS**

* 1. **Lee y traduce el texto:**

Una proyección de ventas es la cantidad de ingresos que una empresa espera ganar en algún momento en el futuro. Es una predicción que es sinónimo de una previsión de ventas. Ambas ayudan a determinar la salud de una empresa y si las tendencias de ventas están al alza o a la baja. Las pequeñas empresas utilizan varias inversiones para determinar las proyecciones de ventas. La iniciativa por lo general comienza en el departamento de ventas. Hay ciertas ventajas inherentes cuando se calcula y utilizan las proyecciones de ventas.

*Indicando las proyecciones de ventas*

Las proyecciones de ventas por lo general se expresan en términos de unidades y dólares. Las pequeñas empresas también asignan un período de tiempo determinado para las proyecciones de ventas. Por ejemplo, las proyecciones de ventas pueden ser calculadas sobre una base mensual, trimestral o anual. Por otra parte, la mayoría de las empresas comparan sus proyecciones de ventas con las cifras de ventas anteriores, mostrando un porcentaje de incremento o disminución en comparación con el período anterior. El periodo anterior puede ser el mismo periodo del año anterior. Las proyecciones de ventas también se pueden hacer para varios años, lo que ayuda a los gerentes de producción a planificar y ejecutar sus departamentos de manera más eficiente.

*Determinación de las proyecciones de ventas*

Los propietarios o gerentes de ventas de pequeñas empresas por lo general hacen las proyecciones de ventas. Pueden obtener aportaciones de los representantes de ventas, la alta dirección y el departamento de mercadotecnia. La mayoría de las pequeñas empresas primero calculan los costos de producción o compra de sus productos o servicios. A continuación, determinan el número de ventas que se necesita para alcanzar el equilibrio. Posteriormente, los empresarios calculan el número de llamadas de ventas que planean hacer y la cantidad de publicidad que se ejecutará. Las condiciones económicas, los puntos de ventas estacionales, la intensidad de la competencia y los cambios en la población también se tienen en cuenta para determinar las proyecciones de ventas.

*Ventajas de las proyecciones de ventas*

Hay una serie de ventajas de tener al día las previsiones de ventas precisas. Una de ellas es que puede ser más fácil de obtener préstamos. Los bancos a menudo basan sus decisiones de préstamos en el marco de tiempo en que una empresa se ​​convierte en un beneficio. Las empresas establecidas pueden necesitar mostrar el potencial de crecimiento y explicar cómo se derivan los números. La Administración de Pequeños Negocios recomienda las previsiones de ventas o proyecciones como parte del proceso de solicitud de préstamo. Las proyecciones de ventas también permiten la comercialización y otros departamentos funcionales para crear sus presupuestos y planificar proyectos. Las proyecciones de ventas favorables podrían interesarles a los posibles inversores, aumentando el valor para los accionistas.

*Consideraciones*

Un error común acerca de las proyecciones de ventas es que la proyección global de ventas representa el verdadero estado de los negocios de la compañía, de acuerdo con Inc.com. En cambio, las pequeñas empresas deben ejecutar las proyecciones de ventas para todos los productos o servicios para una evaluación más amplia. De esta manera se puede determinar qué líneas de productos están perjudicando el negocio. Los dueños de negocios pueden abordar las ventas de productos débiles o vender los productos fuera. Las pequeñas empresas también deben determinar la frecuencia de la publicación de sus previsiones de ventas y con las que deben compartir los números.

**VOCABULARIO**

abordar, v – братися (за що)

accionista, m, f – акціонер

alza, m – збільшення; підвищення

anual, adj – річний

aportación, f – внесок

asignar, v – призначати; визначати

beneficio, m – прибуток

consideración, f – обдумування

comparación, f – порівняння

compartir, v – (con) ділити

determinación, f – визначення; рішення

dueño, m, – господар

evaluación, f – оцінка

favorable, adj – сприятливий

ingresos, m pl – доходи

mensual, adj – місячний

planear, v – планувати

perjudicar, v – нашкодити

por lo general – зазвичай

por una parte..., por otra parte... – з одного боку... з іншого боку...

predicción, f – прогноз

préstamo, m – позика; кредит

presupuesto, m – бюджет

previsión, f – передбачення, прогноз

proyección, f – проектування

representante, m – представник

solіcіtud, f – прохання, клопотання

trimestral, adj – квартальний

unidad, f – одиниця

**13.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es una proyección de ventas?
2. ¿Cómo se expresan las proyecciones de ventas?
3. ¿Cómo se calculan las proyecciones de ventas?
4. ¿Qué sabes de la determinación de las proyecciones de ventas?
5. ¿Qué sabes de las ventajas de las proyecciones de ventas?
6. ¿Qué sabes de la consideración de las proyecciones de ventas?

**13.3 Traduce al español.**

1. Потенціал ринку – це максимально можливий обсяг продажів, які можуть здійснити всі компанії галузі протягом аналізованого періоду часу.

2. Потенціал продажу – це максимально можлива частка ринку, яку компанія може зайняти при найсприятливіших умовах.

3. Прогнозування продажів – це прогноз розвитку вашого бізнесу в грошовому еквіваленті.

4. При складанні прогнозу продажів ви викладаєте у вигляді цифр і відсотків своє бачення майбутнього вашої компанії.

5. Мета прогнозування продажів – опис майбутніх тенденцій на певний проміжок часу і створення основи для планування продажів.

6. Прогнозування продажу безпосередньо залежить від маркетингової діяльності, яку компанія планує здійснювати протягом певного часу.

7. Чим активніше рекламна компанія і стимулювання продажів, тим більші обсяги продажу ви можете прогнозувати.

8. Існує кілька методів прогнозування продажів – від найпростіших (на підставі суджень керівництва або звітів з продажу за минулі періоди) до дуже складних (на базі статистичних моделей).

9. Прості методи прогнозування продажу грунтуються на судженнях керівництва компанії, узагальненій думці торгових працівників і пробному маркетингу.

10. Найчастіше торгові компанії вдаються також до аналізу звітів про продажі за кілька останніх років і до опитувань споживачів.

**13.4 Relaciona los términos con las definiciones.**

|  |  |
| --- | --- |
| Empresa | es una persona que posee una o varias acciones en una empresa. |
| Accionista | es un sistema social donde los factores que influyen son la división del empleo, de los bienes y servicios y la interacción entre los entes que componen una sociedad. Se trata de un sistema libre de precios fijados por la demanda y la oferta. |
| Solicitud de empleo | es la acción y efecto de prestar, un verbo que hace referencia a entregar algo a otra persona, quien debe devolverlo en un futuro. |
| Préstamo | es una carta de contacto que se envía a una empresa en la que se desea ingresar a trabajar. |
| Economía de mercado | es una unidad económico–social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. |

**13.5 Rellena los huecos con las palabras adecuadas del recuadro.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| previsión | desempleo | comprar | ahorrar | contador |
| solicitud | demanda | crecimiento | unidad | ahorro |

1. La fuerte \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ nos permitió incrementar los ingresos de la compañía y aumentar los salarios.
2. Si queremos comprar un automóvil, tenemos que \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ unos trescientos dólares al mes durante dos años.
3. Me gustaría que se cumpliera tu \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, pero creo que será algo complicado.
4. Este año vamos a ganar 100.000 pesos, si no falla la previsión del \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
5. Según las predicciones de los economistas, la tasa de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ subirá hasta el 18% antes de junio.
6. Nuestro gobierno defenderá la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ territorial del Estado.
7. Felicitaciones, su \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de empleo ha sido aprobada: pronto será parte de nuestro equipo.
8. Me gustaría ahorrar para \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ un coche, pero, con estos ingresos, es casi imposible.
9. Cuando tengo suerte en los negocios, me dedico al \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_: de ese modo, estoy preparado para el futuro por si la situación empeora.
10. Nuestras proyecciones hablan de un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de las ventas del 10% en los próximos cinco años.

**13.6 Pon los verbos en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Presente de Subjuntivo o Pretérito Pluscuamperfecto.**

1. El Instituto (continuar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ publicando y distribuyendo su boletín informativo trimestral en inglés y francés.

2. La tasa de crecimiento de la población, que se creía era de más del 3% anual, en realidad (disminuir) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ al 1,9% anual.

3. Mi Gobierno es plenamente consciente de los riesgos implícitos y adopta todas las medidas de precaución necesarias para velar por que la crisis no (perjudicar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la vida y el bienestar cotidianos de nuestra población.

4. Es necesario que (asignarse) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ más recursos financieros, aunque ésta no es la única forma de contribuir al desarrollo sostenible.

5. Es imperativo que nosotros (abordar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ colectivamente esas condiciones para el beneficio de todos los seres humanos.

**Lección 14. PROGRAMA DE PROMOCIÓN DE VENTAS**

* 1. **Lee y traduce el texto:**

Una promoción efectiva de ventas te da una manera de atraer a los clientes mientras introduces y construyes tu marca. Los programas de promoción de ventas tienen que ser unos eventos esporádicos para que tus clientes sientan que están consiguiendo una verdadera ganga y tienen que entrar inmediatamente. De lo contrario, si haces muchos eventos de ventas, tus clientes pueden decidir solamente esperar hasta la siguiente promoción para comprar las ofertas de tu empresa, y después verás una disminución en tus ganancias generales.

*Identifica a tu mercado potencial*

Todos los programas de promoción de ventas comienzan con identificar tus mercados principales y secundarios. Si les vendes directamente a los clientes, mira las características del mercado para aprender sobre sus hábitos de compras, demografía y los medios a los cuales les prestan atención. Si vendes a canales, busca sus características comunes para aprender qué llama su atención y los obliga darte más espacio en los estantes o conseguir que los vendedores se entusiasmen sobre tu producto.

*Establecer metas*

Determina las metas de tu promoción e incluye las figuras reales de ventas a las cuales quieres llegar. Tus metas pueden incluir el introducir tu marca a tu mercado potencial o construir tu base de datos de clientes para que puedas venderles en el futuro. Si vendes tu producto a través de canales de distribución, tu meta puede incluir animar a esos canales a darte un espacio óptimo en los estantes y conseguir que los clientes se animen a comprar.

*Elegir la mezcla*

La mayoría de planes de promoción de ventas requieren una mezcla de medios para llegarle al mercado potencial. Puede que necesitas enviar anuncios a las bandejas de entrada de tus clientes, en publicaciones impresas o en la radio y televisión. Planea una campaña en las redes sociales que incluya actualizar tu sitio web con la información de la promoción de ventas y publicaciones a través de Facebook y Twitter que entusiasmen a las personas. Si les vendes a canales, involucra a tu fuerza de ventas y usa eventos comerciales como maneras de construir entusiasmo. Incluye una campaña de prensa para hacerte notar sobre tu promoción.

*Crear el mensaje*

El diseño de tu mensaje tiene que ser atractivo para tu mercado potencial, así que usa gráficos, encabezados y copias que llamen la atención y causen que el lector tome acciones. Ofrece cupones o descuentos para animar a los clientes a comprar. Si confías en tu personal de ventas para empujar tu producto, dales un incentivo para dar a conocer la palabra e incrementar las órdenes de compras.

*Implementación*

Conocer a tu mercado potencial y sus hábitos de compras te ayuda a decidir el mejor momento para implementar tu promoción de ventas. Tu promoción también tiene que igualarse con tu habilidad de proporcionar suficientes productos para llenar las órdenes. Si usas unas tácticas de mercadeo directo para llegarles a los clientes, incluye suficiente tiempo para probar la pieza y así poder hacer cambios que hagan al mensaje más atractivo.

*Rastreo*

Mantén un rastreo de la promoción en curso para asegurarte que todo se mantenga en orden. También necesitas evaluar la promoción una vez termine para determinar el éxito del evento y cómo se cumplieron las metas.

**VOCABULARIO**

actualizar, v – модернізувати; оновлювати

animar, v – посунути, надихнути

animarse, v (a algo) зважитися на що

bandeja de entrada – поштова скринька

campaña de prensa – рекламна компанія

causar, v – заподіювати; бути причиною

cobro, m – отримання, стягування грошей

de lo contrarіo, loc. conj. – інакше, в іншому випадку

deducción, f – відрахування

encabezados, m pl – заголовки

entusiasmarse, v – захоплюватися

evaluar, v – оцінити

evento, m – подія

esporádico, adj – спорадичний, одиничний

ganga, f – вдала покупка

habilidad, f – вміння

hacerse notar – звертати на себе увагу

igualarse, v (con uno) – порівнятися

impago, m – (de algo) несплата

implementación, f – здійснення

incentivo, m – стимул

incertidumbre, f – невизначеність

involucrar, v – втягувати, вплутувати

llamar la atención – привертати увагу

llenar, v – виконувати

morosidad, f – недбалість; затримка платежу

óptimo, adj – найкращий

pieza, f – виріб; предмет; річ

rastreo, m – простежування, відстеження

suficiente, adj – достатній

**14.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué es una promoción de ventas?
2. ¿Por qué tienes que identificar a tu mercado potencial?
3. ¿Qué metas de promoción de ventas estableces?
4. ¿Qué mezcla de medios requiere la promoción de ventas?
5. ¿Cómo se puede crear el mensaje?
6. ¿Qué sabes de la implementación de la promoción de ventas?
7. ¿Qué es un rastreo de la promoción de ventas?

**14.3 Traduce al español.**

1.Просування — це заходи, спрямовані на підвищення ефективності продажів через комунікативне вплив на персонал, партнерів і споживачів.

2. Просування переслідує двояку мету: активацію споживчого попиту і підтримання сприятливого відношення до компанії.

3. Просування товару на ринку – сукупність різних заходів, зусиль, дій, що вживаються виробниками, продавцями товару, посередниками в цілях підвищення попиту, збільшення збуту, розширення ринкового поля товару.

4. Метою пропаганди є залучення уваги потенційних споживачів без витрат на рекламу.

5. Для успішного просування товару на ринку і в інтернеті необхідно обов'язково вміти користуватися сайт–рекламної майданчиком. Це приверне увагу покупця.

6. Ярмарок – це велика виставка, де виробники різних товарів даної галузі промисловості представляють свої вироби покупцям, а також іншим представникам галузі.

7. Виставки дозволяють показати товари своєї цільової аудиторії, створити торгові передумови для подальших контактів з допомогою торгового персоналу, сприяють отриманню великої кількості інформації про конкурентів і допомагають налагодити взаємини.

8. Торгова марка – це сукупність товарного знака (назви товару і його візуального виконання) і кола асоціацій, що виникають у споживача при згадуванні даного товару.

**14.4** **Relaciona los términos con las definiciones.**

|  |  |
| --- | --- |
| Publicidad | es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. |
| Servicio | es la divulgación de anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, usuarios o espectadores. |
| Acontecimiento | es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. |
| Producto | es un evento o una situación que, por contar con alguna característica extraordinaria, adquiere relevancia y logra llamar la atención. |
| Mercado | se suele entender por servicio a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. |

**14.5 Lee el artículo “¿Qué es un informe de riesgo?” y rellena los huecos con los sustantivos adecuados del recuadro.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| servicio | riesgo | incertidumbre | conocimiento | empresa | plazo |
| datos | necesidad | situación | impago | morosidad | toma |

Una de las mayores preocupaciones que tienen hoy en día las empresas es la imperiosa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de conocer si van a cobrar las facturas que han emitido. La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ económica actual hace que vivamos un momento de incertidumbre respecto al cobro de los trabajos realizados. La situación financiera de muchas empresas no es precisamente buena y esto hace que antes de contratar un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ o vender un producto, sea ineludible sentirse seguro sobre la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ con la que se va a trabajar para poder realizar cualquier tipo de inversión económica u operación comercial con total tranquilidad. Esta \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ sobre la posibilidad de no cobrar los trabajos realizados debido a la falta de liquidez hace que las empresas busquen información sobre los clientes con los que trabajan para evitar así vender a empresas que tienen altos índices de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Este tipo de información se puede encontrar fácilmente solicitando un informe de\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, que permite conocer de forma fácil e inmediata todos los \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ del ámbito económico–financiero de la empresa consultada. Los informes de riesgo ayudan a minimizar el riesgo de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y la morosidad, ya que facilitan información sobre la situación financiera de las empresas y por tanto la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de decisiones a la hora de trabajar con cualquier empresa será más acertada. Los informes de riesgo ayudan a las empresas a: Identificar clientes solventes, Mejorar el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de clientes habituales, Tomar decisiones acertadas sobre el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de cobro a clientes

**14.6 Pon los verbos en el tiempo adecuado: Presente de Indicativo, Presente de Subjuntivo o Pretérito Pluscuamperfecto.**

1. El Comité recomienda que el Estado Parte (garantizar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ en la práctica el cobro de la prestación de alimentos para el hijo.

2. Te pido que (suspender) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ el experimento hasta que nosotros lo (entender) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ mejor para minimizar el riesgo.

3. La cuestión del retraso de los pagos y el impago (tener) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ una naturaleza financiera y política.

4. Uno de los grandes problemas que presenta el mercado de trabajo (ser) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ la morosidad de los patronos, quienes en ocasiones (aplicar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_las deducciones de salario sin reportarlas al Estado o simplemente no (reportar) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ al trabajador, lo que le excluye del acceso a los servicios de salud.

**Lección 15. EL MERCADEO ONLINE**

**15.1 Lee y traduce el texto:**

Las empresas han entendido que el mercadeo que se debe realizar hoy no es repartir volantes o poner vallas publicitarias en la mejor esquina, sino que su estrategia de mercadeo debe integrar muy bien el mercadeo online y el mercadeo offline. Esto quiere decir, que tal como lo plantea Philip Kotler en su libro Marketing 3.0 sobre la influencia del mundo online en el mercadeo, Kotler se refiere así de este impacto: *“Los medios sociales online conllevan a un nivel bajo en costos y están libres de posibles sesgos, por lo que son el futuro de la comunicación en marketing”.*

Este tipo de premisas no solo aplica para las grandes compañías, es más, el resultado de lo que nos ha permitido el internet, es el de globalizar cualquier negocio con tan solo un computador personal y una conexión wifi, por lo anterior cualquier negocio por pequeño que sea, puede tener presencia online para vender y ofrecer sus productos y servicios al mundo entero.

La mejor definición de Marketing Digital lo propone Fernando Anzures cuando dice que “el Marketing Digital es una forma de hacer marketing que se basa en la utilización de recursos tecnológicos y de medios digitales para desarrollar comunicaciones directas, personales y que provoquen una reacción en el receptor”. El Marketing Online sirve para aumentar las ventas de su negocio porque cuenta con un mercado de millones de personas deseosas de buscar y encontrar productos y servicios diferenciados, pero no es hacer marketing online solo por hacerlo, aquí les mostramos 5 formas de cómo hacerlo efectivamente:

1. *Cree una Comunidad*: Este punto lo llamó el gurú de la diferenciación Seth Godin como la forma de “Crear una Tribu”, lo primero que los emprendedores o empresarios deben crear para su producto o servicio es una gran comunidad que esté dispuestos a seguirlos, a compartir, apoyarlos, dando testimonio, etc. Esto es de gran ayuda en internet, tener una comunidad que crea en su producto y esté dispuesto a compartir un testimonio de su efectividad.

2. *Tenga un producto o servicio diferenciado*. Es muy importante que su producto entregue una propuesta de valor diferente al mundo, son muchos los casos de éxito, donde la diferenciación es clave para posicionar los productos, sino recordemos a Zapatos Tom, Restaurante El Bulli, Amazon y o redes como Snapchat.

3. *Construya su propia página Web*. Es muy necesario que las empresas tengan su propia página web, algunas se confunden y solo tienen redes sociales, pero esto no basta. Es importante crear su propio sitio web, que se convierte en la propia casa del negocio, allí puede tener un botón de ventas para todo lo que quiera ofrecer.

4. *Apóyese con redes sociales*. Las redes sociales son las pioneras de la comunicación en la web, por lo tanto, debe conocer muy bien su segmento para saber cuál red social va a crear para llegar a ellos, no todas las redes sociales sirven para todo el mundo, las más usadas y efectivas son Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat entre otras.

5. *Cree una estrategia de ventas original*. Todos los productos no son iguales ni todos los clientes son parecidos, de tal manera que tiene que crear una estrategia específica para aumentar las ventas de su negocio, con factores tales como; temporadas especiales, promociones de lanzamiento, inauguración de sedes, remates de saldo de inventario, públicos segmentados, ventas populares y en general tener claro qué quiero lograr y con quién lo quiere lograr, esto hará mucho más efectivo su esfuerzo de ventas.

6. *Invierta en marketing online*. Después que ha creado su propia página web, ha elegido las redes sociales con las que va a enamorar a sus clientes, tiene dos caminos para ser efectivo; hacer marketing SEO (crear contenido agradable para sus clientes sin hacer inversión) o hacer marketing SEM (Search Engine Marketing), este tipo de marketing requiere de hacer inversión en herramientas como Google adwords, facebook ads, Twitter ads y otras más que le permitirá llegar más lejos y más rápido a su público objetivo.

7. *Establecer métricas e indicadores de su estrategia*. Es muy importante medir todo lo que se hace en internet, y las diferentes herramientas le permiten hacerlo de manera práctica y contundente, al igual que el Offline todo se debe medir para conocer los resultados, los ajustes y el impacto que se buscaba con los objetivos propuestos.

**VOCABULARIO**

ajuste, m – перегляд; коригування

apoyar, v – підтримувати

bastar, v – бути достатнім

botón, m – кнопка

conllevar, v (a algo) спричинити за собою

comunidad, f – спільнота

confundirse, v – помилятися

contar, v – (con) мати в своєму розпорядженні

contundente, adj – категоричний

coyuntura economica – економічна кон'юнктура

deseoso, adj – (de algo) – охочий

emprendedor, m – підприємець

estar dispuesto a algo – готовий; навмисна

inauguración, f – урочисте відкриття

invertir, v – (algo en algo) вкладати

integrar, v – з'єднувати; об'єднувати

fracaso, m – крах; невдача

mundo entero – весь світ

lanzamiento, m – запуск у виробництво; випуск

premisa, f – передумова

receptor, m – приймач; одержувач

remate, m – закінчення

repartir, v – розносити

saldo, m – розпродаж

sede, f – центр; штаб–квартира

sesgo, m – напрям, течія

temporada, f – період часу

testimonio, m – свідоцтво

valla publicitaria – рекламний щит

volante, m – флаєр; листівка

**15.2 Contesta a las preguntas:**

1. ¿Qué plantea Philip Kotler sobre la influencia del mundo online en el mercadeo?
2. ¿Qué definición de Marketing Digital propone Fernando Anzures?
3. ¿Cómo sirve el Marketing Online?
4. ¿Cómo hay que hacer marketing online?
5. ¿Para qué hay que crear una comunidad?
6. ¿Para qué hay que tener un producto o servicio diferenciado?
7. ¿Para qué hace falta construir su propia página Web?
8. ¿Para qué hace falta crear una estrategia de ventas original?
9. ¿Para qué hace falta invertir en marketing online?
10. ¿Para qué hace falta establecer métricas e indicadores de su estrategia?

**Traduce al español.**

1. Сьогодні, кожен поважаючий себе виробник, незалежно від масштабів та напрямку діяльності, обов'язково створює свій сайт, інтернет–магазин, блог або сторінку в соціальних мережах, які дають відвідувачу повну інформацію про компанії та її продукції.

2. Головний інструмент онлайн маркетингу – веб–сайт компанії та її товарів/послуг, який при грамотному складанні, гарантує власнику можливість успішно конкурувати з виробниками аналогічної продукції, забезпечуючи високий обсяг продажів.

3. Всі відомі тренди обов'язково мають свої інтернет–сайти або хоча б сторінки в соціальних мережах, без яких вони миттєво втратять свою популярність і популярність.

4. Особливістю інтернет–реклами є можливість контролювати бюджет компанії, а також оперативно обчислювати її ефективність.

5. E–mail–маркетинг дозволяє індивідуально розсилати потрібну інформацію рекламного характеру за допомогою електронної пошти.

6. Інтернет–маркетинг — практика використання всіх аспектів традиційного маркетингу в Інтернеті, з метою продажу продукту або послуги покупцям і управління взаєминами з ними.

**15.4 Rellena los huecos con los sustantivos adecuados del recuadro. Hay que poner algunos sustantivos en plural.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| lanzamiento | botón | prueba | empresa | mundo | emprendedor |
| inauguración | valla | fracaso | impuesto | fabricante | coyuntura |

1. Debido al incremento de los \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, nos vemos obligados a realizar un reajuste de nuestras tarifas.
2. Adidas anunció el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de una nueva línea de zapatillas para el mes de mayo.
3. Después de la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de la nueva planta, el gobernador subió a un avión y se dirigió a Puerto Azul.
4. El nuevo modelo del \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ japonés ha sido elegido como el mejor coche del mundo.
5. ¿Puedes encender el televisor, por favor? Tienes que pulsar el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ redondo que está junto a la luz.
6. No necesito \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_: a mí me basta tu palabra.
7. Con esfuerzo, el joven \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ logró convertirse en un hombre importante del mundo de las finanzas.
8. El automóvil impactó contra las \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ publicitarias.
9. El lanzamiento de la nueva bebida cola ha sido un \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
10. Cuando concretamos la inauguración de la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, fue un sueño cumplido.
11. El reajuste de las tasas es imprescindible para estar a tono con la nueva \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ económica.
12. Varios proyectos apuntan a construir el edificio más alto del \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**15.5 Lee el artículo “Bruselas quiere prohibir las llamadas comerciales molestas” y rellena los huecos con las preposiciones adecuadas: a, en, con, de, para.**

Bruselas quiere proteger \_\_\_\_ el usuario frente \_\_\_\_ la publicidad indiscriminada. La Comisión Europea presentó ayer una propuesta que prohíbe las llamadas comerciales y el envío de correos electrónicos \_\_\_\_ cualquier cliente que no haya dado su consentimiento previamente. La medida busca terminar \_\_\_\_ el spam que inunda los buzones \_\_\_\_ Internet y las molestias que generan las llamadas o mensajes \_\_\_\_ texto que no se han solicitado previamente.

Bruselas estima que la normativa actual, aprobada \_\_\_\_ 2009, no ha evolucionado al ritmo adecuado y es necesario actualizarla \_\_\_\_ frenar estas prácticas. \_\_\_\_ caso de salir finalmente adelante, los Estados miembros deberán aplicar la norma o buscar una fórmula que permita \_\_\_\_ los consumidores oponerse \_\_\_\_ la recepción de llamadas de voz inscribiéndolos en una lista vetada a las comunicaciones comerciales.

Además, las empresas deberán reflejar el carácter comercial \_\_\_\_ la llamada utilizando un prefijo especial que así lo indique \_\_\_\_ que el receptor tenga claro que la intención de la compañía que llama responde \_\_\_\_ fines publicitarios.

La nueva normativa también exige \_\_\_\_ servicios de mensajería como Facebook Messenger, WhatsApp, Skype o Gmail aplicar una política de confidencialidad, protección \_\_\_\_ datos y seguridad más estricta. Entre las restricciones que afrontan estas plataformas están la imposibilidad \_\_\_\_ usar datos como la hora y el lugar de las llamadas \_\_\_\_ sus usuarios. Pese a que según el Ejecutivo comunitario un 92% \_\_\_\_ los europeos considera importante mantener la confidencialidad \_\_\_\_ su correo o mensajes electrónicos, hasta ahora, solo operadores tradicionales como Telefónica, Orange o Vodafone estaban sujetos a estrictas normas \_\_\_\_ el manejo de los datos \_\_\_\_ sus clientes.

**BIBLIOGRAFÍA**

**CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN**

1. CONCEPTO Y FUNCIÓN DE ARCHIVO. César Martín Gavilán.Madrid: UOC, 2009. – 13p. <http://eprints.rclis.org/14058/1/sisarchivesp.pdf>

2. MANUAL DE GESTIÓN DOCUMENTAL.Cruz Mundet, J. R.Madrid: Fundación Germán Ruipérez, 2001. – 44p. <http://www.apmarin.com/download/684_gd1.pdf>

3. Curso de español comercial. Blanca Aguirre, Conselo Hernandez. Sociedad general española de libreria, S.A.

4.Акинфиева М.Г.ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК: «ДОБРОПОЖАЛОВАТЬВМИРДЕЛОВОГООБЩЕНИЯ»: учеб. пособие / М.Г. Акинфиева, Н.И. Царева. – М.: МГИМО-Университет, 2008. – 79 c.

5. Коваленко П.В. ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ: МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА, МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕССКИЕ ОТНОШЕНИЯ, ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ. / П.В. Коваленко, М.Г. Акинфиева. – М.: МГИМО-Университет, 2008. – 302с.

6. Савчук. Е.А. ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ: учеб. пособие. / Е.А. Савчук, В.В. Яковлева. – М.: МГИМО-Университет, 2011. – 215 c.

7. Тарасова В.В. ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК: ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКИ: учеб. пособие / В.В. Тарасова, Е.А. Чупрыгина. – М.: МГИМО-Университет, 2009. – 109 c.

8. Шевкун Е.О. ІСПАНСЬКА МОВА: ЕКОНОМІКА І ФІНАНСИ. / Е. Шевкун, О. Обручнікова. – К.: ВВП «КОМПАС», 2000. – 192с.

8. Luis Aragonés-Ramón Palencia. Gramática de Uso del Español. - A1-B2. - Ediciones SM, M-29-470-2007, 285 p.

9. Francisca Castro Viudez. Uso de la gramática española (avanzado). – Edelsa Grupo Didascalia, S.A. ISBN: 84-7711-135-9, Depósito legal: M-37779- 2006, Impreso en España, 139 p.

10. Mónica García-Viñó Sánchez. Preparación al diploma de español. Nivel B1. – Edelsa Grupo Didascalia, S.A. Madrid, B-11342-2011, 179 p.

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LA LEGISLACIÓN ESPAÑOLA**

* + - 1. TIPO DE GOBIERNO

<http://www.mequieroir.com/paises/espana/emigrar/descripcion/gobierno/>

* + - 1. LA CORONA. EL PODER LEGISLATIVO. EL PODER EJECUTIVO. EL PODER JUDICIAL. RELACIONES ENTRE DISTINTOS PODERES

<http://www.seguridadpublica.es/2008/09/la-corona-el-poder-legislativo-el-poder-ejecutivo-el-poder-judicial-relaciones-entre-los-distintos-poderes/>

* + - 1. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DE ESPAÑA

<https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_territorial_de_Espa%C3%B1a>

* + - 1. LA ORGANIZACIÓN TERRITORIAL. EL ESTADO DE LAS AUTONOMÍAS

<http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/3esohistoria/para_pdf/quincena12.pdf>

* + - 1. Ley Orgánica 4/2000, de 11 de enero, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social.
      2. RECONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS FUNDAMENTALES DE LOS EXTRANJEROS EN ESPAÑA

<http://www.sanchezbermejo.com/reconocimiento-de-los-derechos-fundamentales-de-los-extranjeros-en-espana/>

* + - 1. El lenguaje jurídico en la clase de españolMonica di Girolamo ([monicadigirolamo@gmail.com](mailto:monicadigirolamo@gmail.com))Università degli Studi di Napoli l’Orientale, Nápoles

8. Luis Aragonés-Ramón Palencia. Gramática de Uso del Español. - A1-B2. - Ediciones SM, M-29-470-2007, 285 p.

9. Francisca Castro Viudez. Uso de la gramática española (avanzado). – Edelsa Grupo Didascalia, S.A. ISBN: 84-7711-135-9, Depósito legal: M-37779- 2006, Impreso en España, 139 p.

10. Mónica García-Viñó Sánchez. Preparación al diploma de español. Nivel B1. – Edelsa Grupo Didascalia, S.A. Madrid, B-11342-2011, 179 p.

**MERCADEO**

1. Philip Kotler. Marketing 3.0. – Editado por LID Editorial Empesarial, S.L., Madrid, 2011. – 224 р.

2. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA. Philip Kotler, Gary Armstrong: Pearson Educación, 2003. – 599 p.

3. MARKETING: VERSIÓN PARA LATINOAMÉRICA. Philip Kotler, Gary Armstrong: Pearson Educación, 2007. – 43 p.

4. INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Cuervo Alvaro: Civitas: 6ª edición edición. – 449 p.

5. ¿QUÉ ES MARKETING? *Kotler Philip, Gary Armstrong, John Saunders, Veronica Wong* : Inglaterra: Essex: Principles of Marketing (3ª edición europea edición): Prentice Hall, 2002.

6. MARKETING

<http://definicion.de/marketing/>

7. EJEMPLOS DE OBJETIVOS DE MERCADEO

<http://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-objetivos-de-mercadeo-5857.html>

8. LOS PASOS PARA PLANIFICAR UN PROGRAMA EFECTIVO DE PROMOCIÓN DE VENTAS

<http://pyme.lavoztx.com/los-pasos-para-planificar-un-programa-efectivo-de-promocin-de-ventas-11895.html>

9. EL MERCADEO: ORIGEN, HISTORIA COMPLETA Y PROCESO DE EVOLUCIÓN HASTA HOY

<https://selvioguzmannegociosen.blogspot.com/2014/11/mercadeo-origen-historia-y-evolucion.html>

10. MARKETING: INTRODUCIÓN, CONCEPTO, EVOLUCIÓN, DEFINICIONES Y TIPOS

<https://luismiguelmanene.wordpress.com/2012/02/20/marketing-introduccion-concepto-evoluciondefiniciones-y-tipos/>

11. EJEMPLOS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN PARA UN PRODUCTO

<http://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-estrategias-de-promocin-para-un-producto-5476.html>

12. TIPOS DE ESTEREOTIPOS EN LA PUBLICIDAD

<http://pyme.lavoztx.com/tipos-de-estereotipos-en-la-publicidad-5289.html>

13. DEFINICIÓN DE PROYECCIÓN DE VENTAS

<http://pyme.lavoztx.com/definicin-de-proyeccin-de-ventas-11020.html>

14. ¿CÓMO EL MARKETING ONLINE SIRVE PARA AUMENTAR LAS VENTAS?

<https://www.marketingyfinanzas.net/2016/10/marketing-online-para-aumentar-las-ventas/>

15. Luis Aragonés-Ramón Palencia. Gramática de Uso del Español. - A1-B2. - Ediciones SM, M-29-470-2007, 285 p.

16. Francisca Castro Viudez. Uso de la gramática española (avanzado). – Edelsa Grupo Didascalia, S.A. ISBN: 84-7711-135-9, Depósito legal: M-37779- 2006, Impreso en España, 139 p.

17. Mónica García-Viñó Sánchez. Preparación al diploma de español. Nivel B1. – Edelsa Grupo Didascalia, S.A. Madrid, B-11342-2011, 179 p.