Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

Факультеты маркетинга и логистики, международных экономических отношений, факультет финансов и банковского дела, факультет экономики и управления торговлей, высшая школа туризма, учетно-экономический

Кафедра романских языков

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО |  |  |
| Председатель методической  комиссии по иностранным языкам  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |  |
| «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. |  |  |

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС**

**(ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС)**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**«Профессионально-ориентированный иностранный язык» (испанский)**

для специальностей1-26 02 03 «Маркетинг», 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование», 1- 25 01 01 «Экономическая теория», 1-25 01 02 «Экономика», 1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 1-25 01 04 «Финансы и кредит», 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией»

Составители: Ковалькова Т.В., Царева Л.В.

Рассмотрено и утверждено на заседании научно-методического совета БГЭУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г., протокол № \_\_\_\_\_

**ВВЕДЕНИЕ**

Целью данного ЭУМК является формирование у студентов *профессионального компонента коммуникативной компетенции*, проявляющегося в способности и готовности обучающегося организовать свою иноязычную речевую деятельность адекватно ситуациям межкультурной коммуникации для решения практических задач в различных ситуациях профессионального общения.

Курс профессионально - ориентированного иностранного языка предусматривает не только обучение студентов иностранному языку как средству общения и передачи профессионально значимой информации, отработки навыков использования иноязычных источников в своей профессиональной деятельности, подготовки будущего специалиста к непрерывному образованию, но и формирование многоязычной личности, вобравшей в себя ценности родной и иноязычной культур и готовой к межкультурному профессиональному общению.

Данный ЭУМК предназначен для специальностей 1-26 02 03 «Маркетинг», 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование», 1- 25 01 01 «Экономическая теория», 1-25 01 02 «Экономика», 1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 1-25 01 04 «Финансы и кредит», 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией».

В структуре ЭУМК отражена учебно-программная и учебно-методическая документация, представлены методические материалы для контроля знаний студентов, разработаны методические рекомендации по изучению дисциплины, выполнению контрольных работ, даны рекомендации студентам по организации самостоятельной работы. При работе с ЭУМК студенты могут использовать литературу, рекомендованную в комплексе.

**УЧЕБНО-ПРОГРАММНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН (Тематика практических занятий)**

**по дисциплине «Профессионально-ориентированный иностранный язык» для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг»**

**7 семестр (72 часа)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер раздела, темы, занятия** | **Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов** | **Количество**  **аудиторных часов** | | | | **Иное** | | **Формы контроля** | |  |
| **Лекции** | **Практические занятия** | **Лабораторные занятия** | **Управляемая самостоятельная работа студентов** |  |  | |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **1.** | | ***Основы экономической деятельности***  1.1. Основы экономической деятельности. Сущность экономики и её задачи.  1.2. Потребности, их виды. Товары и услуги.  1.3. Спрос и предложение.  1.4. Основные субъекты хозяйствования, предприятия и потребители. |  | 4 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1;4.1.3;4.1.4;  4.2.2; 4.2.3; 4.2.5;  4.3.1; 4.3.2; 4.3.7;  4.4.1;4.4.2;4.4.5; | Устный опрос |
| **2.** | | ***Текущий рейтинговый контроль***  Контрольный тест №1.  Тема “Economía. Conceptos econόmicos principales”. |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест |
| **3.** | ***Деловая корреспонденция***  3.1 Виды деловых писем (рекомендательное письмо, письмо запрос, письмо реклама, рекламация, др.).  3.2 Структура письма. Содержание и стиль письма. Заголовок (адрес отправителя); номер документа; дата; специальные почтовые отметки; уведомление о конфиденциальности; адресат; указание на желательность ознакомления; обращение; заголовок к тексту; основной текст письма; завершение письма; подпись; пометка об исполнителях; приложения; копии письма; постскриптум, Особенности делового письма. Электронная почта.  3.3 Клише и выражения, наиболее часто употребляемые в построении письма; язык и стиль письма; наиболее употребляемые сокращения в деловой переписке. | |  | 6 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1;4.1.3;  4.2.1; 4.2.2;4.2.4;  4.2.5;  4.3.1; 4.3.3; 4.3.4;4.3.7;  4.4.1;4.4.2;4.4.5; | Перевод на русский, на испанский язык деловых писем.  Написание деловых писем разного типа |
| **4.** | | ***Предприятие***  4.1 Понятия предприятия, организации, учреждения, администрации.  4.2 Основные правовые формы предприятий.  4.3 Структура предприятия. Роль предприятия как субъекта хозяйствования.  4.4 Виды предприятий.  ModoPotencial. Условные предложения II типа. |  | 6 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1;4.1.3;  4.1.4;  4.2.2; 4.2.3; 4.2.5;  4.3.2; 4.3.3; 4.3.5;  4.3.7;  4.2.4;4.4.3;4.4.6; | Устный опрос |
| **5.** | | ***Текущий рейтинговый контроль***  Контрольный тест  Тема “Laempresacomounidadeconόmica.” |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест |
| **6.** | | ***Рыноктруда***  6.1 Показатели рынка труда. Экономически активное и неактивное население, безработные. Виды занятости. Поиск работы. Прием на работу.  6.2 Трудоустройство. Представление. Собеседование при устройстве на работу. Типы собеседований, интервью и тестирований при приеме на работу.  Правила поведения на собеседовании; требования, предъявляемые работодателем к потенциальному сотруднику. Обсуждение условий трудового контракта.  6.3 Заполнение резюме.  6.4 Виды безработицы. Борьба с безработицей и роль государства в решении этой проблемы.Роль профсоюзов.  Potencialcompuesto. Условные предложения III типа. |  | 10 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1; 4.1.4;  4.2.2; 4.2.3; 4.2.4;  4.3.2; 4.3.3; 4.3.7;4.3.9;  4.4.2;4.4.3;4.4.5;4.4.7; | Ролевая игра  Заполнение резюме |
| **7.** | | ***Текущий рейтинговый контроль***  Контрольная работа №2.  Тема“ El mercado de trabajo. Poblaciόn econόmicamente activa e inactiva, parada o desempleada. Modalidades de desempleo. En búsqueda del trabajo.El desempleo en Espaňa y las oposiciones.” |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест |
| **8.** | ***Менеджмент***  8.1 Функции менеджмента в различных компаниях. Основные функции топ менеджеров и менеджеров среднего звена.  8.2 Элементы психологии управления. Лидерство как один из способов менеджмента компании. Виды лидерства. Врожденные и приобретаемые качества лидера.  Условные придаточные предложения смешанного типа. | |  | 6 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1; 4.1.4;  4.2.2; 4.2.3; 4.2.4;  4.3.2; 4.3.4; 4.3.7;4.3.9;  4.4.2;4.4.3;4.4.4;4.4.7; | Устный опрос  Дискуссия |
| **9.** | ***Текущий рейтинговый контроль***  Контрольный тест №3.  Тема “Management, misiόn de la gestiόn administrativa de la empresa. Manager como líder de la empresa.” | |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **10.** | ***Маркетинг***  1.1 История возникновения маркетинга. Определение понятия «маркетинг». Понятие и структура маркетинга. Цели и задачи маркетинга.  1.2 Исследование рынка. Маркетинг стратегический и оперативный.  1.3 Инструменты маркетинга: реклама и связь с общественностью. Реклама как средство продвижения товаров и услуг на рынке. Виды рекламы. Стратегия продвижения товаров и услуг. Социальные сети. Использование поисковых сетей в Интернете.  1.4 Техники и формы связей с общественностью. Спонсорство. |  | 10 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1; 4.1.4;  4.2.1; 4.2.3; 4.2.5;  4.3.4; 4.3.7; 4.3.8;4.3.9;  4.4.3;4.4.3;4.4.5;4.4.6; | Устный опрос  Проект |
| **11.** | ***Текущий рейтинговый контроль***  Контрольный тест №4.  Тема”Marketing y sus instrumentos: Publicidad y relaciones públicas”. |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест |
| **12.** | ***Торговля***  3.1 Оптовая и розничная торговля. Особенности оптовой торговли. Торговая розничная сеть, виды магазинов.  3.2 Способы продажи различных товаров. Интернет – магазины.  Исследование рынка.  3.3 Цена товара. Цены в условиях рынка. Виды скидок.  3.4 Международная торговля. Свободная торговля и меры протекционизма. |  | 6 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1; 4.1.3;  4.2.1; 4.2.2; 4.2.5;  4.3.2; 4.3.3; 4.3.7;4.3.9;  4.4.2;4.4.3;4.4.4;4.4.7; | Устный опрос  Лексический диктант |
| **13.** | ***Текущий рейтинговый контроль***  Контрольный тест №5.  Тема “Comercio interior y exterior”. |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест |
| **14.** | ***Международные экономические отношения***  5.1 Международная торговля (общие понятия, права и обязанности виды сделок, формы платежей). Экспортно-импортная политика. Торговый баланс.  5.2 Международные экономические союзы и организации (ВТО, МВФ, Всемирный банк и др.).  5.3 Международные финансы. Необходимость регулирования мировой экономики на международном уровне. |  | 8 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1; 4.1.4;  4.2.2; 4.2.3; 4.2.4;  4.3.2; 4.3.4; 4.3.7;4.3.9;  4.4.2;4.4.3;4.4.5;4.4.6; | Проект |
| **15.** | ***Деловые переговоры . Договоры***  6.1 Ознакомление со структурой и особенностями переговорного процесса.  6.2 Ведение деловой беседы. Симуляция деловых переговоров на основе конкретных рабочих ситуаций. Проведение деловой игры.  6.3 Деловое общение. Разговор по телефону: назначение встречи, перенос встречи.  7.1 Виды и типы договоров.  7.2 Составление договоров. Содержательная часть договора. Предмет договора, обсуждение основных условий договора, условия поставки и оплаты, арбитраж, реквизиты сторон. |  | 8 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1;  4.2.1;4.2.4;4.2.5;  4.3.2; 4.3.6;4.3.7;  4.4.2;4.4.3;4.4.5;4.4.7; | Ролевая игра  Перевод на русский, на испанский язык договоров |
|  |  |  |
| **16.** | ***Текущий рейтинговый контроль***  Контрольный тест №6.  Тема “ Tipos de contratos. Transacciones comerciales”. |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест |

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН (Тематика практических занятий)**

**дисциплины « Профессионально-ориентированный иностранный язык» 5 семестр (78часов) для специальности: 1-260201 «Бизнес-администрирование», 1- 250101 «Экономическая теория», 1-250102 «Экономика»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер раздела, темы** | **Название раздела, темы** | **Количество аудиторных часов** | | **Иное** | **Формы контроля** |
| **практические занятия** | **Управляемая самостоятельная работа студентов** |
| **Модуль «Коммуникативная грамматика»** | | | | | |
| **1.** | Использование в устной деловой коммуникации модального значения грамматических времен FuturoSimple, FuturoCompuesto, PotencialSimpleyCompuesto | 6 |  | Осн. 2  Доп. 2,3 | Выполнение упражнений |
| **2.** | Неличные формы глагола и их использование в профессиональной коммуникации. Инфинитив. Герундий. Причастие | 6 |  | Осн. 2  Доп. 2,3 | Выполнение упражнений  Рейтинговый контроль: тест №1 |
| **3.** | Конструкции с инфинитивом, герундием, причастием. Их использование в деловой документации | 8 |  | Осн. 2  Доп. 2,3 | Выполнение упражнений |
| **4.** | Предлоги и союзы. Употребление предлогов с глаголами. Сложные союзы | 4 |  | Осн. 2  Доп. 2,3 | Выполнение упражнений |
| **Модуль «Экономический иностранный язык»** | | | | | |
| **1.** | Экономические функции государства | 2 |  | Осн. 1, видеокурc  “Hablemos de negocios” | Выполнение упражнений, устный опрос |
| **2.** | Юридическая защита продукции. Промышленная собственность. Патенты. Марки | 4 |  | Осн.1, видеокурc  “Hablemos de negocios” | Выполнение упражнений,  презентации |
| **3.** | Контракты и их классификация. | 4 |  | Осн. 1, доп.4, видеокурc  “Hablemosdenegocios” | Выполнение упражнений |
| **4.** | Классификация предприятий | 4 |  | Осн.1, доп.1, 4 | Выполнение упражнений  Рейтинговый контроль: тест №2 |
| **5.** | Услуги. Транспорт. Страхование | 4 |  | Осн. 1, доп. 4, видеокурc  “Hablemosdenegocios” | Выполнение упражнений |
| **7.** | Таможенные пошлины, льготы. | 4 |  | Осн. 1, доп. 4 | Выполнение упражнений |
| **8.** | Зарубежная торговля. ВТО | 4 |  | Осн. 1, доп.4 | Выполнение упражнений |
| **9.** | Что такое предприятие. Создание предприятия | 2 |  | Осн. 3  Доп. 1 | Устный опрос, выполнение упражнений, доклады |
| **10.** | Организационная структура предприятия | 4 |  | Осн. 3  Доп. 1  Видеокурc “Hablemos de negocios” | Устный опрос, выполнение упражнений |
| **11.** | Прибыль и рентабельность | 4 |  | Осн. 3, доп. 1  видеокурc “Hablemos de negocios” | Устный опрос, выполнение упражнений |
| **12.** | Налогообложение | 4 |  | Осн. 3, доп. 1  видеокурc “Hablemos de negocios” | Устный опрос  Доклады. Презентации |
| **13.** | Оплата труда | 2 |  | Осн. 3, доп. 1  видеокурc “Hablemos de negocios” | Устный опрос. Рейтинговый контроль: тест №3 |
| **14.** | Баланс предприятия | 4 |  | Осн. 3, доп. 1  видеокурc “Hablemosdenegocios” | Устный опрос, выполнение упражнений |
| **15.** | Маркетинговая служба | 4 |  | Осн. 3, доп. 1  видеокурc “Hablemos de negocios” | Устный опрос, выполнение упражнений, доклады |
| **16.** | Развитие предпринимательской деятельности в РБ: проблемы и перспективы | 2 |  | Пресса, интернет | Круглый стол |
| **Итого: 78 часов** | | | | | |

**6 семестр (82 часа)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер раздела, темы** | **Название раздела, темы** | **Количество аудиторных часов** | | **Иное** | **Формы контроля** |
| **практические занятия** | **Управляемая самостоятельная работа студентов** |
| **Модуль «Пресса.Новости»** | | | | | |
| **1.** | Визиты, переговоры: классификация визитов, двусторонние встречи, встречи в верхах, переговоры, заключение договоров. Основные действующие международные договоры. Дипломатия. МИД.Посольства и консульства. Современные дипломатические отношения | 4 |  | Программы новостей исп. телевидения.  Статьи из испанской прессы.  Осн.1  [www.elpaís.es](http://www.elpaís.es), www. elmundo.es  видеокурс «Контакт» | Рейтинговый контроль: контрольная работа № 4  Доклады |
| **2.** | Международные экономические отношения: международные экономические организации, мировая экономика и перспективы развития, международные экономические договоры. Международный бизнес: экспортно-импортные операции, системы расчетов | 4 |  | Программы новостей исп. телевидения.  Статьи из испанской прессы.  [www.elpaís.es](http://www.elpaís.es), www. elmundo.es | Устный опрос  Доклады |
| **3.** | Открытая экономика. Основные макроэкономические показатели. Внешняя торговля. Торговый баланс страны. Заключение сделок | 4 |  | Программы новостей исп. телевидения.  Статьи из испанской прессы.  [www.elpaís.es](http://www.elpaís.es), www. elmundo.es | Устный опрос |
| **4.** | Деньги. Валютные отношения. Финансовая система. Международные финансовые организации. Фискальная политика. Экономические преступления и мошенничество | 6 |  | Программы новостей исп. телевидения.  Статьи из испанской прессы.  [www.elpaís.es](http://www.elpaís.es), www. elmundo.es  Видеокурс «Hablemos de negocios» | Доклад, презентация |
| **5.** | Рынок труда. Занятость и безработица: виды профессиональной деятельности, выбор карьеры, проблемы и причины безработицы, трудовая дискриминация Трудовая политика государства. Трудовой кодекс. Статистические данные занятости и безработицы. Трудовая миграция населения | 6 |  | Программы новостей исп. телевидения.  Статьи из испанской прессы.  [www.elpaís.es](http://www.elpaís.es), www. elmundo.es  Видеокурс «Контакт» | Доклад, презентация |
| **6.** | Преступление и наказание. Виды преступлений. Судебный процесс. Смертная казнь. Амнистии. Безнаказанность и невиновность. | 2 |  | Программы новостей исп. телевидения.  Статьи из испанской прессы.  [www.elpaís.es](http://www.elpaís.es), www. elmundo.es | Дискуссия |
| **Модуль «Деловая корреспонденция»** | | | | | |
| **1.** | Введение в деловую переписку.  Основные стилистические характеристики делового письма. Стандарты оформления деловых писем. Языковые стандарты делового письма. Обращения, клише, аббревиатуры | 4 |  | Осн. 5  Доп. 7 | Выполнение упражнений, составление деловых писем |
| **2.** | Знаки препинания. Особенности употребления запятых, скобок, тире и др. | 2 |  | Осн. 5 | Выполнение упражнений |
| **3.** | Графическое ударение. Употребление заглавной и прописной буквы. Слогоделение. | 2 |  | Осн. 5 | Выполнение упражнений |
| **4.** | Структура делового письма. Структурные части письма и их расположение. | 2 |  | Осн. 5  Доп. 7 | Выполнение упражнений, составление деловых писем |
| **5.** | Классификация деловых писем. Запрос, уведомление, рекламация, заказ. Деловая переписка в банковской сфере. | 6 |  | Осн. 5  Доп. 4, 7 | Выполнение упражнений, составление деловых писем, перевод писем |
| **6.** | Официальная документация. Анкеты, заявления, служебные записки, отчеты, акты. Контракт. Классификация и образцы оформления контрактов. | 4 |  | Осн. 5  Доп. 4 | Перевод контрактов и др. документации |
| **7.** | Особенности деловой переписки в странах Латинской Америки | 2 |  | Осн. 5  Доп. 7 | Выполнение упражнений |
| **Модуль «Экономика»** | | | | | |
| **1.** | Экономика Испании: природные ресурсы, основные секторы | 2 |  | Ocн. 1, 6, 7  Доп. 4 | Устный опрос  Выполнение упражнений |
| **2.** | Промышленность и строительство: основные предприятия Испании. Сельское хозяйство и рыболовство. | 4 |  | Осн. 6 | Устный опрос  Выполнение упражнений |
| **3.** | Финансовая система Испании: основные банки. Биржи. Особенности налогообложения в Испании | 4 |  | Осн. 1, 6  Доп .4 | Устный опрос  Выполнение упражнений |
| **4.** | Туризм. История туризма в Испани и. Туристический рынок Испании. Турагентства. Гостиничный и ресторанный бизнес | 4 |  | Осн.6  Доп.5 | Устный опрос  Выполнение упражнений  Рейтинговый контроль:  тест № 5 |
| **5.** | Перспективы экономического развития Испании и Беларуси. Анализ экономической ситуации и прогноз на будущее | 2 |  | Осн. 6  Статьи из прессы | Круглый стол |
| **6.** | ВЭД. Анализ хоз.деятельности предприятия на внутреннем рынке и оценка перспектив выхода на международный рынок | 2 |  | www.aulafacil.com/сomercio exterior  осн. 4, доп.4 | Устный опрос  Доклады |
| **7.** | Средства платежа в ВЭД. Простые и документарные средства платежа.  Особенности международных расчетов | 4 |  | www.aulafacil.com/сomercioexterior  осн. 4  доп.4 | Устный опрос  Доклады |
| **8.** | Документация в ВЭД. Счет-фактура, транспортная накладная, страховки, сертификаты | 4 |  | www.aulafacil.com/сomercio exterior  осн. 1,4  доп.4 | Выполнение упражнений |
| **9.** | Финансирование международных сделок. Этапы финансирования, виды кредитов. Факторинг и форфейтинг. Валютный риск и его покрытие. Обменный курс, форвардные сделки, опционы | 4 |  | www.aulafacil.com/сomercio exterior  осн. 1, 4  доп.4 | Устный опрос  Доклады |
| **10.** | Ограничение и стимулирование экспортно-импортной деятельности. Качественные и количественные ограничения ввоза товаров. Государственная поддержка предприятий-экспортеров. | 2 |  | www.aulafacil.com/сomercio exterior  осн. 4  доп.4 | Устный опрос  Доклады |
| **11.** | Инкотермс. Бартер.Условия сделок. Двухсторонние и трехсторонние операций. | 2 |  | www.aulafacil.com/сomercio exterior  осн. 1, 4, доп.4 | Устный опрос  Доклады |
|  | | | | | |
| **Итого: 160 часов** | | | | | |

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН (Тематика практических занятий)**

**«Профессионально ориентированный иностранный язык»**

**для дневной формы получения высшего образования для ФЦЭ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | | | Иное | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Количество часов УСР | | |
| Л | ПЗ | ЛАБ |
| 1 | Статистика как наука |  | 12 |  |  |  |  |  | [1, 2, 5] | Дискуссия по теме. Лексический тест |
| 2 | Статистическое наблюдение |  | 16 |  |  |  |  |  | [1, 2, 5] | Дискуссия по теме. Аудио и видео тесты. |
| 3 | Статистические таблицы и графики |  | 14 |  |  |  |  |  | [1, 2, 5] | Дискуссия по теме. Ролевые игры, Тест. |
| 4 | Статистические показатели |  | 10 |  |  |  |  |  | [1, 2, 5] | Дискуссия по теме. Аудио и видео тесты. |
|  | **Итого:** |  | **52** |  |  |  |  |  |  |  |

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН (Тематика практических занятий)**

**3 семестр (52часа) для специальности1-25 01 08 «Финансы и кредит»**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы, занятия | Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов | Количество аудиторных часов | | | | Иное | Формы контроля знаний |
| лекции | практические занятия | лабораторные занятия | управляемая самостоятельная работа студентов |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **8** | **9** |
|  |  |  | **54** |  |  |  |  |
| 1. | **Тема 1Банк и банковская система в РБ**  Банковская система РБ, роль Центрального банка.  Особенности банковской системы РБ. Банк изнутри: организационная структура, органы управления, департаменты, управления и отделы банка, их функции. |  | 6 |  |  | 1, 2, 5 | Тесты,  контрольные работы,  устный опрос, презентация, сочинение |
| 2. | **Тема 2 Банковские счета**  Банковские счета. Понятия «текущий счет»,  «расчетный счет», «корреспондентский счет».  ***Рейтинговый контроль: контрольная работа № 1*** |  | 6 |  |  | 1, 4, 5 | -//- |
| 3. | **Тема 3Деньги.Ценные бумаги**  Сущность денег. Национальная валюта и иностранная валюта. Наличные и безналичные деньги. Денежно-кредитная политика ЦБ РБ**.**Ценные бумаги: сущность, переход права собственности. Эмиссионные ценные бумаги (акции и облигации). |  | 6 |  |  | 3, 4, 5 | -//- |
| 4. | **Тема 4 Основы бухгалтерского учета в банке**  Баланс банка, актив и пассив баланса, их характеристика, валюта баланса. Статьи актива и статьи пассива, их экономический смысл. Бухгалтерский счет. Активный и пассивный счета, характеристика каждого из них. Дебет и кредит: что означают эти понятия. |  | 6 |  |  | 1, 3, 5 | -//- |
| 5. | **Тема 5 Кредиты и кредитные линии.Особенности кредитной политики**  Кредитование – виды и формы. Виды обеспечения кредита. Лимит выдачи, лимит задолженности, овердрафт.  Залог, заклад, поручительство. Роль кредита в системе финансовой поддержки предпринимательства. Альтернативные источники финансирования бизнеса (венчурное финансирование, лизинг, факторинг). |  | 4 |  |  | 4, 5 | -//- |
| 6. | **Тема 6 Страхование вкладов**  Система страхования вкладов. Обязательные взносы в систему страхования и их размер. Страховое дело. Перестрахование. Управление риском в страховой деятельности.  ***Рейтинговый контроль: Контрольная работа №2*** |  | 6 |  |  | 1, 2, 3 | -//- |
| 7. | **Тема 7 Налоги и налогообложение**  Понятие налоговой политики предприятия. Принципы осуществления налоговой политики. Основные направления налоговой политики предприятия: выбор схемы налогового учета, выбор способов оптимизации налогов, налоговое планирование. |  | 4 |  |  | 5, 6, 7 | -//- |
| 8. | **Тема 8 Международные валютно-кредитные отношения**  Денежное обращение и кредит Беларуси и зарубежных стран. Организация и техника международных расчетов. Управление финансовой устойчивостью банков и акционерных предприятий. |  | 6 |  |  | 8,7 | -//- |
| 9. | **Тема 9 Платежи при внешнеторговых операциях**  Ценообразование. Типы оплаты во внешнеторговых операциях. Обсуждение условий оплаты по телефону. Расчеты с клиентами. |  | 4 |  |  | 1,4, 7 | -//- |
| 10. | **Тема 10 Основные мировые финансовые центры**  Роль международных финансовых организаций в экономической системе. Центробанк  ключевое звено в системе финансового менеджмента. Международный Валютный Фонд. Всемирный Банк. Международный Банк Реконструкции и Развития**.**  ***Рейтинговый контроль: Контрольная работа №3*** |  | 4 |  |  | 5, 8 | -//- |

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН (Тематика практических занятий)**

**5 семестр (52часа) для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы, занятия | Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов | Количество аудиторных часов | | | | Иное | Формы контроля знаний |
| лекции | практические занятия | лабораторные занятия | управляемая самостоятельная работа студентов |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **8** | **9** |
|  |  |  | **52** |  |  |  |  |
| 1. | **Тема 1 Торговля: ее роль и место в экономике**  Эволюция торговли. Экономическая значимость торговли. Торговля как профессия |  | 4 |  |  | 1, 2, 5 | Тесты,  контрольные работы,  устный опрос, презентация, сочинение |
| 2. | **Тема 2 Правовые и этические вопросы в торговле**  Законы и правовые акты. Искусство эффективного общения в торговле. Основные принципы коммуникации в торговле. Коррупция и взяточничество в торговле. |  | 2 |  |  | 1, 4, 5 | -//- |
| 3. | **Тема 3 Взаимоотношения покупателя и продавца**  Установление контакта. Стили мышления при подходе к клиенту. Процесс наблюдения за клиентом. Поведение покупателя и процесс покупок. Типы покупателей.  ***Рейтинговый контроль: Контрольная работа №1*** |  | 4  2 |  |  | 3, 4, 5 | -//- |
| 4. | **Тема 4 Ключевые факторы успеха в торговле**  Поиск потенциальных клиентов как ключ к успеху. Техника поиска клиентов. Способы привлечения клиентов. Изучение покупателя с целью удовлетворения его потребностей. Типы презентаций в торговле. Профессиональные знания и подготовка. |  | 4 |  |  | 1, 3, 5 | -//- |
| 5. | **Тема 5 Управление эффективностью работника торговли**  Личные цели работника. Достижение успеха. Управление стрессом на рабочем месте |  | 6 |  |  | 4, 5 | -//- |
| 6. | **Тема 6 Менеджеры по продажам в торговой компании**  Проведение собеседований. Функции менеджера по продажам. Оценка деятельности работы сотрудников  ***Рейтинговый контроль: Контрольная работа №2*** |  | 6  2 |  |  | 1, 2, 3 | -//- |
| 7. | **Тема 7 Специальная торговая среда и навыки торговли**  Каналы распределения в торговле. Розничная и оптовая торговля. Отношения компании с окружающим миром. Заключение сделки. Традиционные методы заключения сделки. Процесс заключения сделки. Стандартные правила при возражениях клиентов |  | 6 |  |  | 5, 6, 7 | -//- |
| 8. | **Тема 8 Международная торговля**  Основы международной торговли. Этапы развития международной торговли. Основные понятия в международной торговле. Правительственная поддержка в ведении международной торговли. Субсидирование и кредиты. Инвестиции за рубежом. Обучение ведению торговли за рубежом. |  | 6 |  |  | 8,7 | -//- |
| 9. | **Тема 9 Импорт. Экспорт.** Значение импорта в международной торговле. Планирование импорта. Значение экспорта в международной торговле. Планирование экспорта. Налогообложение и документация. Основные принципы налогообложения во внешней торговле. Импорт и НДС. Экспорт и НДС.  ***Рейтинговый контроль: Контрольная работа №3*** |  | 8  2 |  |  | 1,4, 7 | -//- |

**Тематика практических занятий**

**для специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией»**

**5 семестр (54 часа)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер раздела, темы, занятия** | **Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов** | **Количество**  **аудиторных часов** | | | | **Иное** | **Формы контроля** | | |  |
| **Лекции** | **Практические занятия** | **Лабораторные занятия** | **Управляемая самостоятельная работа студентов** |  | |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **41.** | **Туристическая индустрия.**  4.1 Понятие и состав туристской индустрии  4.2 Материально-техническая база туризма  4.3 Рабочая сила в туризме и эффективность ее использования |  | 10 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1; 4.1.4;  4.2.1; 4.2.3; 4.2.5;  4.3.4; 4.3.7; 4.3.8;4.3.9;  4.4.3;4.4.3;4.4.5;4.4.6; | Устный опрос  Проект |
| **52.** | **Особенности функционирования экономического механизма в туризме**  5.1 Цена и ценообразование в туризме.  5.2 Организация финансовых отношений  5.3 Особенности налогообложения туристской деятельности  5.4 Особенности страхования в туризме.  ***Текущий рейтинговый контроль №4*** |  | 10  2 |  |  |  | Контрольный тест |
| **63.** | **Экономика туризма**  5.1Экономика туризма  5.2 Экономика туристического предприятия  5.3 Туристические агентства и туристические операторы  ***Текущий рейтинговый контроль №5*** |  | 12  2 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1; 4.1.3;  4.2.1; 4.2.2; 4.2.5;  4.3.2; 4.3.3; 4.3.7;4.3.9;  4.4.2;4.4.3;4.4.4;4.4.7; | Устный опрос  Лексический диктант |
| **74.** | **Размещение туристов. Туристические гостиничные предприятия.**  6.1 Размещение туристов. Туристические гостиничные предприятия.  6.2 Размещение туристов. Внегостиничные предприятия.  6.3. Характеристика предприятий питания их виды, особенности деятельности.  ***Текущий рейтинговый контроль №6*** |  | 16  2 |  |  |  | Контрольный тест |

**6 семестр (68 часов)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер раздела, темы, занятия** | **Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов** | **Количество**  **аудиторных часов** | | | | **Иное** | **Формы контроля** | | |  |
| **Лекции** | **Практические занятия** | **Лабораторные занятия** | **Управляемая самостоятельная работа студентов** |  | |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **81.** | **Ресторанный бизнес.**  7.1 Ресторанный бизнес и гастрономия.  7.2 Основные виды предприятий ресторанного бизнеса  7.3 Услуги ресторанного бизнеса |  | 12 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1; 4.1.4;  4.2.1; 4.2.3; 4.2.5;  4.3.4; 4.3.7; 4.3.8;4.3.9;  4.4.3;4.4.3;4.4.5;4.4.6; | Устный опрос  Проект |
| **92.** | **Подготовка к обслуживанию туристов**  9.1 Виды меню  9.2 Обслуживание туристов в зале ресторана.  9.3 Специальные формы организации питания |  | 10 |  |  |  | Контрольный тест |
| **13.** | **Развитие общественного питания как важного элемента инфраструктуры гостиничного хозяйства.**  10.1 Особенности национальной кухни.  10.2 Белорусская национальная кухня  10.3 Испанская национальная кухня  ***Текущий рейтинговый контроль №7*** |  | 12  2 |  |  | Разработки преподавателя  4.1.1; 4.1.3;  4.2.1; 4.2.2; 4.2.5;  4.3.2; 4.3.3; 4.3.7;4.3.9;  4.4.2;4.4.3;4.4.4;4.4.7; | Устный опрос  Лексический диктант |
| **14.** | ***Рынок туристических услуг***  11. 1 Туристская анимация  12. 2 Культурный туризм  13.2 Агротуризм и экотуризм  13.3 Спортивный туризм  13.4 Бизнестуризм  ***Текущий рейтинговый контроль №8*** |  | 14  2 |  |  |  | Контрольный тест |
| **15.** | **Логистика в сфере обращения туристического продукта**  12.1 Виды транспорта  12.2 Перемещение туриста к месту отдыха и обратно  ***Текущий рейтинговый контроль №9*** |  | 14  2 |  |  |  |  |

**Тематика практических занятий**

**по дисциплине «**Профессионально-ориентированный  **ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

**Для специальности 1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»**

**7 семестр (34 часа)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы, занятия | Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов | Количество аудиторных часов | | | | Иное | Формы контроля знаний |
| лекции | практические занятия | лабораторные занятия | управляемая самостоятельная работа студентов |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **8** | **9** |
|  |  |  | **34** |  |  |  |  |
| 1. | **Тема 1 Что такое бухгалтерский учет**  Предмет, задачи бухгалтерского учета. Роль и место бухгалтерского учета в деятельности современного предприятия. |  | 2 |  |  | 1, 2, 5 | Тесты,  контрольные работы,  устный опрос, презентация, сочинение |
| 2. | **Тема 2 История бухгалтерского учета**  Бухгалтерский учет на ранних стадиях социального развития. Система двойной записи. Бухгалтерский учет в современной бизнес-среде. |  | 2 |  |  | 1, 4, 5 | -//- |
| 3. | **Тема 3 Пользователи бухгалтерской информации**  Индивидуальные пользователи, коммерческие предприятия, инвесторы и кредиторы, государственные руководящие органы. Бухгалтерский учет в некоммерческих организациях. |  | 4 |  |  | 3, 4, 5 | -//- |
| 4. | **Тема 4 Управленческий и финансовый учет**  Предмет и цели управленческого учета. Предмет и цели финансового учета. Различия между управленческим и финансовым учетом. |  | 4 |  |  | 1, 3, 5 | -//- |
| 5. | **Тема 5 Профессия бухгалтера в Республике Беларусь**  Возможности профессионального роста в сфере бухгалтерского учета в Республике Беларусь. Тенденции в области спроса на профессию бухгалтера на рынке труда Республики Беларусь. Система профессиональной подготовки бухгалтеров.  ***Рейтинговый контроль: контрольная работа № 1*** |  | 2  2 |  |  | 1, 2, 3 | -//- |
| 6. | **Тема 6 Принципы бухгалтерского учета**  Двойственность. Денежное измерение, достоверность, полнота, сопоставимость, постоянство, консерватизм, себестоимость, реализация, соответствие. |  | 4 |  |  | 8,7 | -//- |
| 7. | **Тема 7 Система бухгалтерского учета**  Элементы системы бухгалтерского учета: сбор информации, запись информации, оценка информации, сообщение информации.  ***Рейтинговый контроль: Контрольная работа №2*** |  | 4  2 |  |  | 1,4, 7 | -//- |
| 8. | **Тема 8 Документы финансовой отчетности**  Бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении фондов, отчет о движении денежных средств. Формат и компоненты документов финансовой отчетности. |  | 2 |  |  | 5, 8 | -//- |
| 9. | **Тема 9 Международные бухгалтерские стандарты**  Международные организации, регулирующие практику бухучета на международном уровне. Общая характеристика международных бухгалтерских стандартов. Международные бухгалтерские стандарты и учетная практика в Республике Беларусь. |  | 2 |  |  |  |  |
| 10. | **Тема 10 Аудит. Принципы аудита.**  Основные понятия аудита. Аудиторское доказательство, мнение аудитора, аудиторское заключение, аудиторский риск. Профессия аудитора.  Принципы аудита: достоверность, полнота, точность, оценка, представление и раскрытие. Типы аудита.  ***Рейтинговый контроль: Контрольная работа №3*** |  | 2  2 |  |  |  |  |

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН (Тематика практических занятий)**

**по дисциплине «Профессионально-ориентированный иностранный язык»**

**для специальностей 1-25 0115 Национальная экономика, 1-26 01 01 Государственное управление,**

**1-23 01 06 Политология**

**3 семестр (68 часов)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер раздела, темы** | **Название раздела, темы** | **Количество аудиторных часов** | | **Иное** | **Формы контроля** |
| **практические занятия** | **Управляемая самостоятельная работа студентов** |
| **М. 1 «Понятия и принципы экономики»** | | | | | |
|  | Понятие экономической структуры. Основные отрасли экономики, их взаимодействие. Система экономических отношений. | 10 |  | [1;5]  Статьи из испанской прессы.  www.elpaís.es, www. elmundo.es | Устный опрос. Лексический тест |
| **2.** | Роль правительства в управлении экономикой. Государственное управление. Экономика и государство. | 12 |  | [3;5] | Презентации по теме. Лексический тест |
| **3.** | Налогообложение. Принципы государственного управления. | 6 |  | [1;3] | Дискуссия по теме. Лексический тест |
| **4.** | Международное экономическое взаимодействие Установление международных экономических связей. | 14 |  | Программы новостей исп. телевидения.  Статьи из испанской прессы.  www.elpaís.es, www. elmundo.es | Устный опрос. Лексический тест |
| **5.** | Глобализация. Глобальные проблемы мировой экономики. | 6 |  | Статьи из испанской прессы.  www.elpaís.es, www. elmundo.es | Устный опрос. Лексический тест |
| **6.** | Международные финансовые организации МВФ и Всемирный Банк. История, функции. Деятельность в Республике Беларусь. | 10 |  | Программы новостей исп. телевидения.  Статьи из испанской прессы.  www.elpaís.es, www. elmundo.es | Дискуссия по теме. Лексический тест |
| **7.** | Внешняя экономическая политика Республики Беларусь | 10 |  | [5] | Дискуссия по теме. Лексический тест |
| **Итого: 68 часов** | | | | | |

**4 семестр**

**для специальностей 1-25 0115 Национальная экономика, 1-26 01 01 Государственное управление (68 часов)**

**для специальности 1-23 01 06 Политология (50 часов)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер раздела, темы** | **Название раздела, темы** | **Количество аудиторных часов** | | **Иное** | **Формы контроля** |
| **практические занятия** | **Управляемая самостоятельная работа студентов** |
| **М. 2 «Актуальные проблемы менеджмента»** | | | | | |
| **1.** | Кросс-культурные аспекты менеджмента Управление в условиях культурного многообразия. | 6 |  | [1;5]  Статьи из испанской прессы. | Устный опрос |
| **2.** | Диверсификация рабочей силы. Преимущества и трудности работы в коллективе, состоящем из представителей различных культур. | 4 |  | [1;3;5] | Ситуативные задания. Лексический тест |
| **3.** | Креативность и инновации в менеджменте Понятие креативности. Знания и опыт, творческое мышление и мотивация как основные компоненты креативности. | 4 |  | [1;5] | Устный опрос  Доклады |
| **4.** | Роль менеджера в создании и поддержке творческого подхода. Понятие инновации. Взаимосвязь креативности и инновации. | 10 |  | [1;4;5]  Статьи из испанской прессы. | Презентации по теме. Лексический тест |
| **5.** | Результативность Эффективность работы сотрудников. Основные факторы эффективной деятельности. | 8 |  | [2;5] | Устный опрос |
| **6.** | Оценка эффективной деятельности. Управление деятельностью. | 4 |  | [2;3;5] | Дискуссия по теме. Лексический тест |
| **7.** | Лидерство Понятие лидерства. Лидерство и менеджмент. Качества современного лидера. Основные стили лидерства. | 10 |  | [1;4] | Презентации по теме. Лексический тест |
| **8.** | Харизматичный лидер. Бюрократический лидер. | 4 |  | [2;3;] | Дискуссия по теме. Лексический тест |
|  | **(только для специальностей ФЭМ)** | | | | |
| **9.** | Целеполагание Понятие цели. Смарт (SMART) цели. Роль целеполагания в менеджменте и бизнесе. | 6 |  | [1;3;5] | Доклад, презентация |
| **10.** | Эффективность целеполагания для руководителей и подчинённых. Основные рекомендации для улучшения эффективности целеполагания. | 6 |  | [1;5] | Презентации по теме. Лексический тест |
| **11** | Управление временем Актуальность проблемы управления временем в современном мире. Пути и способы эффективного управления временем. | 6 |  | [2;3] | Доклад, презентация  Лексический тест |
| **Итого: 68/50 часов** | | | | | |

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

**ЭЛЕКТРОННЫЕ УЧЕБНЫЕ ПОСОБИЯ**

**М. А. Тарасик**

**Электронное учебное пособие по аспекту «Деловой иностранный язык (2-ой) (испанский язык)» для студентов ВШТ, 2012 г., электронная библиотека БГЭУ**

**http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/17868**

Цель пособия – способствовать практическому овладению испанским языком, приобретению необходимого словарного запаса, развитию навыков чтения и понимания текстов по специальности и навыков говорения. Пособие состоит из 5 разделов и содержит тексты, а также лексические и грамматические упражнения по таким устным темам, как «Экономика туризма», «Экономика туристической фирмы», «Туристические агенства и туроператоры», «Гостиничные предприятия», «Предприятия питания».

**Índice**

**LECCIÓN 1** – ECONOMÍA DEL TURISMO

Texto *“Los sectores de la economía. El turismo dentro del sector terciario”*

**LECCIÓN 2** – ECONOMÍA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

Texto “*Administración y financiación de la empresa turística”*

**LECCIÓN 3** – AGENCIAS DE VIAJES Y TOUROPERADORES

Texto *“Concepto y funciones de las agencias de viajes. Agencias de viajes y touroperadores. Clases de agencias de viajes”*

**LECCIÓN 4** – ALOJAMIENTO TURÍSTICO. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Texto *“Establecimientos hoteleros: reglamentación y clasificación”*

**LECCIÓN 5** – RESTAURACIÓN

Texto *“Empresas de restauración”*

**LECCIÓN 1**

**ECONOMÍA DEL TURISMO**

**Упражнение 1**. *Прочтите и переведите следующий текст:*

**Los sectores de la economía. El turismo dentro del sector terciario**

Existen tres sectores de la actividad económica. Estos sectores son:

a) Sector primario. Son actividades económicas relacionadas con la obtención de productos de la agricultura, ganadería, minería y la pesca.

b) Sector secundario. Son actividades económicas relacionadas con la obtención de bienes que experimentan una transformación. También se llama sector industrial. Ejemplo: las empresas industriales de producción o de transformación de bienes.

c) Sector terciario. Son actividades económicas relacionadas con la prestación de servicios para los sectores primarios o secundarios. También se llama sector de servicios. Este sector incluye el siguiente tipo de empresas: bancos, comercios, seguros, transporte, turismo, empresas de esparcimiento y diversión.

Como vemos el turismo está englobado en el sector terciario o sector de servicios. El turismo es la “industria sin chimenea”. Engloba a las empresas que prestan servicios de transporte, organización de viajes, alojamiento, manutención e información turísticos.

La estructura del mercado turístico estudia y analiza la oferta y la demanda de productos y servicios turísticos.

La oferta turística está basada en unos recursos e infraestructuras para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas. La infraestructura son elementos físicos que sirven para atender las necesidades de los turistas. Por ejemplo, carreteras, transportes, instalaciones deportivas y recreativas, etcétera. Para conseguir una sólida demanda la calidad y el precio de los productos y servicios turísticos deben competir en el mercado.

La demanda turística son conjunto de turistas que están interesados en consumir unos productos y servicios turísticos para descansar, divertirse y ampliar su cultura durante sus vacaciones.

La estacionalidad es un factor muy importante en el turismo de masas. Entienden por la estacionalidad el resultado de la acumulación de la demanda turística en un determinado período del año. Destacan dos épocas en la estacionalidad:

a) la “estación” o alta temporada

b) “fuera de estación” o baja temporada

En el período de alta temporada la demanda turística es grande. Por eso los precios son más altos y aparece el problema de saturación. Y la elasticidad de la correspondiente oferta es débil.

En el período de baja temporada la demanda es poca. Esto origina paro y pérdidas en el equipo receptor.

Las causas de la estacionalidad son la concentración de las vacaciones en un período de tiempo determinado, generalmente en verano, y también el clima. En el hemisferio norte la temporada alta corresponde a los meses de verano, las Navidades y la Semana Santa. Y en el hemisferio sur el verano coincide con los meses de noviembre, diciembre, enero y febrero. Pero con ciertas medidas se puede corregir la estacionalidad. Por ejemplo, promoción de nuevos recursos turísticos, adopción de precios competitivos y más económicos en la temporada baja.

**Vocabulario**

existir - существовать

la obtención - получение

laminería – разработка полезных ископаемых

experimentar - претерпевать

la transformación de bienes – переработкатоваров

incluir - включать

la prestación - предоставление

el seguro - страхование

está englobado – являетсявключённым

el alojamiento - размещение

la manutención – питание

servir - служить

atenderlasnecesidades – удовлетворятьпотребности

las instalaciones – сооружения

sólido - устойчивый

el conjunto - совокупность

la estacionalidad – сезонность, сезонныйхарактер

la temporada – сезон

lasaturación – насыщение, переполнение

originarparo – порождатьбезработицу

las pérdidas - убытки

el hemisferio - полушарие

corresponder - соответствовать

coincidir - совпадать

ciertas medidas – определённыемеры

lapromoción - продвижение

competitivo – конкурентный

**Упражнение 2.** *Найдите в тексте эквиваленты следующим словам и выражениям:*

экономическая деятельность, первичный сектор, связанные с получением продукции, рыбалка, вторичный, промышленные предприятия, третичный, сектор сферы услуг, магазины, развлекательные заведения, «индустрия без фабричной трубы», предоставляют услуги транспорта, структура туристического рынка, предложение и спрос на туристические продукты и услуги, основано на некоторых ресурсах, предоставлять соответствующие услуги туристам, спортивно-рекреационные сооружения, чтобы достичь устойчивого спроса, должны конкурировать на рынке, которые заинтересованы в получении туристических продуктов и услуг, повысить свой культурный уровень во время отпуска, массовый туризм, концентрация туристического спроса в определенное время года, горячий сезон, «не сезон», эластичность предложения, концентрация отпусков в определённый период времени, соответствует летним месяцам, можно корректировать сезонность, продвижение новых туристических ресурсов, установление более конкурентных и доступных цен

**Упражнение 3.** *Подберите к следующим существительным подходящие по смыслу прилагательные из второй колонки и согласуйте их в роде и числе:*

la actividad, el sector, el mercado, los servicios, la demanda, las instalaciones, la temporada, la demanda, el equipo, los precios

industrial, primario, receptor, turístico, correspondiente, deportivo, sólido, alto, competitivo, económico

**Упражнение 4.** *Заполните пропуски в предложениях подходящими словами из списка:*

el turismo, la demanda, servicios, la oferta, la estacionalidad, temporada, competitivos, la actividad, industrial, el clima

1) Hay tres sectores en ... económica: primario, secundario y terciario.

2) El sector ... son actividades económicas relacionadas con la obtención de bienes que experimentan una transformación.

3) El sector de ... incluye bancos, comercios, seguros, transporte, turismo, empresas de esparcimiento y diversión.

4) ... es la “industria sin chimenea”.

5) ... turística son recursos e infraestructuras para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas.

6) ... turística son conjunto de turistas que quieren consumir unos productos y servicios turísticos para descansar, divertirse y ampliar su cultura durante sus vacaciones.

7) ... es el resultado de la acumulación de la demanda turística en un determinado período del año.

8) Durante el período de alta ... la demanda turística es grande y los precios son más altos.

9) ... y la concentración de las vacaciones en un período de tiempo determinado, generalmente en verano, son las causas de la estacionalidad.

10) La promoción de nuevos recursos turísticos, adopción de precios ... y más económicos en la temporada baja son unas medidas para corregir la estacionalidad.

**Упражнение 5.** *Закончите следующие предложения по смыслу:*

1) El sector primario son actividades económicas relacionadas con la obtención ...

2) El sector secundario también se llama ...

3) El sector de servicios está relacionado con la prestación de servicios para ...

4) Las empresas turísticas prestan servicios de transporte, ...

5) La estructura del mercado turístico estudia y analiza ...

6) La infraestructura son elementos físicos que sirven para ...

7) La calidad y el precio de los productos y servicios turísticos deben competir en el mercado para ...

8) Un factor muy importante en el turismo de masas es ...

9) Destacan dos épocas en la estacionalidad: ...

10) La demanda es poca en ...

**Упражнение 6.** *Вставьте вместо пропусков подходящие по смыслу предлоги:*

1) Sector primario son actividades económicas relacionadas ... la obtención ... productos ... la agricultura, ganadería, minería y la pesca.

2) El turismo está englobado ... el sector terciario o sector ... servicios.

3) La estructura ... el mercado turístico estudia y analiza la oferta y la demanda ... productos y servicios turísticos.

4) Los turistas están interesados ... consumir unos productos y servicios turísticos ... descansar, divertirse y ampliar su cultura durante sus vacaciones.

5) Entienden ... la estacionalidad el resultado ... la acumulación ... la demanda turística ... un determinado período ... el año.

6) ... el período ... alta temporada la elasticidad ... la oferta es débil.

7) ... el hemisferio norte la temporada alta corresponde ... los meses ... verano.

8) ... ciertas medidas se puede corregir la estacionalidad, ... ejemplo, promoción ... nuevos recursos turísticos, etcétera.

**Упражнение 7.** *К следующим словам найдите однокоренные слова в тексте. Придумайте и запишите 5 предложений с любыми словами из предложенного списка:*

agrícola, ganadero, activo, producir, el deporte, el recreo, la importancia, la debilidad, climático, promocionar, el origen, masivo

**Упражнение 8**. *Замените выделенные слова и выражения их синонимами из текста:*

1) El sector secundario también **se denomina** sector industrial.

2) El turismo **abarca** a las empresas que prestan servicios de transporte, organización de viajes, alojamiento, manutención e información turísticos.

3) La infraestructura sirve para **satisfacer** las necesidades de los turistas.

4) La calidad y el precio de los productos y servicios turísticos deben competir en el mercado para **lograr** una sólida demanda.

5) La estacionalidad **se entiende como** el resultado de la acumulación de la demanda turística en un determinado período del año.

6) En el período de alta temporada los precios son más altos y **surge** el problema de saturación.

7) Se puede corregir la estacionalidad con **determinadas** medidas.

**Упражнение 9.** *Определите, являются ли верными или неверными следующие утверждения по тексту:*

1) El sector primario, el sector industrial y el sector de servicios son los tres sectores de la actividad económica.

2) El turismo está englobado en todos los sectores de la actividad económica.

3) Los servicios que prestan las empresas turísticas son de servicios de transporte, organización de viajes, alojamiento, manutención e información turísticos.

4) La calidad y el precio de los productos y servicios turísticos son ejemplos de la infraestructura.

5) La alta temporada y la baja temporada son las dos épocas en la estacionalidad.

6) En el período de alta temporada la demanda turística es poca. Aparece paro y pérdidas en el equipo receptor.

7) Es imposible corregir la estacionalidad con la promoción de nuevos recursos turísticos, adopción de precios competitivos y más económicos en la temporada baja.

**Упражнение 10.** *Ответьте на вопросы к тексту:*

1) ¿Qué actividades económicas están englobadas en el sector primario?

2) ¿Qué tipo de empresas incluye el sector de servicios?

3) ¿Qué estudia y analiza la estructura del mercado turístico?

4) ¿En qué se basa la oferta turística?

5) ¿Qué entienden por la estacionalidad?

7) ¿Qué características tiene la alta temporada?

8) ¿Cuáles son las causas de la estacionalidad?

**Упражнение 11.** *Составьте письменно план пересказа текста, разбив его на смысловые части и озаглавив их:*

**Упражнение 12.** *Перескажите текст, используя ключевые слова и выражения из перечня слов и выражений:*

sectores de la actividad económica, sector primario, secundario, terciario, empresas industriales de producción, la prestación de servicios, la oferta y la demanda de productos y servicios turísticos, la infraestructura, para atender las necesidades de los turistas, deben competir en el mercado, la demanda turística, la estacionalidad, la acumulación de la demanda turística, alta temporada, baja temporada, los precios son más altos, origina paro y pérdidas en el equipo receptor, la concentración de las vacaciones en un período de tiempo determinado, el clima, en el hemisferio sur, corregir la estacionalidad, promoción de nuevos recursos turísticos, adopción de precios competitivos y más económicos

**LECCIÓN 2**

**ECONOMÍA DE LA EMPRESA TURÍSTICA**

**Упражнение 1**. *Прочтите и переведите следующий текст:*

**Administración y financiación de la empresa turística**

La empresa turística es una organización social que produce y presta unos servicios – viajes, alojamiento, transporte, manutención, etcétera – y después comercializa y vende estos servicios en el mercado para obtener un beneficio.

Según su tamaño hay varias clases de las empresas turísticas: empresas pequeñas o familiares, empresas medianas, empresas grandes (conjunto de varias empresas, multinacionales), etc. El tamaño de la empresa turística depende de los siguientes criterios: volumen de producción a precio de coste, volumen de recursos propios, número de empleados o factor humano, valor añadido, etc.

Los elementos de la función administrativa de la empresa son los siguientes: planificación, organización y dirección, motivación, coordinación y control.

Planificación tiene como finalidad prever el futuro de la empresa turística. Para eso selecciona los objetivos, programas, presupuestos, financiamiento, etc. entre una serie de alternativas.

Organización y dirección tienen como fin describir y agrupar el trabajo, definir y delegar mando y responsabilidad y establecer las relaciones funcionales para conseguir la mayor eficacia de los trabajadores.

En las empresas normalmente existen los siguientes niveles de mando y funciones:

a) Nivel de propiedad, integrado por los propietarios de las empresas.

b) Nivel de línea, formado por los trabajadores que realizan las funciones de las empresas. Este nivel se subdivide en tres:

* Nivel de dirección. Es integrado por los directores y gerentes de la empresa. Ejemplo: director del hotel.
* Nivel medio. Es integrado por los jefes de departamento, sección o unidad productiva. Ejemplo: el jefe de recepción, la gobernanta de pisos, etc.
* Nivel operacional. Es integrado por las personas que hacen las tareas que ordenan los niveles superiores. Ejemplo: camareros, cocineros, recepcionistas, etc.

c) Nivel de asesoramiento, formado por el personal técnico, que realiza funciones de asesoramiento a la empresa. Ejemplo: consultores jurídicos, económicos, etc.

Motivación tiene como finalidad estimular, fomentar, comunicar, animar para mantener la máxima actividad y rendimiento de los trabajadores, es decir, conseguir su plena integración en la empresa.

Coordinar la actividad de la empresa es actuar sobre los esfuerzos y actividades de cada unidad de producción de la empresa para conseguir la unidad de acción, la armonización y sincronización necesarias.

Controlar la actividad de la empresa es valorar la ejecución de programas y presupuestos de la planificación para conseguir los objetivos propuestos y adoptar las medidas correctivas.

La financiación es el conjunto de fuentes con las que una empresa recibe los recursos necesarios para realizar sus fines.

Existen 2 tipos de estas fuentes de financiación: fuentes internas y fuentes externas.

Las fuentes internas proceden del interior de la empresa, es decir, de las reservas, previsiones y de los beneficios extraordinarios no distribuidos y obtenidos por la empresa.

Las fuentes de financiación externas proceden del exterior de la empresa, a través de diferentes instituciones financieras, nacionales o extranjeras, como bancos, cajas de ahorro, particulares, etc.

**Vocabulario**

la administración - управление

el alojamiento – размещение

lamanutención - питание

comercializar – превращать в источник дохода, прибыли

el conjunto - совокупность

a precio de coste – посебестоимости

el valor añadido – добавленнаястоимость

la finalidad - цель

elpresupuesto – бюджет

agrupar – распределить по группам

delegarmando – поручать управление

lapropiedad - собственность

subdividirse - подразделяться

elgerente – управляющий

larecepción – бюро регистрации (в гостинице)

la gobernanta de pisos – горничнаяпоэтажу

elasesoramiento – консультация, консультирование

animar - ободрять

elrendimiento - производительность

launidaddeproducción – производственнаяединица

lasfuentesdefinanciación – источникифинансирования

proceder – происходить, проистекать

laprevisión – предварительный расчет

atravésde – через, при посредстве

la caja de ahorros – сберегательнаякасса

**Упражнение 2.** *Найдите в тексте эквиваленты следующим словам и выражениям:*

Хозяйствование туристической фирмы, производит и предоставляет услуги, чтобы получить прибыль, по своему размеру, малые или семейные предприятия, зависит от следующих критериев, объём производства, административная функция предприятия, организация и управление, мотивация, предвидеть будущее, выбирает цели … среди ряда альтернатив, установить деловые отношения, чтобы добиться наибольшей производительности рабочего персонала, следующие уровни управления, составляемый владельцами предприятий, образуемый работниками, начальники отдела, выполняют задания, которые поручают на высших уровнях, юридические консультанты, чтобы поддерживать максимальную активность, воздействовать на усилия и действия каждой производственной единицы предприятия, единство деятельности, выполнение программ и планируемых бюджетов, принять коррективные меры, достичь своих целей, внутренние и внешние источники финансирования, происходят из внутренних резервов предприятия, непредвиденная нераспределённая прибыль

**Упражнение 3.** *Подберите к следующим существительным подходящие по смыслу прилагательные из второй колонки и согласуйте их в роде и числе:*

la organización, las empresas, el factor, el valor, la función, el nivel, el personal, el consultor, las medidas, los recursos, las fuentes, el beneficio, la institución

turístico, añadido, funcional, técnico, operacional, social, económico, correctivo, administrativo, humano, necesario, interno, extraordinario, financiero

**Упражнение 4.** *Заполните пропуски в предложениях подходящими словами из списка:*

servicios, fuentes, financiación, mando, propiedad, motivación, funciones, instituciones, administrativa, futuro

1) La empresa turística produce y presta tales ... como los viajes, el alojamiento, el transporte, la manutención y otros.

2) Planificación, organización y dirección, motivación, coordinación y control son los elementos de la función ... de la empresa.

3) La finalidad de la planificación es prever el .. de la empresa.

4) Hay tres niveles de ... en la empresa: nivel de propiedad, nivel de línea, nivel de asesoramiento.

5) Los propietarios de las empresas integran el nivel de ...

6) Los trabajadores que realizan las ...de las empresas forman el nivel de línea.

7) La finalidad de la ... es mantener la máxima actividad y rendimiento de los trabajadores.

8) Con las ... de financiación la empresa recibe los recursos necesarios para realizar sus fines.

9) Hay dos tipos de fuentes de ...: fuentes internas y fuentes externas.

10) Las fuentes de financiación externas proceden del exterior de la empresa, a través de diferentes ... financieras, nacionales o extranjeras.

**Упражнение 5.** *Закончите следующие предложения по смыслу:*

1) La empresa turística produce, presta, comercializa y vende unos servicios en el mercado para ...

2) Según su tamaño hay varios tipos de las empresas turísticas: empresas pequeñas o familiares, ...

3) La empresa tiene tales elementos de la función administrativa como planificación, organización y dirección, ...

4) La empresa turística selecciona los objetivos, programas, presupuestos, financiamiento, etc. para ...

5) Normalmente los niveles de mando en las empresas son los siguientes: nivel de propiedad, ...

6) Los jefes de departamento, sección o unidad productiva integran ...

7) El personal técnico realiza funciones de ...

8) Coordinar la actividad de la empresa significa ...

9) La empresa valora la ejecución de los programas y presupuestos de la planificación para conseguir ...

10) Las fuentes de financiación internas proceden de las reservas, ...

**Упражнение 6.** *Вставьте вместо пропусков подходящие по смыслу предлоги:*

1) La empresa turística comercializa y vende sus servicios ... el mercado ... obtener un beneficio.

2) El tamaño de la empresa turística depende ... volumen de producción ... precio de coste, volumen ... recursos propios, valor añadido, etc.

3) La empresa turística selecciona los objetivos, programas, presupuestos, financiamiento, etc. ... una serie de alternativas.

4) Nivel de línea se subdivide ... tres.

5) Nivel de dirección es integrado ... los directores y gerentes ... la empresa.

6) La empresa estimula, fomenta, comunica, anima a los trabajadores ... conseguir su plena integración ... la empresa.

7) ... las fuentes de financiación la empresa recibe los recursos necesarios y puede realizar sus fines.

8) Las fuentes de financiación externas proceden ... el exterior de la empresa.

**Упражнение 7.** *К следующим словам найдите однокоренные слова в тексте. Придумайте и запишите 5 предложений с любыми словами из предложенного списка:*

el turismo, alojar, el comercio, productivo, administrar, la selección, el empleo, asesorar, activo, el valor, la distribución, internacional

**Упражнение 8**. *Замените выделенные слова и выражения их синонимами из текста:*

1) Controlar la actividad de la empresa es valorar la ejecución de los programas y presupuestos de la planificación para **lograr** los objetivos propuestos y adoptar las medidas correctivas.

2) Para **sacar** un beneficio la empresa turística produce, presta, comercializa y vende sus servicios en el mercado.

3) La empresa turística **escoge** los objetivos, programas, presupuestos, financiamiento, etc. entre una serie de alternativas.

4) Planificación tiene como **fin** prever el futuro de la empresa turística.

5) Controlar la actividad de la empresa es valorar **la realización** de los programas y presupuestos de la planificación.

6) La empresa estimula, fomenta, comunica, anima a **los empleados** para conseguir su plena integración en la empresa.

7) **Hay** 2 tipos de fuentes de financiación: fuentes internas y fuentes externas.

**Упражнение 9.** *Определите, являются ли верными или неверными следующие утверждения по тексту:*

1) El tamaño de la empresa turística depende de volumen de producción a precio de coste, volumen de recursos propios, número de empleados o factor humano, valor añadido, etc.

2) Planificación, organización y dirección, motivación, coordinación y control son los elementos de la empresa turística.

3) Planificación tiene como finalidad valorar la ejecución de los programas y presupuestos de la planificación.

4) Las personas que hacen las tareas ordenadas por los niveles superiores integran el nivel medio.

5) Los consultores jurídicos, económicos realizan funciones de asesoramiento a la empresa turística.

6) Para conseguir la unidad de acción, la armonización y sincronización necesarias la empresa debe coordinar su actividad.

7) Las reservas, las previsiones y los beneficios extraordinarios no distribuidos y obtenidos por la empresa constituyen las fuentes externas de la empresa.

**Упражнение 10.** *Ответьте на вопросы к тексту:*

1) ¿Qué es la empresa turística?

2) ¿De qué criterios depende el tamaño de la empresa turística?

3) ¿Cuáles son los elementos de la función administrativa de la empresa?

4) ¿Cuál es el fin de la organización y dirección?

5) ¿En qué niveles se subdivide el nivel de línea?

6) ¿Cuál es la finalidad de la motivación?

7) ¿Qué significa coordinar la actividad de la empresa?

8) ¿Qué tipos de fuentes de financiación existen?

9) ¿De dónde proceden las fuentes de financiación externas?

**Упражнение 11.** *Составьте письменно план пересказа текста, разбив его на смысловые части и озаглавив их:*

**Упражнение 12.** *Перескажите текст, используя ключевые слова и выражения из перечня слов и выражений:*

La empresa turística, produce y presta unos servicios, obtener un beneficio, varias clases de las empresas turísticas, depende de los siguientes criterios, los elementos de la función administrativa de la empresa, prever el futuro de la empresa turística, conseguir la mayor eficacia de los trabajadores, los siguientes niveles de mando y funciones, nivel de propiedad, nivel de línea, nivel de asesoramiento, se subdivide en tres, mantener la máxima actividad y rendimiento de los trabajadores, la unidad de acción, la armonización y sincronización necesarias, valorar la ejecución de los programas y presupuestos de la planificación, el conjunto de fuentes, fuentes internas y fuentes externas, proceden del interior de la empresa, como bancos, cajas de ahorro

**LECCIÓN3**

**AGENCIAS DE VIAJES Y TOUROPERADORES**

**Упражнение 1**. *Прочтите и переведите следующий текст:*

**Concepto y funciones de las agencias de viajes. Agencias de viajes y touroperadores. Clases de agencias de viajes.**

Las agencias de viajes son empresas mercantiles que poseen la licencia otorgada por la Administración Pública y se dedican al asesoramiento, mediación y organización de servicios turísticos. Normalmente las agencias de viajes son agentes intermediarios entre los prestadores de servicios – alojamientos, transportistas, restaurantes, guías, etc. – y los clientes.

Las agencias de viajes deben ejercer las tres funciones siguientes:

*1. Función de asesoramiento*

Es una función gratuita. Consiste en informar al cliente sobre todas las alternativas del viaje para ayudarle a elegir el servicio más conveniente para sus posibilidades y necesidades.

*2. Función organizadora*

Consiste en la preparación y organización de los viajes combinados ofertados directamente o solicitados individualmente por los clientes, así como la tramitación de los servicios sueltos – reservas en transporte, en alojamientos, etc.

*3. Función mediadora*

Consiste en poner en contacto a los prestatarios de los servicios – alojamiento, transporte, restaurantes, etc. – con los posibles clientes.

Las agencias de viajes desarrollan las siguientes actividades principales:

a) La mediación en la venta de billetes y reservas de plazas en toda clase de medios de transporte.

b) La reserva de habitaciones y servicios en los establecimientos hoteleros y otros alojamientos turísticos.

c) La reserva de servicios en otras empresas turísticas.

d) La organización, venta y realización de los servicios combinados y “paquetes turísticos” que incluyen la recepción, asistencia y el traslado de los clientes.

Según los servicios que prestan las agencias de viajes pueden clasificarse en receptoras, emisoras, especializadas. Según los sistemas de organización y comercialización de los servicios se clasifican en mayoristas, minoristas, etc.

*Agencias mayoristas*

Las agencias mayoristas son aquellas empresas mercantiles que proyectan, elaboran toda clase de servicios y paquetes turísticos para su ofrecimiento a las agencias minoristas porque no pueden ofrecer sus productos directamente al consumidor. Contratan servicios en grandes cantidades y a precios más ventajosos. Después revenden estos servicios plaza a plaza a través de las agencias de viajes minoristas. Las agencias mayoristas y los touroperadores tienen características muy similares.

*Touroperadores*

Los touroperadores son aquellas empresas mercantiles que organizan “paquetes turísticos” – viajes todo incluido – en grandes cantidades y a precios más reducidos. Ellos mismos pueden prestar todos o parte de los servicios del viaje. Todos los touroperadores venden sus paquetes turísticos a través de agencias de viajes minoristas.

Los touroperadores hacen reservas masivas de plazas de transporte y de hostelería, el fletamiento de trenes, autocares, aviones en servicio “charter”.

*Agencias minoristas*

Las agencias minoristas son aquellas empresas mercantiles que proporcionan el producto de las agencias mayoristas directamente al consumidor. O bien elaboran, organizan y suministran los servicios sueltos o paquetes turísticos directamente al usuario porque no pueden ofrecer sus productos a otras agencias.

*Agencias receptivas*

Las agencias receptivas traen y atienden a los turistas que proceden de otras zonas geográficas. Estas agencias pueden ser de dos tipos:

* Agencias receptivas costeras que trabajan normalmente con agencias mayoristas o touroperadores extranjeros para ofrecer a sus clientes: la asistencia y traslado, la contratación de alojamientos, organización de visitas y excursiones.
* Agencias de viajes grandes y medianas con departamento receptivo para organizar servicios turísticos a clientes que proceden de otras zonas geográficas.

*Agencias emisoras*

Son las agencias que organizan los viajes a la demanda o servicios sueltos y expiden a sus clientes a los lugares de destino contratados.

*Agencias especializadas*

Estas agencias se dedican a productos y servicios para un segmento de mercado concreto: turismo juvenil, turismo de la Tercera Edad, turismo deportivo, turismo de aventura, etc.

**Vocabulario**

poseer - обладать

la Administración Pública – государственнаяадминистрация

dedicarsea – заниматьсячем-либо

lamediación - посредничество

ejercerlasfunciones – исполнятьфункции

consistiren – заключаться в чем-либо

conveniente - подходящий

elviajecombinado – комплексныйтур

así como – атакже

los servicios sueltos – отдельныеуслуги

ponerencontacto – установитьсвязи, соединить

la reserva de plazas – бронированиемест

la asistencia - обслуживание

revender plaza a plaza – перепродаватьпоштучно

el fletamiento – фрахт, фрахтование

proporcionar el producto – предоставлять, предлагатьпродукт

obien – илиже

atender - обслуживать

procederde – прибывать из

costero – береговой, прибрежный

alademanda – по требованию

expedir - отправлять

juvenil – молодёжный

**Упражнение 2.** *Найдите в тексте эквиваленты следующим словам и выражениям:*

туристические агенства, имеют выданную государственной администрацией лицензию, поставщики услуг, бесплатная функция, выбрать наиболее подходящий вид услуги, индивидуально заказываемые клиентами комплексные туры, оформление отдельных услуг, занимаются следующими видами деятельности, на любых средствах транспорта, гостиничные предприятия, оптовые агенства, туристические пакеты, туроператоры, туры «все включено», по более низким ценам, предоставлять все или часть услуг, через розничные агенства, непосредственно потребителю, агенства въездного туризма, заключение договоров о размещение в гостинице, агенства выездного туризма, указанные в договоре туристические места назначения, туризм для лиц третьего возраста, приключенческий туризм

**Упражнение 3.** *Подберите к следующим существительным подходящие по смыслу прилагательные из второй колонки и согласуйте их в роде и числе:*

el agente, la empresa, la función, el servicio, los clientes, las actividades, el alojamiento, el paquete, la agencia, los precios, la característica, la reserva, las zonas, el departamento, el turismo

mercantil, juvenil, intermediario, gratuito, posible, conveniente, principal, turístico, mayorista, ventajoso, similar, masivo, geográfico, receptivo

**Упражнение 4.** *Заполните пропуски в предложениях подходящими словами из списка:*

turísticos, receptoras, incluido, minoristas, informar, segmento, hoteleros, mayoristas

1) Las agencias de viajes se dedican al asesoramiento, mediación y organización de servicios ...

2) La función de asesoramiento consiste en ... al cliente sobre todas las alternativas del viaje.

3) Las agencias de viajes reservan habitaciones y servicios en los establecimientos ... y otros alojamientos turísticos.

4) Según los servicios que prestan las agencias de viajes se clasifican en ..., emisoras, especializadas.

5) Las agencias ... revenden sus servicios plaza a plaza a través de las agencias de viajes minoristas.

6) Los touroperadores organizan “paquetes turísticos” – viajes todo ...– en grandes cantidades y a precios más reducidos.

7) Las agencias ... proporcionan el producto de las agencias mayoristas directamente al consumidor.

8) Las agencias especializadas se dedican a productos y servicios para un ... de mercado concreto.

**Упражнение 5.** *Закончите следующие предложения по смыслу:*

1) Las funciones principales de las agencias de viajes son ...

2) Las agencias de viajes ponen en contacto a los prestatarios de los servicios con ...

3) Según los sistemas de organización y comercialización de los servicios las agencias de viajes se clasifican ...

4) Las agencias mayoristas no pueden ofrecer sus productos ...

5) Las agencias receptivas traen y atienden a los turistas que ...

6) Las agencias emisoras organizan los viajes a la demanda o servicios sueltos y ...

**Упражнение 6.** *Вставьте вместо пропусков подходящие по смыслу предлоги:*

1) Las agencias de viajes son agentes intermediarios ... los prestadores ... servicios y los clientes.

2) La función organizadora de las agencias de viajes consiste ... la preparación y organización de los viajes combinados ofertados directamente o solicitados individualmente ... los clientes.

3) Las agencias mayoristas contratan servicios ... grandes cantidades y ... precios más ventajosos.

4) Todos los touroperadores venden sus paquetes turísticos ... agencias de viajes minoristas.

5) Las agencias minoristas elaboran, organizan y suministran los servicios sueltos o paquetes turísticos directamente ... el usuario.

6) Las agencias receptivas costeras trabajan con agencias mayoristas o touroperadores extranjeros y ofrecen a sus clientes la asistencia y traslado, la contratación ... alojamientos, organización de visitas y excursiones.

7) Las agencias especializadas se dedican ... el turismo juvenil, turismo de la Tercera Edad, turismo deportivo, turismo de aventura, etc.

**Упражнение 7.** *К следующим словам найдите однокоренные слова в тексте. Придумайте и запишите 5 предложений с любыми словами из предложенного списка:*

Asesorar, el transporte, la oferta, vender, la ventaja, el hotel, el deporte, ofrecer, la costa, directo, la recepción, consumir

**Упражнение 8**. *Замените выделенные слова и выражения их синонимами из текста:*

1) Los touroperadores son aquellas empresas mercantiles que organizan “paquetes turísticos” en grandes cantidades y a precios más **pequeños**.

2) Las agencias minoristas **suministran** el producto de las agencias mayoristas directamente al **cliente**.

3) Las agencias de viajes **tienen** la licencia otorgada por la Administración Pública.

4) Las agencias mayoristas y los touroperadores tienen características muy **parecidas**.

5) Las agencias especializadas **se ocupan del** turismo juvenil, turismo de la Tercera Edad, turismo deportivo, turismo de aventura, etc.

6) Según los servicios que **ofrecen** las agencias de viajes se clasifican en receptoras, emisoras, especializadas.

**Упражнение 9.** *Определите, являются ли верными или неверными следующие утверждения по тексту:*

1) La función de asesoramiento consiste en poner en contacto a los prestatarios de los servicios con los posibles clientes.

2) La función organizadora consiste en la preparación y organización técnica de los viajes combinados, así como la tramitación de los servicios sueltos.

3) Las agencias emisoras se dedican a traer y atender a los turistas que proceden de otras zonas geográficas.

4) Las agencias maoyristas no pueden ofrecer sus productos directamente al consumidor.

5) Los touroperadores hacen reservas masivas de plazas de transporte y de hostelería, el fletamiento de trenes, autocares, aviones en servicio “charter”.

6) Las agencias minoristas pueden ofrecer sus productos a otras agencias.

7) El turismo de la Tercera Edad significa la organización de viajes para jóvenes.

**Упражнение 10.** *Ответьте на вопросы к тексту:*

1) ¿Qué empresa mercantil puede llamarse agencia de viajes?

2) ¿En qué consisten las funciones de las agencias de viajes?

3) ¿Qué actividades principales desarrollan las agencias de viajes?

4) ¿Según qué criterios pueden clasificarse las agencias de viajes?

5) ¿A qué se dedican las agencias de viajes mayoristas y minoristas?

6) ¿Cómo venden sus paquetes turísticos los touroperadores?

7) ¿Qué tipos de agencias receptivas existen?

8) ¿ En qué consiste la diferencia entre las agencias receptivas y emisoras?

9) ¿A qué tipos de turismo dedican sus productos y servicios las agencias especializadas?

**Упражнение 11.** *Составьте письменно план пересказа текста, разбив его на смысловые части и озаглавив их:*

**Упражнение 12.** *Перескажите текст, используя ключевые слова и выражения из перечня слов и выражений:*

Las agencias de viajes, la licencia otorgada por la Administración Pública, entre los prestadores de servicios y los clientes, ejercer las tres funciones siguientes, informar al cliente, la preparación y organización de los viajes combinados, poner en contacto a los prestatarios de los servicios, las siguientes actividades principales, la reserva de habitaciones y servicios, clasificarse en receptoras, emisoras, especializadas, se clasifican en mayoristas, minoristas, a través de las agencias de viajes minoristas, en grandes cantidades y a precios más reducidos, hacen reservas masivas, directamente al consumidor, las agencias receptivas, proceden de otras zonas geográficas, costeras, con departamento receptivo, los viajes a la demanda, a los lugares de destino contratados, para un segmento de mercado concreto

**LECCIÓN 4**

**ALOJAMIENTO TURÍSTICO. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS**

**Упражнение 1**. *Прочтите и переведите следующий текст:*

**Establecimientos hoteleros: reglamentación y clasificación**

Los alojamientos turísticos son empresas mercantiles que mediante precio proporcionan a las personas habitación o residencia con o sin otros servicios complementarios.

Hay dos tipos de alojamientos turísticos:

a) Los alojamientos turísticos hoteleros,

b) Los alojamientos extrahoteleros.

Existen diferentes tipos de establecimientos hoteleros. Son los siguientes:

*Primer grupo:*

* **Hotel**

Hotel es un establecimiento mercantil que facilita alojamiento con o sin servicios complementarios. Según las características de sus instalaciones, comunicaciones, zonas de clientes, servicios generales y zonas reservadas al personal los hoteles pueden clasificarse en cinco categorías – de cinco a una estrellas. El distintivo del hotel es una placa rectangular de metal, de tamaño estandarizado con fondo azul turquesa, con la letra H en blanco, y a pie de la placa el número de estrellas doradas, según la categoría. El hotel de cinco estrellas, “gran lujo”, tiene en su distintivo las letras GL.

El hotel ofrece los siguientes servicios fundamentales:

1. Habitación individual. Es una habitación que tiene una sola cama para una persona.

2. Habitación doble. Es una habitación que tiene dos camas o una cama amplia para dos personas.

3. Camas supletorias. En las habitaciones individuales y dobles pueden instalarse una o dos camas más. Entonces los clientes deben pagar un suplemento.

4. Pensión completa es el conjunto de servicio que incluye el alojamiento y la pensión alimenticia – la manutención de las tres comidas (desayuno, almuerzo y cena). Cuando un cliente permanece más de cuarenta y ocho horas en régimen de pensión completa, tiene derecho a la reducción de un 15% sobre el precio global de las tres comidas.

5. Media pensión es el conjunto de servicio que incluye el alojamiento, el desayuno y una de las dos comidas principales (almuerzo o cena).

6. El hotel con la denominación de “residencia” no ofrece servicio de manutención y tiene en su distintivo las letras HR.

* **Hotel-apartamento**

Hotel-apartamento es un establecimiento mercantil que tiene las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro del alojamiento.

El hotel-apartamento se clasifica en cinco categorías – de cinco a una estrellas. Su distintivo es una placa rectangular de metal, de tamaño estandarizado con fondo azul turquesa, con las letras HA en blanco, y a pie de la placa las estrellas doradas, según la categoría.

* **Motel**

Motel es un establecimiento situado en las proximidades de las carreteras. Ofrece alojamiento con garaje y entrada independiente para permanecer veinte y cuatro o cuarenta y ocho horas.

Los moteles se clasifican en categoría única. Su distintivo es una placa rectangular de metal, de tamaño estandarizado con fondo azul y la letra M en blanco. Las habitaciones de los moteles deben tener, como mínimo, las condiciones que exigen a los hoteles de dos estrellas.

*Segundo grupo:*

* **Pensión**

La pensión ofrece el servicio de alojamiento, y a veces también manutención. Se clasifica en dos categorías – de dos y una estrella. El distintivo de la clasificación es una placa rectangular de metal, de tamaño estandarizado, con fondo azul turquesa, con la letra P en blanco, y las estrellas plateadas según la categoría.

La pensión de dos estrellas debe tener lavabo, con instalaciones de agua caliente en todas las habitaciones.

**Vocabulario**

la reglamentación – сводправил, норм

mediante – посредством, путём

laresidencia – пребывание, проживание

facilitar - предоставлять

complementario - дополнительный

lainstalación – помещение; установка, оборудование

eldistintivo – отличительный знак; знак отличия

la placa – табличка

el tamaño - размер

azulturquesa - бирюзовый

apiede – у подножия чего-л

elnúmero – число, количество

laestrelladorada – золотистаязвезда

fundamental - основной

amplio – широкий, просторный

entonces – тогда

unsuplemento – дополнительная плата

incluir - включать

permanecer – пребывать, находиться

enrégimen – в режиме

tenerderechoa – иметь право на что-либо

15% - quince por ciento

la denominación – наименование, название

laelaboración - приготовление

dentrode – внутри, в пределах чего-либо

en las proximidades - вблизи

exigir - требовать

aveces - иногда

plateado – серебристый

ellavabo – умывальник; умывальная комната

**Упражнение 2.** *Найдите в тексте эквиваленты следующим словам и выражениям:*

Проживание туристов, гостиничные предприятия, за плату, негостиничные предприятия, коммуникации, служебные помещения, прямоугольная металлическая табличка стандартного размера, с бирюзовым фоном, согласно категории, гранд люкс, одноместный номер, двухместный номер, добавочные кровати, одна или две дополнительные кровати, внести дополнительную плату, полный пансион, пансион с питанием, трехразовое питание, 15% скидка от общей стоимости питания, полупансион, отель-апартаменты, для хранения, приготовления и потребления пищи, расположенное вблизи автомобильных дорог, свободный въезд, единая категория, как минимум, условия, двухзвездочный отель, пансион

**Упражнение 3.** *Подберите к следующим существительным подходящие по смыслу прилагательные из второй колонки и согласуйте их в роде и числе:*

los servicios, el alojamiento, el establecimiento, los servicios, la placa, las estrellas, la habitación, la pensión, el precio, las comidas, el tamaño, la entrada, la categoría, el agua

mercantil, rectangular, individual, estandarizado, complementario, general, completo, extrahotelero, independiente, dorado, global, único, caliente, principal, plateado

**Упражнение 4.** *Заполните пропуски в предложениях подходящими словами из списка:*

las instalaciones, manutención, estrellas, residencia, doble, alojamiento, distintivo, completa

1)El alojamiento turístico proporciona a las personas mediante precio habitación o ... con o sin otros servicios complementarios.

2) Según sus características los hoteles se clasifican en cinco categorías – de cinco a una ...

3) La habitación ... tiene dos camas o una cama amplia para dos personas.

4) La pensión ... incluye el alojamiento y la manutención de las tres comidas (desayuno, almuerzo y cena).

5) El hotel-apartamento debe tener ... adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro del alojamiento.

6) El motel ofrece ... con garaje y entrada independiente para veinte y cuatro o cuarenta y ocho horas.

7) La pensión ofrece alojamiento, y a veces también ...

8) La pensión tiene en su ... la letra P en blanco.

**Упражнение 5.** *Закончите следующие предложения по смыслу:*

1)Los alojamientos turísticos se clasifican en dos tipos: ...

2) El distintivo del hotel es ...

3) La habitación individual es una habitación que ...

4) Un cliente tiene derecho a la reducción de un 15% sobre el precio global de las tres comidas cuando ...

5) Media pensión incluye el alojamiento, ...

6) El hotel con la denominación de “residencia” no ofrece ...

7) Los moteles están situados en ...

8) Las pensiones se clasifican en ...

**Упражнение 6.** *Вставьте вместо пропусков подходящие по смыслу предлоги:*

1)Los hoteles proporcionan ... precio alojamiento con o sin servicios complementarios.

2) Los hoteles pueden clasificarse ... cinco categorías ... las características de sus instalaciones, comunicaciones, zonas de clientes, servicios generales y zonas reservadas al personal.

3) ... las habitaciones individuales y dobles pueden instalarse una o dos camas supletorias.

4) La pensión alimenticia es la manutención ... las tres comidas (desayuno, almuerzo y cena).

5) El hotel-apartamento tiene en su distintivo las letras HA ... blanco, y ... pie de la placa las estrellas doradas.

6) Las habitaciones de los moteles deben tener las condiciones como en los hoteles ... dos estrellas.

7) El distintivo de la pensión es una placa rectangular de metal, ... tamaño estandarizado, ... fondo azul turquesa, con la letra P ... blanco, y las estrellas plateadas según la categoría.

**Упражнение 7.** *К следующим словам найдите однокоренные слова в тексте. Придумайте и запишите 5 предложений с любыми словами из предложенного списка:*

El complemento, característico, la clase, la hotelería, el pago, reducir, almorzar, metálico, la exigencia, lavarse, próximo, alimentarse

**Упражнение 8**. *Замените выделенные слова и выражения их синонимами из текста:*

1) Los hoteles **facilitan** alojamiento con o sin servicios complementarios.

2) El hotel ofrece varios servicios **básicos**.

3) Un cliente tiene derecho al **descuento** de un 15% sobre el precio global de las tres comidas cuando permanece más de cuarenta y ocho horas en régimen de pensión completa.

4) Los moteles se encuentran **cerca de** las carreteras.

5) La pensión **proporciona** el servicio de alojamiento, y a veces también manutención.

6) El hotel-apartamento debe tener las instalaciones adecuadas para la conservación, **preparación** y consumo de alimentos dentro del alojamiento.

7) Los alojamientos turísticos ofrecen mediante **pago** alojamiento con o sin otros servicios **adicionales**.

**Упражнение 9.** *Определите, являются ли верными или неверными следующие утверждения по тексту:*

1) La habitación que tiene dos camas o una cama amplia para dos personas se llama la habitación doble.

2) El conjunto de las tres comidas se llama la pensión alimenticia.

3) Media pensión ofrece el servicio de alojamiento y dos de las tres comidas: cena y almuerzo.

4) El hotel-apartamento se clasifica en cinco categorías.

5) El hotel-residencia ofrece el alojamiento y la manutención.

6) Un cliente que permanece más de 48 horas en régimen de pensión completa tiene derecho a la reducción de un 15% sobre el precio global de su estancia en el hotel.

7) El distintivo de una pensión es una placa rectangular de metal, de tamaño estandarizado, con fondo azul turquesa, con la letra P en blanco, y las estrellas doradas según la categoría.

8) En las habitaciones individuales y dobles pueden instalarse una o dos camas supletorias. Esunserviciogratuito.

**Упражнение 10.** *Ответьте на вопросы к тексту:*

1) ¿Qué es un alojamiento turístico?

2) ¿Qué tipos de alojamientos turísticos existen?

3) ¿En cuántas categorías se clasifican los hoteles?

4) ¿Cuál es el distintivo del hotel?

5) ¿Qué servicios fundamentales ofrece el hotel?

6) ¿Qué servicios incluye la pensión completa?

7) ¿En qué se diferencia el hotel y el hotel-apartamento?

8) ¿Qué es un motel?

9) ¿Cómo deben ser las habitaciones de los moteles?

10) ¿Qué instalaciones deben tener las pensiones en todas las habitaciones?

**Упражнение 11.** *Составьте письменно план пересказа текста, разбив его на смысловые части и озаглавив их:*

**Упражнение 12.** *Перескажите текст, используя ключевые слова и выражения из перечня слов и выражений:*

Los alojamientos turísticos, mediante precio, con o sin otros servicios complementarios, diferentes tipos de establecimientos hoteleros, clasificarse en cinco categorías, el distintivo del hotel, a pie de la placa, servicios fundamentales, habitación doble, pagar un suplemento, incluye el alojamiento y la pensión alimenticia, permanece más de cuarenta y ocho horas en régimen de pensión completa, tiene derecho a la reducción de un 15%, media pensión, hotel-apartamento, dentro del alojamiento, en las proximidades de las carreteras, con garaje y entrada independiente, que exigen a los hoteles de dos estrellas, a veces también manutención, las estrellas plateadas, tener lavabo, instalaciones de agua caliente

**LECCIÓN 5**

**RESTAURACIÓN**

**Упражнение 1**. *Прочтите и переведите следующий текст:*

**Empresas de restauración**

Las empresas mercantiles que ofrecen, mediante precio fijo, el servicio de manutención: comidas, bebidas, etc. constituyen la restauración fuera del hotel.

La restauración fuera del hotel se clasifica en los siguientes tipos de empresas:

a) Restaurantes.

b) Cafeterías y Bares.

c) Empresas de comida rápida: “fast food”, pizzerías, “take away”, etc.

d) Catering.

e) Restauración industrial para colectividades.

**Los restaurantes** son los establecimientos mercantiles que sirven al público, mediante precio, comidas y bebidas. Los clientes del restaurante deben consumir estas comidas y bebidas en el mismo establecimiento.

Los restaurantes se clasifican en las categorías de lujo, primera, segunda, tercera y cuarta. Sus distintivos son, respectivamente, cinco, cuatro, tres, dos y un tenedor.

Según las distintas categorías, los restaurantes deben tener unos requisitos mínimos en cuanto a la infraestructura, servicios, cartas y menús.

El restaurante ofrece los siguientes tipos de servicios:

**a)*Camareros***

El servicio de camareros es el servicio cuando el cliente está sentado a la mesa y el camarero le sirve comidas y bebidas.

**b) *“Self-service” o auto-servicio***

En este servicio el cliente se sirve directamente los platos preparados de un mostrador.

**c) *Buffet***

En este servicio el cliente se sirve directamente los alimentos de un buffet. El cliente mismo escoge el tipo de alimento y bebida y sus cantidades.

Los servicios de comidas y bebidas se clasifican en menús y a la carta.

**El menú** es el conjunto de comidas y bebidas que incluye el pan, el postre y la bebida y se ofrece al cliente por un precio global. Este tipo de comida tiene varios nombres: “Menú turístico”, “Menú del día”.

**La carta** es la relación de comidas y bebidas que ofrece el restaurante con precios individualizados. La carta está dividida en secciones según la clase de alimento y de bebida, preparación de los platos, especialidades de la casa, etc.

**Cafeterías** son los establecimientos mercantiles que sirven al público, mediante precio, principalmente en barra o mostrador, helados, batidos, refrescos y bebidas en general, y además platos fríos y calientes.

Las cafeterías se clasifican en tres categorías: especial, primera y segunda. Sus distintivos son, respectivamente, tres tazas, dos tazas y una taza.

**Los bares** son los establecimientos mercantiles, de categoría única. Tienen el servicio de barra y también pueden tener el servicio de mesa. Los bares proporcionan al público, mediante precio, bebidas acompañadas de tapas y bocadillos fríos o calientes.

Los bares y las cafeterías ofrecen bebidas y comidas para ser consumidas en el mismo local.

También existen **bar-restaurantes** que ofrecen el doble servicio de bar y de restaurante.

**Los “fast-food” y los “take away”** son el conjunto de establecimientos mercantiles que se dedican a la venta de comida y bebida. En los “fast-food” los clientes solicitan sus comidas y bebidas y las transportan para consumir en el mismo local. Normalmente los “fast-food” tienen la oferta muy reducida y elaboración sencilla. Los clientes de “take away” solicitan sus comidas y bebidas y las transportan para consumir fuera del local. En el último tipo de establecimientos la oferta de comidas y bebidas puede ser más amplia y variada.

En este grupo se incluyen las pizzerías, hamburgueserías, “fried chiken”, croisanteries, etc.

**El catering** es el conjunto de empresas que se dedican a elaborar comidas para los clientes usuarios de medios de transporte, para ser consumidas en otros lugares. El catering abastece principalmente el transporte aéreo y los ferrocarriles.

**La restauración industrial para colectividades** son las empresas mercantiles que elaboran comidas para ser consumidas en colectividades tales como empresas, colegios, hospitales, cuarteles, cárceles, comunidades religiosas, etc.

**Vocabulario**

la restauración – общественноепитание

fuera de - вне

constituir – представлять собой, образовывать

lacolectividad - коллектив

servir – подавать, приносить еду

servirse – накладывать себе кушанье; наливать себе вино

elmismo – тот же самый

respectivamente - соответственно

eltenedor - вилка

elrequisito – обязательноеусловие

encuantoa – относительно, касательно чего-либо

estar sentado a la mesa – сидетьзастолом

directamente – лично

el plato – блюдо, кушанье

el mostrador - витрина

el alimento – пища

elmenú deldía – меню ограниченного выбора *(типа комплексных обедов)*

comeralacarta – заказывать порционные блюда по меню

larelación – список, перечисление

estardivididoen – быть разделенным на что-либо

la especialidad de la casa – фирменноеблюдоресторана

labarra – барная стойка

engeneral – вообще, в общем

además – кроме того

lataza – чашка

acompañadode – сопровождаемый чем-либо

latapa – закуска (в испанских барах)

serconsumido – быть съеденным, выпитым

ellocal - заведение

solicitar – просить, заказывать

transportar – носить, выносить

laelaboración – приготовление *(пищи)*

usuariode – пользующийся чем-либо

abastecer – обеспечивать, снабжать

elferrocarril – железная дорога

talcomo – такой как

**Упражнение 2.** *Найдите в тексте эквиваленты следующим словам и выражениям:*

предприятия общественного питания, по твердой цене, рестораны, кафе и бары, предприятия быстрого питания, кейтеринг, за плату, категория люкс, согласно различным категориям, обслуживание официантами, подает ему еду и напитки, в этом виде обслуживания, приготовленные кушанья, буфетная стойка, клиент сам выбирает вид пищи и напитка, включает хлеб, десерт и напиток, по единой цене, по отдельным ценам, меню разбито на разделы, приготовление блюд, мороженое, муссы, прохладительные напитки, холодные и горячие блюда, единой категории, обслуживание за барной стойкой, обслуживание за столом, напитки вместе с закусками, двойная услуга, занимаются продажей еды и напитков, ограниченный выбор блюд и напитков, чтобы съесть (выпить) вне заведения, более обширная и разнообразная, клиенты, пользующиеся средствами транспорта, воздушный транспорт, казармы, тюрьмы, религиозные общины

**Упражнение 3.** *Подберите к следующим существительным подходящие по смыслу прилагательные из второй колонки и согласуйте их в роде и числе:*

el precio, la comida, la restauración, el requisito, el precio, el menú, los precios, el plato, el bocadillo, la elaboración, la oferta, el transporte, la comunidad

fijo, sencillo, turístico, aéreo, industrial, variado, individualizado, global, frío, caliente, mínimo, religioso, rápido

**Упражнение 4.** *Заполните пропуски в предложениях подходящими словами из списка:*

global, manutención, las cafeterías, los “fast-food”, camareros, catering, barra, un mostrador

1) Las empresas de restauración ofrecen, mediante precio fijo, el servicio de ...: comidas, bebidas, etc.

2) El restaurante ofrece el servicio de ..., auto-servicio, buffet.

3) En el auto-servido el cliente se sirve directamente los platos preparados de ...

4) El menú es el conjunto de comidas y bebidas que se ofrece al cliente por un precio ...

5) Los distintivos de ... son tres tazas, dos tazas y una taza según la categoría.

6) Los bares tienen el servicio de ... y también pueden tener el servicio de mesa.

7) En ... la oferta es muy reducida y la elaboración es sencilla.

8) Las empresas de ... elaboran comidas para los clientes usuarios de medios de transporte, para ser consumidas en otros lugares.

**Упражнение 5.** *Закончите следующие предложения по смыслу:*

1) Las empresas de restauración son los restaurantes, cafeterías y bares, ...

2) Los restaurantes sirven al público, mediante precio, ...

3) El tipo de servicio cuando el cliente está sentado a la mesa y el camarero le sirve comidas y bebidas se llama ...

4) La carta está dividida en secciones según ...

5) Las cafeterías sirven a los clientes, mediante precio, helados, batidos, refrescos y bebidas en general, y ...

6) Los clientes de “fast-food” solicitan sus comidas y bebidas y ...

7) En los establecimientos de “take away” la oferta de comidas y bebidas puede ser ...

8) En las empresas de comida rápida se incluyen las pizzerías, ...

9) Las empresas de restauración industrial para colectividades elaboran comidas para tales colectividades como ...

**Упражнение 6.** *Вставьте вместо пропусков подходящие по смыслу предлоги:*

1) La restauración ... el hotel se clasifica en restaurantes, cafeterías y bares, empresas ... comida rápida, catering, restauración industrial ... colectividades.

2) Según las distintas categorías, los restaurantes deben tener unos requisitos mínimos ... la infraestructura, servicios, cartas y menús.

3) El servicio de camareros es el servicio cuando el cliente está sentado ... la mesa y el camarero le sirve comidas y bebidas.

4) En el servicio de buffet el cliente se sirve directamente los alimentos ... un buffet.

5) Las comidas y bebidas en el menú se ofrecen al cliente ... un precio global.

6) Las cafeterías ofrecen a los clientes, mediante precio, helados, batidos, refrescos y bebidas ... general, y también platos fríos y calientes.

7) Los bares proporcionan al público, mediante precio, bebidas acompañadas ... tapas y bocadillos fríos o calientes.

8) Los “fast-food” y los “take away” se dedican ... la venta de comida y bebida.

**Упражнение 7.** *К следующим словам найдите однокоренные слова в тексте. Придумайте и запишите 5 предложений с любыми словами из предложенного списка:*

beber, el café, la alimentación, variar, vender, el transporte, especial, la religión, nombrar, la industria, la clientela, colectivo

**Упражнение 8**. *Замените выделенные слова и выражения их синонимами из текста:*

1) En los “fast-food” la oferta es muy **pequeña** y **la preparación** es muy sencilla.

2) Los bar-restaurantes **proporcionan** el doble servicio de bar y de restaurante.

3) Los bares y las cafeterías ofrecen bebidas y comidas para ser consumidas en el mismo **local**.

4) En el auto-servido el cliente se sirve directamente **los alimentos** de un mostrador.

5) En los “fast-food” los clientes **encargan** sus comidas y bebidas y las transportan para consumir en el mismo local.

6) En los “take away” la oferta de comidas y bebidas es más **grande** y **diversa**.

**Упражнение 9.** *Определите, являются ли верными или неверными следующие утверждения по тексту:*

1) Las empresas de restauración son los siguientes: restaurantes, cafeterías, bares, empresas de comida rápida, catering y restauración industrial para colectividades.

2) Los restaurantes son los establecimientos mercantiles que sirven al público, mediante precio, comidas y bebidas para ser consumidas fuera del local.

3) La carta es la relación de comidas y bebidas que ofrece el restaurante por un precio global.

4) En el servicio de buffet el cliente mismo escoge el tipo de alimento y bebida y sus cantidades.

5) Los distintivos de las cafeterías son tres tenedores, dos tenedores y un tenedor según la categoría del establecimiento.

6) Los bares tienen el servicio de barra.

7) En los “fast-food” los clientes solicitan sus comidas y bebidas y las consumen en este mismo establecimiento.

8) El catering abastece principalmente hospitales, cuarteles, cárceles, comunidades religiosas.

**Упражнение 10.** *Ответьте на вопросы к тексту:*

1) ¿Qué empresas constituyen la restauración fuera del hotel?

2) ¿Qué tipos de empresas de restauración existen?

3) ¿En qué categorías se clasifican los restaurantes?

4) ¿Qué servicios ofrece el restaurante?

5) ¿En qué consiste el servicio de auto-servicio y de buffet?

6) ¿Cuáles son los distintivos de las cafeterías?

7) ¿Qué tipo de comidas y bebidas proporcionan los bares?

8) ¿Qué diferencia existe entre los bares y los bar-restaurantes?

9) ¿A qué se dedican los “fast-food” y los “take away”?

10) ¿Cómo es la oferta de comidas y bebidas en los establecimientos de “take away”?

11) ¿Quiénes son los principales clientes de catering?

**Упражнение 11.** *Составьте письменно план пересказа текста, разбив его на смысловые части и озаглавив их:*

**Упражнение 12.** *Перескажите текст, используя ключевые слова и выражения из перечня слов и выражений:*

Las empresas mercantiles, el servicio de manutención, la restauración fuera del hotel, los siguientes tipos de empresas, sirven al público, mediante precio, se clasifican en las categorías, tenedor, tener unos requisitos mínimos, el servicio de camareros, de un mostrador, escoge el tipo de alimento y bebida, por un precio global, con precios individualizados, está dividida en secciones, principalmente en barra o mostrador, taza, de categoría única, bebidas acompañadas de tapas, para ser consumidas en el mismo local, la venta de comida y bebida, para consumir en el mismo local, la oferta muy reducida y elaboración sencilla, para consumir fuera del local, más amplia y variada, usuarios de medios de transporte, el transporte aéreo y los ferrocarriles, para ser consumidas en colectividades

Введение в деловой иностранный язык (2-ой язык, испанский)

**CONTENIDO:**

Unidad I.VIAJE DE NEGOCIOS. ACTIVIDAD COMERCIAL......................................3

Unidad II.SOLICITUD DE EMPLEO. RECURSOS HUMANOS ................................. 13

Unidad III. LLAMADAS TЕLEFÓNICAS. EMPRESA ................................................. 23

Unidad IV.NEGOCIACIONES. CONTRATO ............................................................... 33

Unidad V. ASESORAMIENTO FINANCIERO. MEDIOS DE PAGO ........................... 43

Unidad VI. TEXTOS COMPLEMENTARIOS. COMERCIO EXTERIOR .................... 51

**Unidad I. VIAJE DE NEGOCIOS. ACTIVIDAD COMERCIAL**

1. ***Lea dos diálogos y tradúzcalos:***

* Buenos días, señor López. Permítame que me presente. Soy Andrés Petrov, vicedirector de la compañía Kadex.
* Mucho gusto.
* Igualmente. ¿Qué tal ha pasado el viaje?
* Muy bien y rápido aunque ha durado bastante debido al transbordo que hemos hecho en Viena y dos horas de espera en el aeropuerto.
* ¿Es la primera vez que visita Ud. nuestro país?
* Hace dos años estuve aquí de tránsito y no pude ver muchas cosas.
* Espero que esta vez Ud. tenga más tiempo para visitar lugares de interés, conocer a la gente, disfrutar de la naturaleza y la cocina bielorrusa.
* Por supuesto, tengo muchos planes.
* Bueno, ahora le acompaño al hotel. Es uno de los hoteles céntricos y recién construidos.
* Perfecto, muchas gracias.
* Pase, Ud. Por aquí, por favor.

*(en el hotel)*

* ¡Qué aspecto más moderno tiene este hotel! Y su interior es impresionante por su ambiente de mucho confort y estética.
* Me alegro de que le guste a Ud.
* En qué piso tengo reservada la habitación.
* En el décimo. Ud. podrá disfrutar de un panorama magnífico.
* ¡Qué bien! Y para alojarme ¿necesito rellenar algún formulario?
* No, basta con presentar el pasaporte en la recepción, confirmar el período de estancia en el hotel y después poner la firma en la hoja de registro. Vamos a hacerlo ahora.
* Desde luego. Y una pregunta más. El desayuno está incluido, ¿verdad?
* Sí, lo sirven de 8 a 10 en el restaurante del hotel. Ahora acomódese y descanse.
* Le agradezco mucho su ayuda. ¿A qué hora nos veremos para concretar nuestra agenda?
* Le invito a cenar hoy en mi casa. A las seis de la tarde vengo a buscarle al hotel. ¿Qué le parece?
* Estupendo. Muchas gracias.
* Entonces hasta pronto, señor López.
* Hasta la vista. Adios.

1. ***Dé equivalentes a las expresiones siguientes:***

Позвольтепредставиться, оченьприятно,vicedirector de la compañía, взаимно, hacer transbordo, иметьбольшевремени, посетитьдостопримечательности, conocer a la gente, наслаждатьсяприродой, por supuesto, уменямногопланов, por aquí, заказатьномервгостинице, alojarse en el hotel, заполнитьформуляр, confirmar el período de estancia, поставитьподпись, завтраквключен, servir el desayuno de 8 a 10, благодаритьзапомощь, concretar la agenda, пригласитьнаужин, заехатьвотель

1. ***Сonstruya las frases según el modelo:***
2. Nuestro país es muy bonito e interesante.

¿Qué le parece nuestro país? – Lo encuentro muy bonito e interesante.

La gente de aquí es muy simpática. Andrés Petrov es muy amable. El viaje es bastante cansado. La cocina bielorrusa es muy rica. La naturaleza es muy pintoresca. El hotel es bastante moderno. El interior del hotel es impresionante. El panorama es magnífico. Nuestra agenda es muy apretada. La cena es estupenda.

1. ¿Te reservo la habitación en el hotel? – Sí, resérvamela. No, no me la reserves.

¿Te acompaño al aeropuerto? ¿Me alojo en este hotel? ¿Le presento mi pasaporte? ¿Relleno este formulario? ¿Pongo la firma aquí? ¿Te lo hago ahora? ¿Le vengo a buscar al hotel? ¿Le invito a cenar al señor López? ¿Me acomodo aquí? ¿Desayuno en el restaurante?

1. ***Сomplete el diálogo:***

- Buenos días, ¿en qué puedo servirle?

- Buenos días, me llamo Julio Ramos y he reservado una habitación para dos noches.

- …

- Sí, exactamente.

- Muy bien, aquí tiene la llave tarjeta. Su habitación es la 413. Se encuentra en el cuarto piso*.*

*- …*

*-* Bien, necesito su pasaporte o algún documento de iden­tidad y rellene, por favor, este formulario.

*- …*

- Naturalmente, Sr.Ramos. Estamos a su disposición en todo momento.

- …

1. ***Traduzca al español:***
2. Меня зовут Алексей Корнеев. Я замдиректора по продажам нашей компании.
3. Позвольте мне представить вам сеньора Лопеса, он наш испанский партнер.
4. Как прошел полет?
5. Мы сделали пересадку в Вене.
6. Вы впервые в нашей стране?
7. Два года назад я был здесь проездом.
8. Надеюсь, что в этот раз у Вас будет больше времени, чтобы узнать нашу страну и людей, полюбоваться природой и попробовать белорусскую кухню.
9. У Вас зарезервирован номер в одном из самых современных отелей города.
10. Дайте, пожалуйста, ваш паспорт. Распишитесь здесь.
11. Когда мы встретимся, чтобы обсудить наш график работы?
12. ***Comonga diálogos para las situaciones siguientes:***

En el aeropuerto Ud. recibe a un colega extranjero.

Ud. quiere alojarse en un hotel y se dirige al recepcionista.

1. ***Lea el texto y apunte las expresiones clave:***

**Nociones generales del comercio**

Si el comercio se realiza dentro de un país, se llama comercio interior. Si se realiza fuera del país, entonces se denomina 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 o al detalle realizado por los minoris­tas. Normalmente, el productor o fabricante 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.

Los bienes de equipo son los que sirven para la fabricación y el transporte de otros bienes y, normalmente, utilizan los canales de ciclo corto. En cambio, los bienes de consumo, los destinados al consumidor final, sue­len seguir circuitos más o menos largos dependiendo de su naturaleza; o sea, si se trata de productos perecederos (generalmente alimenticios) o no perecederos (duraderos). En el primer caso, se puede seguir un camino clá­sico (productor – minorista – consumidor) o uno más complejo (productor - asentador de mercado central – minorista — consumidor). En el caso de los bienes duraderos, se suele seguir un camino más bien clásico, si bien los hipermercados o grandes superficies están consiguiendo eliminar a los intermediarios.

Si Ud. piensa montar su propio negocio y ser un empresario individual, entonces está obligado a inscribirse en el registro de la Propiedad Inmobiliaria. También está obligado a abrir una cuenta corriente para canalizar pagos e ingresos, llevar la contabilidad de las operaciones que realice y a conservar la documentación relacionada con el negocio. Además deberá visitar la Delegación de Hacienda correspondiente para darse de alta fiscalmente, solicitar un número de identificación fiscal y pagar los impues­tos específicos. Y no se olvide de lo más importante, su responsabilidad ante terceros es ilimitada. La totalidad de su patrimonio está sujeta a reclamación si el negocio fracasa y no paga sus deudas. Pero también tendrá sus derechos. Por ejemplo, a gestionar el negocio y obtener los beneficios correspondientes. Al inscribir su establecimiento en la Cámara de Comercio, tendrá derecho a participar, en las actividades que se organicen. En el Registro Mercantil le asesorarán y le facilitarán información sobre las empresas.

**Vocabulario:**

mercancía **—** товар

comercio al por mayor/al por menor (al detalle) — торговляоптом/ врозницу

intermediario — посредник

comercialización — продажа, сбыт, реализация

bien — продукт, товар, благо

circuito — цепь, маршрут, канал

perecedero — портящийся

montarunnegocio — открыть дело, начать бизнес

empresario — предприниматель

abrirunacuentacorriente — открытьтекущийсчет

pagoseingresos — платежи и поступления средств; расчеты

estar obligado a — бытьобязанным

inscribirse en el registro — зарегистрироваться

llevar la contabilidad — вестиучет (бухгалтерию)

darsedealta — встать на учет, зарегистрироваться

número de identificación fiscal — учетныйномерналогоплательщика

pagar impuestos — платитьналоги

responsabilidad ante terceros — ответственностьпередтретьимилицами

estarsujetoa — подлежать (чему-л.)

fracasar — потерпеть крах (неудачу), провалиться, обанкротиться

deuda — задолженность, долг

gestionarelnegocio — управлять бизнесом

obtener los beneficios — получатьприбыль

tener derecho a — иметьправона

asesorar — консультировать, советовать

facilitar— предоставлять

1. ***Busque en el texto los equivalentes españoles:***

обмениваться товаром, розничная торговля, оптовик, продавать продукт, от производителя к потребителю, участвует один посредник, средства производства, товары потребления, скоропортящиеся товары, следовать по коротким каналам сбыта, быть обязанным зарегистрироваться, открыть текущий счет, для проведения расчетов, вести учет осуществленных операций, встать на учет как налогоплательщик, запросить УНН, неограниченная ответственность перед третьими лицами, все имущество, подлежать конфискации, принимать участие в мероприятиях, консультировать и предоставлять информацию

1. ***Según la información del texto, elija si las siguientes afirmaciones son falsas o verdaderas:***
2. Si el comercio se realiza fuera del país se llama el comercio al por mayor.
3. Los detallistas venden productos directamente al consumidor.
4. En los canales cortos los bienes van directamente del fabricante al consumidor, sin participación de intermediarios.
5. Los bienes de equipo suelen seguir circuitos más largos dependiendo de su naturaleza.
6. Un empresario individual está obligado a inscribirse en el registro de la Propiedad Inmobiliaria.
7. Además el empresario deberá visitar la Cámara de Comercio correspondiente para darse de alta fiscalmente.
8. También está obligado a abrir una cuenta corriente para canalizar pagos e ingresos, llevar la contabilidad de las operaciones que realice y a conservar la documentación.
9. Si el negocio fracasa el empresario pierde sólo su capital invertido en el negocio.
10. Inscribir su establecimiento en el Registro Mercantil es un tramite obligatorio.
11. Gestionar el negocio y obtener los beneficios es un derecho del empresario y no es su obligación.
12. ***Complete las frases según el contenido del texto:***
13. Si se intercambian … cantidades de mercancías, esta­mos ante el comercio … .
14. El fabricante vende el producto a … y éstos, a su vez, a …, que, finalmente, se lo ofrecen a … .
15. Los bienes de … utilizan canales de ciclo … .
16. En el caso de bienes duraderos se suele seguir un camino … .
17. … está obligado a inscribirse en el registro de la Propiedad Inmobiliaria.
18. También está obligado a abrir una cuenta corriente para … .
19. Además deberá visitar … para darse de alta … , solicitar … y pagar … .
20. Si el negocio fracasa y no paga sus deudas … .
21. Al inscribir su establecimiento en …, el empresario tendrá derecho a … .
22. En … le asesorarán y le facilitarán … .
23. ***Conteste a las preguntas:***
24. ¿Qué tipos de comercio conoce Ud.?
25. ¿Qué son canales de distribución? ¿De qué ciclos pueden ser?
26. ¿Qué tipo de canales utilizan los bienes de equipo? ¿Y los bienes de consumo?
27. ¿En qué registro está obligado a inscribirse un empresario individual?
28. ¿ Para qué se abre una cuenta corriente?
29. ¿Con qué fin el empresario deberá visitar la Delegación de la Hacienda?
30. ¿Qué significa “la responsabilidad ilimitada ante terceros”?
31. ¿Qué derechos tiene el empresario individual?
32. ***Explique la diferencia entre:***

comercio interior / comercio exterior

comercio al por mayor / comercio al por menor

canales de ciclo corto / de ciclo largo

bienes de consumo / bienes de equipo

productos perecederos / productos duraderos

pago / ingreso

1. ***Dibuje un esquema de canales de comercialización para diferentes tipos de productos.***
2. ***Relate el texto según el plan:***

1. Clases de comercio.

2. Tipos de canales de comercialización.

3. Obligaciones del empresario individual.

4. Sus derechos.

1. ***Escriba una ponencia sobre el comercio exterior de nuestro país, utilizando las expresiones siguientes:***

los principales socios comerciales, establecer relaciones comerciales con, intercambio de mercancías, los rubros principales de las exportaciones/importaciones, exportar/importar en grandes cantidades, cifra de negocios, volumen de facturación, fomentar la cooperación

1. ***Lea la información siguiente y aprenda qué estructura tienen las cartas comerciales:***

**Estructura de la carta comercial.**

La carta comercial se estructura en varias partes claramente diferenciadas y sigue patrones o formatos establecidos.

*Partes de la carta comercial:*

*Encabezamiento:* comprende membrete, lugar y fecha de emisión, destinatario, asunto o referencia y saludo.

*Cuerpo de la carta:* texto en el cual se incluye la introducción, desarrollo o ideas fundamentales y párrafo de cierre, despedida, antefirma y firma.

El texto de la carta es el conjunto de párrafos que explica el asunto o motivo por el cual fue escrita la carta, se recomienda que los párrafos sean cortos escritos con lenguaje claro, preciso, natural y espontáneo. En el primer párrafo se plantean las ideas preliminares del asunto; los párrafos siguientes explican en orden lógico, la idea central de la carta. Se recomienda tratar sólo un asunto en cada carta; si es necesario abordar dos o más deben tener estrecha relación. El texto debe finalizar con un párrafo corto que sintetice la exposición de lo tratado

El anexo se utiliza cuando a una carta la acompaña uno o varios documentos adjuntos, estos deben mencionarse en una nota de anexos. Se escriben en el margen izquierdo a uno o dos espacios verticales debajo de las iniciales identificadores.

***17. Relacione cada parte de la estructura de una carta comercial con los fragmentos del contenido dados a continuación:***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **1. Membrete** |  |
|  | | |
| **2. Datos del destinatario** |  | **3. Lugar y fecha** |
|  |  |  |
| **4. Saludo** |  |  |
|  | | |
| **5. Cuerpo de la carta** | | |
|  | | |
| **6. Despedida** |  |  |
| **7. Anexo** |  | **8. Firma** |

**a)** Estimado Sr. Gerente

**b)** Juan Manuel Bonavente

Gerente de Estructuras metálicas, S.A.

**c)** Sin otro particular, reciba un cordial saludo .

**d)** Estructuras metálicas, S.A.,

C/ Ruiz de Alarcón, 1, Madrid

+ 34 916 939 042

**e)** Me permito ponerme en contacto con Usted para darle a conocer nuestra empresa Estructuras metálicas, S.A.

Estamos especializados en la construcción de estructuras de acero para naves industriales. Aunque es una empresa de reciente creación, contamos con una experiencia de más de 10 años en el sector.

Nos gustaría saber si están interesados en la visita de nuestro director comercial, en la fecha y hora que Usted elija, para que conozca más en profundidad nuestra compañía.

**f)** Adjunto la lista de los servicios que ofrece nuestra empresa.

**g)** Sr. Federico González

C/ Las Nieves, 12, 28912, Madrid.

**h)** Madrid, 15-04-2011

***18. En cada carta comercial se utilizan formas especiales para saludar, despedirse o hacer introducción. Lea las siguientes expresiones y clasifíquelas según las funciones que desempeñan en la carta comercial:***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Saludo*** | ***Introducción*** | ***Despedida*** |

Agradecemos su gentil colaboración

Agradecidos por su atención, le enviamos un cordial...

Apreciado cliente

Atentamente

Confirmando nuestra carta de...

Cordialmente

Distinguida señora

En espera de sus noticias le saludamos...

En respuesta (Conforme) a su carta de...

Estimado Señor

Les agradeceríamos nos informaran acerca de...

Muchas gracias por su amabilidad y rápida acción

Nos despedimos atentamente y esperamos su respuesta

Nos es grato comunicarle...

Para nosotros es un gusto servirle.

Respetuosamente

Rogamos nos disculpen por las molestias que les hemos ocasionado...

Según (Contrariamente a) lo convenido...

Sentimos (Lamentamos) tener que comunicarles...

Tenemos el deber de avisarle... (informarle...)

Tenemos el gusto de comunicarles...

**Unidad II. SOLICITUD DE EMPLEO. RECURSOS HUMANOS**

* 1. ***Lea dos diálogos y tradúzcalos:***
* Pase, pase, por favor. Aquí tengo su CV. A primera vista parece interesante. Dice Ud. que tiene preparación suficiente.
* Trabajé como programadora en la filial IBM de Barcelona hace 3 años y después volví a Valencia para trabajar en un proyecto de desarrollo.
* ¿Tiene Ud. alguna experiencia de trabajo de consultoría?
* Tengo bastante. Trabajé para una consultoría mientras terminaba la carrera.
* Bueno, como Ud. sabe nuestra empresa pertenece a la categoría PYME. Esto significa que tenemos una plantilla bastante reducida pero del personal se espera una actitud seria y positiva. Valoramos especialmente el entusiasmo y las nuevas ideas. Nuestra consultoría se creó en 1970 y desde entonces hemos logrado ciertos éxitos. Esto se lo digo para que Ud. pueda pensar antes de aceptar el puesto que ofrecemos.
* El anuncio hablaba del ayudante del proyecto, ¿verdad?
* Exacto. Su trabajo consiste en ayudar a dirigir y organizar el trabajo de nuestro equipo de técnicos e informáticos. Nosotros pensamos en un primer contrato de prueba de seis meses.

***2. Dé equivalentes a las expresiones siguientes:***

CV (currículum vitae), иметьдостаточнуюподготовку, работатьпрограммистом, proyecto de desarrollo, опытработыконсультантом, заканчиватьучебу, pertenecer a la categoría, малыеисредниепредприятия, иметьдовольнонебольшойштат, esperar una actitud seria y positiva, особенноценитьновыеидеи, добиватьсяуспеха, aceptar el puesto, предлагатьвакансию, вобъявленииречьшлао…, ayudante del proyecto, вашаработазаключается, exacto, руководитьиорганизовыватьработу, equipo de técnicos e informáticos, контрактсиспытательнымсроком

***3. Сonstruya las frases según el modelo:***

1. ¿Tendrás preparación suficiente para ocupar este sitio? - Quizás.

Quizás tengas preparación suficiente para ocupar este sitio.

1. ¿Trabajarán en un proyecto de desarrollo? – Tal vez. 2. ¿Termina Pepe la carrera este año? – Ojalá. 3. ¿Consistirá su trabajo en ayudar a dirigir y organizar el personal? – Quizás. 4. ¿Tienen alguna experiencia de trabajo de condultoría?- Acaso. 5. ¿Le ofrecerán este puesto? – Ojalá.
2. Me ofrecen un primer contrato de prueba de 6 meses. – Es posible.

Es posible que me ofrezcan un primer contrato de prueba de 6 meses.

1. La empresa que montamos pertenecerá a la categoría PYME. – Está bien. 2. Del personal se espera una actitud seria y positiva. – Es lógico. 3. Valoran especialmente el entusiasmo y las nuevas ideas. – No creo. 4. Aceptará Ud. el puesto ofrecido. – Dudamos mucho. 5. La empresa tiene una plantilla bastante reducida. – Es extraño. 6. Trabajaremos en una consultoría. – Nos recomiendan. 7. Aceptaré este puesto. – Me aconsejan.

**4. *Por parejas, lean el diálogo siguiente, llenen los blancos con las expresiones dadas y reprodúzcanlo:***

*parece bien pagas mensuales*

*vayamos por partes contrato de prueba*

*según mis cálculos NIF(número de identificación fiscal)*

*por supuesto nómina*

*parece perfecto IRPF(impuesto sobre la renta de las personas físicas)*

*Responsable de administración: -* Para empezar podemos ofrecerle un primer … de doce meses.

*Solicitante del puesto: -* Bien*.* Actualmente tengo un sueldo superior a 16 mil euros anuales. ¿Cuánto pensaban ofrecer Ustedes?

* Bueno,… . El salario anual bruto será de 20 mil euros que dividimos en catorce … . También hay dos pagas extraordinarias.
* ¡Qué bien! ¿Cuándo se hacen?
* En diciembre y en junio.
* … .
* Sí. Pero, como Ud. sabe, su salario bruto estará sujeto a una retención del … que es del 15%.
* Ah, …, me quedará un sueldo neto de 17 mil euros.
* Exacto.
* No está mal. ¿Estaré en … ?
* … . Su contrato es por cuenta ajena.
* ¿Y las horas extras?
* Se pagan un 50% más que las ordinarias.
* … .
* Pues, quiere darme su … y unos datos personales más.

1. ***Traduzca al español:***
2. Наша фирма относится к категории малых и средних предприятий.
3. Это предприятие имеет небольшой штат сотрудников.
4. От персонала ожидают серьезного и позитивного отношения.
5. Я Вам это говорю, чтобы Вы подумали перед тем, как согласиться занять место, которое мы Вам предлагаем.
6. Мы особенно ценим энтузиазм и новые идеи.
7. Эта консалтинговая компания была создана в 1970 году и с тех пор добилась значительных успехов.
8. Мы хотим предложить Вам контракт с испытательным сроком на год.
9. Сейчас моя зарплата превышает 24 тысячи евро в год.
10. В декабре и июне выплачиваются две дополнительные зарплаты.
11. Как Вам известно, из вашей зарплаты будет удерживаться подоходный налог.
12. По моим подсчетам я буду получать чистыми 17 тысяч евро в год.
13. Сверхурочные часы оплачиваются на 50% больше обычных.
14. ***Comonga diálogos para la situación siguiente:***

**Una entrevista de admisión al trabajo**

La empresa española IBERMUEBLE tiene vacante el puesto de responsable del Departamento del Comercio Exterior y ha insertado en el periódico su anuncio de oferta de trabajo. En respuesta al anuncio han llegado varias cartas de los candidatos. El Jefe de personal ha seleccionado a 2 candidatos para entrevistarlos. Durante la entrevista los participantes hacen preguntas y contestan sobre:

titulación, experiencia, idiomas, tareas a desarrollar, cualidades profesionales, remuneración y otras ventajas anexas. Una vez finalizada la entrevista el administrativo presenta sus argumentos a favor y en contra de cada candidato y escoge al más conveniente.

1. ***Lea el texto y apunte las expresiones clave:***

**Recursos humanos**

La planificación de los recursos humanos consiste en desarrollar una estrategia que permita a la organización cubrir sus futuras necesidades de estos recursos.

No se puede efectuar la planifícación de los recursos humanos sin tener una visión clara de las capacidades y los grados de cualificación que tienen los empleados actuales y los que han de tener los empleados futuros. Existen tres técnicas útiles para conseguir esta información: el análisis del puesto de traba­jo, su descripción, y su especificación.

Una cosa es saber las necesidades y otra cubrirlas con personas que tengan las cualidades requeridas. El reclutamiento comienza proyectando una imagen pública que atraiga personas cualificadas. Todo lo que hace laempresa se refleja en su imagen e influyeen el éxito del reclutamiento. Éste se puede realizar en el interior de la propia empresa o en el exterior.

Una vez que se dispone de candidatos, el siguiente paso es determinar quién es el, que mejor se adapta al puesto de trabajo. Generalmente, el proceso de selección sigue varios pasos, tras cada uno de loscuales quedan menos candidatos, hasta el paso final, en el cual sólo ha de quedar la persona que ocupará el puesto. Algunas organizaciones consideran que el proceso es dema­siado largo y caro y saltan algunos pasos, pero el proceso completo sigue las siguientes fases:

1. Entrevista preliminar.

2. Solicitud de empleo.Prácticamente todas lasempresas piden a los can­didatos que cumplimenten un modelo de solicitud de empleo porque es un buen instrumentopara obtener datos sobre su formación, experien­cia, aspiraciones y referencias personales.

3. Realización de tests.Con ellos se trata de determinar la capacidad de la persona, su aptitud, conocimientos, personalidad, etc. Su principal misión es conseguircierta objetividad.

4. Contrastación de las referencias. Si un candidato supera los tests, la empresa contrastasus referencias para comprobar su nivel de forma­ción. Algunas empresas lo hacen antes de las entrevistas a las que se refiere la siguiente fasey otras lo hacen después. En ocasiones, se solicitan cartas de recomendación, pero no son de gran utilidad, pues no suelen contener datos negativos.

5. Entrevista personal. Casi todas las empresas utilizan la entrevista para seleccionar el personal. Algunas prefieren las entrevistas estructuradas y otras las no estructuradas. Las primeras siguen un formato estableci­do previamente; es decir, el entrevistador formula las preguntas de un cuestionario en el que va anotando las respuestas. Las no estructuradas son entrevistas más espontáneas en las que se formulan preguntas de tipo general con objeto de que el candidato termine revelando cosas sobre sí mismo.

6. Revisión médica. Se ha de asegurar de que el empleado es capaz físicamente de realizar el trabajo.

Si la decisión final es afirmativa, la empresa hace una oferta formal al candidato en cuanto al salario y otras ventajas y condiciones.

**Vocabulario:**

grado — степень, уровень

puestodetrabajo — рабочееместо

especificación — спецификация, требования, инструкция

cubrirlasnecesidades — удовлетворять потребности

reclutamiento — набор (персонала), наем, вербовка

paso — шаг, ход

saltar — зд. опускать

entrevistapreliminar –— предварительное собеседование

solicituddeempleo — заявление (запрос) о приеме на работу

cumplimentar — заполнять

formación — образование

aptitud — пригодность, склонность, способность

referencia — отзыв, рекомендация

contrastar — проверять, сверять, сопоставлять

contenerdatos — содержатьданные

seleccionar — отбирать

establecerpreviamente — установитьзаранее

cuestionario — анкета, опросник

revelar — выявлять

revisión — зд.осмотр

sercapaz — бытьспособным

oferta — предложение

salario — зарплата

1. ***Busque en el texto los equivalentes españoles:***

осуществлять планирование человеческих ресурсов, удовлетворять будущие потребности, иметь четкое представление, анализ рабочего места, привлекать квалифицированный персонал, набор персонала, следующий шаг, отражаться на имидже предприятия, заявление о приеме на работу, предварительное собеседование, сопоставлять отзывы, запрашивать рекомендательные письма, использовать собеседование для отбора кандидатов, заранее установленная форма, вопросы анкеты, медосмотр, окончательное решение, делать официальное предложение

1. ***Según la información del texto, elija si las siguientes afirmaciones son falsas o verdaderas:***
2. La planificación de los recursos humanos consiste en desarrollar una estrategia que permita a la organización revelar las necesidades de estos recursos.
3. La imagen de la empresa no influye mucho en el éxito del reclutamiento.
4. Algunas empresas consideran que el proceso de selección es caro y contratan al primer candidato presentado.
5. El candidato debe cumplimentar un modelo de solicitud de empleo.
6. La principal misión de los tests es obtener los datos sobre la formación del candidato, su experiencia, etc.
7. Las cartas de recomendación son de gran utilidad, pues suelen contener datos negativos.
8. En las entrevistas estructuradas el entrevistador formula las preguntas de un cuestionario preparado previamente.
9. La revisión médica es el primer paso en la selección del personal porque las empresas no quieren contratar a las personas enfermas.
10. Finalmente la empresa hace una oferta formal al candidato en cuanto al salario y otras ventajas y condiciones.
11. ***Complete las frases según el contenido del texto:***
12. Existen tres técnicas útiles para determinar las capacidades y los grados de cualificación de los empleados actuales y futuros. Son … .
13. Se puede realizar el reclutamiento en … o en … .
14. Una vez que se dispone de candidatos, el siguiente paso es … .
15. Tras cada paso quedan menos candidatos, hasta el paso final, en el cual … .
16. … determina la capacidad de la persona, su aptitud, conocimientos, etc.
17. Si un candidato supera los tests, la empresa … .
18. … son más espontáneas y permiten al candidato revelar cosas sobre sí mismo.
19. La revisión médica asegura que … .
20. Si la decisión final es afirmativa, la empresa hace … .
21. ***Conteste a las preguntas:***
22. ¿Sin qué no se puede efectuar la planificación de los recursos humanos?
23. ¿De qué depende el éxito del reclutamiento?
24. ¿Qué pasos sigue el proceso de selección del personal?
25. ¿Es importante la entrevista personal o se puede saltar este paso?
26. ¿Para qué piden las empresas a los candidatos que cumplimenten un modelo de solicitud de empleo?
27. ¿Cuál es la misión principal de los tests?
28. ¿Para qué contrastan las empresas las referencias de los candidatos?
29. ¿De qué dos tipos pueden ser las entrevistas personales? ¿Qué diferencia tienen?
30. ¿Cuándo hace la empresa una oferta formal al candidato?
31. ***Explique el significado de las expresiones siguientes:***

recursos humanos, puesto de trabajo, reclutamiento y selección del personal, solicitud de empleo, entrevista personal, cartas de recomendación, revisión médica, oferta formal

1. ***Relate el texto, utilizando las expresiones apuntadas (del ej.7).***
2. ***Escriba 10 preguntas para realizar una entrevista personal estructurada. Hágalas a su compañero que será candidato al puesto vacante del director de ventas.***
3. ***Cada persona al graduarse debe buscar un empleo. Para presentarse debe mandar su carta de presentación así como el curriculum vitae con el objetivo de hacer llegar a los directivos la más amplia información personal. Lea el ejemplo de la carta de presentación. Traduzca al ruso:***

María Gutierrez

c/ Panaderos, 12

28055 Madrid

Sr. Guillermo Torres

Director técnico del Banco BBV

C. Cervantes, 6

28080 Madrid

20 de Noviembre de 2009

Estimado Sr. Torres:

Tras leer su anuncio ofertando un empleo el pasado día 3 del presente mes en el periódico "Diario laboral", me dirijo a Ud. con el fin de enviarle mi Curriculum Vitae y de este modo aspirar al cargo de Agente de préstamos que solicita para la provincia de Madrid.

Como puede usted comprobar en el mismo, tengo una amplia experiencia en el mundo de los préstamos, ya que estuve desempeñando un trabajo similar durante los últimos 13 años en la Caixa.

Esperando que estudie mi candidatura y en espera de prontas noticias, le saluda atentamente.

María Gutierrez

Adjunto: "Curriculum Vitae"

***16. Lea el ejemplo de curriculum vitae y llene los blancos con las expresiones que se dan:***

*Directora Adjunta de Recursos Humanos licenciada*

*análisis de los puestos de trabajo master*

*contratación seguridad en el trabajo*

*la normativa vigente trabajo en equipo*

**Castillo Fernández, María Jesús**

*Dirección*: Avenida República Argentina, 21, Sevilla

*Teléfono(s):* + 34 954 38 23 12

*Correo(s) electrónico(s):* mjcasfer@gmail.com

*Nacionalidad:* española

*Fecha de nacimiento:* 14 de diciembre de 1979

**Experiencia de trabajo**

*Fechas:* de septiembre de 2005 a fecha actual

*Profesión o cargo desempeñado:* … (1)

*Funciones y responsabilidades:* Búsqueda y … (2) de profesionales necesarios, responsable de los programas de perfección profesional.

*Empresa:* Eroski

*Fechas:* de julio de 2002 a agosto 2004

*Profesión o cargo desempeñado:* Responsable de higiene y … (3). Departamento de Recursos Humanos

*Funciones y responsabilidades:* Control de cumplimiento de … (4) de seguridad e higiene en el trabajo, … (5) en lo que se refiere al impacto en el organismo humano.

*Empresa:*Ebro Puleva

**Educación y formación**

*Fechas:* de 2001 a 2003

*Título:* … (6) en Dirección de Empresas.

*Centro de estudios:* Universidad de Barcelona.

*Fechas:* de 1996 a 2000

*Titulo:* … (7) en Recursos Humanos

*Centro de estudios:* Universidad Complutense de Madrid

**Capacidades ycompetencias personales**

*Idioma(s):* Inglés – nivel alto (hablado y escrito). Chino – nivel intermedio (hablado y escrito).

*Capacidades sociales:* Capacidad de … (8), desarrolladas capacidades comunicativas

*Capacidades organizativas:* Dotes de planificación y dirección del trabajo en grupo

*Capacidades informáticas:* Buen manejo de ordenadores (base de datos, tratamiento de textos, Internet)

***17. Lea el anuncio de empleo y según lo aprendido en los ejercicios anteriores redacte una carta de presentación para poder acceder a este trabajo y su propio currículum vitae.***

ADMINISTATIVA-CONTABLE

Se precisa administrativa, ingles alto, preferible en el sector de la construcción o inmobiliario, que domine contabilidad, de entre 20-24 años para nueva oficina, imprescindible buena presencia, salario fijo más comisiones altas, interesadas envíen curriculum vitae al email … .

**Unidad III. LLAMADAS TЕLEFÓNICAS. EMPRESA**

* 1. ***Lea dos diálogos y tradúzcalos:***

***\*\*\****

* Buenos días. Dígame.
* Buenos días. ¿Podría hablar con el señor López, por favor?
* ¿De parte de quién?
* De parte de Alex Smirnov, vicedirector de la compañía Termix.
* Sí, señor. Ahora se lo pongo. …
* …¡Hola! Buenos días, señor Smirnov. ¿Cómo está Ud.?
* Buenos días, señor López. Le llamo para confirmar mi visita de mañana y fijar la hora.
* Bueno, es que a las 10 tengo una reunión que va a durar hasta las 11 y media. A las 12 estaré a su disposición. ¿Le parece bien?
* Muy bien. Entonces mañana a las 12 nos vemos en su oficina.
* De acuerdo. Muy amable por su parte. Hasta mañana.
* Hasta mañana.

\*\*\*

- ¡Hola! ¡Buenas tardes! ¿Es la empresa Ibermuebles?

- Sí. Buenas tardes.

- Quisiera concretar cómo son los trámites para hacerles un pedido.

- Son normales. Mire, una vez recibida su nota de pedido, hacemos los cálculos y le mandamos la pro-forma de la factura. En cuanto Ud. la confirme, el pedido estará aceptado para la ejecución.

- ¿Cuánto tiempo se tarda en cumplir el pedido?

- Entre recibir la carta de pedido y recibir la confirmación del cliente pueden pasar 3 ó 4 días.

- ¿Y en cuánto a la ejecución del envío?

- Los envíos se hacen en dos semanas.

- Muy bien. Ahora todo se queda claro. Y para hacer un primer pedido a título de prueba ¿existe algún límite mínimo de lote?

- Normalmente la cantidad mínima del pedido son 2 mil unidades.

- En la lista los precios están indicados en los términos “ex-works”, ¿cierto?

- Sí, son precios franco fábrica.

- Muchas gracias y hasta luego.

- Gracias a Ud. por su llamada. Hasta luego.

* 1. ***Dé equivalentes a las expresiones siguientes:***

cлушаю (говорите), отчьегоимени, сейчасявассоединю, подтвердитьвизит, fijar la hora, estar a la disposición de, оченьлюбезносвашейстороны, de acuerdo, делатьзаказ, уточнитьформальности, mandar la pro-forma de la factura, сделатьрасчет, подтвердитьзаказ, приниматькисполнению, ejecución del envío, пробныйзаказ, indicar en la lista de precios, минимальноеколичествопартии

* 1. ***Сonstruya la frase según el modelo:***

***Мodelo:*** *La reunión termonará y estaré a su disposición. – Estaré a su disposición en cuanto termine la reunión.*

1. Confirmarás la visita y fijaremos la hora. 2. Ud. nos mandará su nota de pedido y haremos los cálculos. 3. Ud. confirmará la pro-forma de la factura y el pedido estará aceptado para la ejecución. 4. Recibiremos la confirmación del cliente y enviaremos las mercancías. 5. Consultaré los precios y haré el primer pedido a título de prueba. 6. Sabrás todos los trámites y haremos el pedido.

* 1. ***Сomponga un diálogo utilizando las expresiones siguiеntes:***

Diga, tener una cita con el director, ponerme en contacto con, en seguida, aplazar la entrevista, estar en un atasco, llegar dentro de media hora, tener programado todo el día, no pasa nada, seguir en la oficina hasta las 3 de la tarde, muy amable, gracias por su llamada

5. ***Traduzcaalespañol:***

1. Я Вам звоню, чтобы подтвердить нашу завтрашнюю встречу и назначить для нее время.

2. В 11 часов у меня собрание, а в 12 я буду в вашем распоряжении.

3. Мы высылаем Вам для подтверждения счет-проформу.

4. Как только вы подтвердите счет-проформу, ваш заказ будет принят к исполнению.

5. Поставки осуществляются в течение 2 недель.

6. Сколько длится выполнение заказа?

7. Для первого пробного заказа минимальная партия товара – 1тыс. единиц.

8. В прайс-листе указаны цены «франко-завод».

***6. Leaeltextoycompongaelplanparadescribirlassociedadeslimitadas:***

**Tipos de sociedades mercantiles**

Existen varios criterios para diferen­ciar los determinados tipos de empresas. Los más importantes se refieren a su tamaño y a su organización jurí­dica Así se puede diferenciar entre empresas pequeñas, medianas y grandes, por una parte, y empresas individuales y sociales, por otra.

*Sociedades Limitadas*

Cuando un empresario individual pasa a constituir una so­ciedad limitada, puede hacerlo con otros socios, o puede ha­cerlo solo. Lo normal es que los empresarios cons­tituyan la sociedad al menos con los miembros más cercanos de su familia. A la hora de escoger la mejor decisión hay que tener en cuenta factores de tipo fiscal.

Todas las sociedades deben nombrar un administrador, o más de uno. Si son varios pueden formar un conse­jo de administración. Los administradores son los que actúan en nombre de la sociedad, la representan ante terceros y se responsabilizan de que la sociedad vaya a respetar las leyes.

Los administradores pueden ser *partícipes* del capital de la sociedad limitada, es decir, dueños de la empresa, o no serlo.

En cuanto al capital, la sociedad siempre tiene un capital concreto, que primero se fija cuan­do se constituye, y que si se aumenta o disminuye con pos­terioridad, se debe hacer ante un notario. Ese capital lo ponen los socios que constituyen esa sociedad, sea en dinero contante y sonante,sea aportando algún bien a la sociedad (por ejemplo locales, máquinas, una marca, un diseño, etc.). El capital queda entonces repartido entre los socios. Puede ser todo de una sola persona (el 100% del capital), o estar repartido entre 5 socios, al 20% cada uno, por ejemplo. Pue­de haber socios que aporten más y otros menos. El reparto es totalmente libre. Pero los socios que tengan un mayor porcentaje del capital tendrán más derechos, es decir, serán más dueños, y mandarán más. No hay limitación legal en el número de socios, aunque las sociedades con muchos socios, por ejemplo a partir de 50, es preferible que sean sociedades anónimas.

El capital mínimo que se debe desembolsar para crear una sociedad limitada es de 3.000 euros. No hay un límite máximo. A cambio del capital, los socios de la sociedad limitada, reciben títulos de propie­dad sobre una parte del mismo que se llaman “participa­ciones”. Por eso a los socios de una sociedad limitada se les llama “partícipes”. No accionistas. Las participaciones de una sociedad limitada son siempre nominativas, es decir, van a nombre de alguien. La sociedad está obligada a llevar un libro de registro de sus socios, de modo que siempre se sepa quiénes son los socios de la sociedad en cada momento.

Los dueños de las sociedades no responden con su patrimo­nio de las deudas de la sociedad, sólo con el capital aportado.

Pueden ser sociedades limitadas la empresa que hace la limpieza en un colegio, la panadería donde se com­pra el pan, la constructora que rehabilita casas, la organizadora de conciertos, o el restaurante, por ejemplo.

**Vocabulario:**

diferenciar — различать, выделять

empresasocial — предприятие в форме общества

constituir una sociedad limitada — учреждатьООО

nombrar — назначать

partícipe — пайщик, участник (товарищества, общества)

participación — пай, доля

repartir — делить, распределять

socio — член (товарищества, общества)

sociedadanónima — акционерное общество

desembolsar — оплачивать, выплачивать

título — финансовый документ, ценная бумага

aportar — вносить, делать вклад

nominativo — именной

rehabilitar — восстанавливать, ремонтировать

***7. Busque los equivalentes en el texto o en el diccionario:***

размер предприятия, empresamediana, constituirunasociedadlimitada, индивидуальный предприниматель, в момент выбора оптимального решения, планировать создать общество, factoresfiscales, соблюдать законы, partícipe, назначить управляющего, consejodeadministración, представлять интересы общества перед третьими лицами, что касается капитала, anteunnotario, вносить капитал в форме денег или другого имущества, dinerocontanteysonante, разделен между участниками, больше прав, нет ограничений по закону, títulosdepropie­dad, доля, именной, нести ответственность по долгам предприятия, llevarellibroderegistro, осуществлять уборку, panadería

1. ***Según la información del texto, elija si las siguientes afirmaciones son falsas o verdaderas:***
2. No pueden existir las sociedades limitadas de un único socio según establece la ley.
3. A la hora de escoger la mejor decisión hay que tener en cuenta factores de tipo fiscal.
4. Los dueños de una S.L. responden con su patrimo­nio de las deudas sociales.
5. Todas las sociedades limitadas deben formar un conse­jo de administración.
6. Los administradores son los que actúan en nombre de la sociedad, la representan ante terceros.
7. Se puede aportar el capital sólo en forma de dinero.
8. El capital queda repartido entre los socios siempre en proporciones iguales.
9. Las participaciones de una sociedad limitada son siempre nominativas, es decir, van a nombre de alguien.
10. Los socios de una S.L. se llaman partícipes o accionistas.
11. ***Complete las frases:***
12. Cuando un empresario individual pasa a constituir una S.L., … .
13. A la hora de escoger la mejor decisión hay que … .
14. … son los que actúan en nombre de la sociedad, la representan ante terceros.
15. … se debe hacer ante un notario.
16. El capital puede ser todo de una sola persona o … .
17. Los socios que … tendrán más derechos, es decir, serán más dueños.
18. A cambio del capital, los socios de la sociedad limitada reciben … .
19. La sociedad está obligada a … , de modo que siempre se sepa … .
20. Los dueños de las sociedades no responden con … .

***10. Conteste a las preguntas:***

1. ¿Según qué criterios se puede diferenciar las empresas?

2. ¿Cuál es la función de los administradores en una S.L.?

3. ¿Cómo se aporta el capital social?

4. ¿Por qué a los socios de una sociedad limitada se les llama “partícipes”?

5. ¿Cómo son las participaciones de una sociedad limitada?

6. ¿Hay limitaciones mínimas y máximas del capital para aportar?

7. ¿Con qué responden los socios por las deudas sociales?

***11. Relacione las palabras con las definiciones que se dan a continuación:***

*a) Empresario d) Partícipe*

*b) Capital e) Negocio*

*c) Socio f) Gerente*

1. Titular, propietario o directivo de una industria, negocio o empresa.

2. Factor de producción constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo, se destina a la producción de bienes.

3. Persona que aporta capital a una empresa o compañía, poniéndolo a ganancias o pérdidas.

4. Que tiene parte en algo, o entra con otras a la parte en la distribución de ello.

5. Persona que lleva la gestión administrativa de una empresa o institución.

6. Aquello que es objeto o materia de una ocupación lucrativa o de interés.

***12. Relate el texto según el plan compuesto en el ej.6.***

***13. Lea el siguiente diálogo, fíjese en las peculiaridades de la Sociedad Anónima y haga una característica escrita de este tipo de sociedad:***

*Corresponsal: -* Buenos días, señor García. Soy Iván Petrov, corresponsal de la agencia BELTA de Bielorrusia. Mucho gusto.

*Gerente de una S.A. española: -* El gusto es mío.

*C.* **-** En vísperas de la visita de un grupo de empresarios españoles a Bielorrusia, quisiera hablar con Ud. sobre las Sociedades Anónimas españolas para hacer familiarizar a los empresarios bielorrusos cómo son y cómo funcionan las S.A. en España. ¿Qué empresas suelen ser S.A.?

*G.* **-** Pues,generalmente las grandes empresas, los bancos, las compañías de seguros, todas ellas suelen ser sociedades anónimas. Por ejemplo: El Banco Santander, S.A., ZARA (que se llama Inditex, S.A.), Cola-Cao (que se llama Nutrexpa, S.A.)

*C.* **-** ¿Qué capital mínimo y cuántos socios pueden tener las sociedades anónimas españolas?

*G.* **-** Bueno, el capital mínimo que debe poseer una S.A. es de 60.102,21 euros, y fíjese que no tiene un límite máximo de capital y lo de los socios, pueden tener desde un único socio a millones de ellos.

*C.* **-** Por favor, explique, ¿cómo queda dividido el capital?

*G.* **-** El capital está dividido en acciones. Por ejemplo, un capital de 1.000.000 euros, dividido en 10.000 acciones de 100 euros cada una. Las acciones pueden ser nominativas, como las de las sociedades limitadas, o pueden ser “al portador”, es decir, que no hace falta que lleven escrito el nombre de su dueño, sino que son de quien las tenga, de quien “las porte” (por eso se llaman "al por­tador"), son como billetes de banco, y se pueden comprar y vender de manera más fácil. Las acciones de las grandes empresas que cotizan en la Bolsa son todas “al portador”, por ejemplo, las acciones de Telefónica, S.A.

*C.* **-** ¿Cómo podría caracterizar las S.A.?

*G.* **-** Las S.A. suelen ser las empresas más profesionalizadas, grandes, complejas, con muchas categorías de personal y numerosos departamentos, y con muchos accionistas.

*C.* **-** ¿Por qué este tipo de sociedades se llama la S.A.?

*G.* **-** Las S.A. tienen accionistas, algu­nas de ellas tienen miles (e incluso millones) de accionistas. Muchos de ellos “anónimos”, porque al tratarse de acciones al portador no se sabe quiénes son, y es por eso que se lla­man “sociedades anónimas”, porque son un tipo de sociedad que permite que su negocio se desarrolle normalmente sin preocuparse mucho por quiénes son sus dueños.

*C.* **-** ¿Cómo se dirigen las S.A.?

*G.* **-** En muchas sociedades anónimas los que mandan de verdad en la em­presa son los administradores, más que los accionistas. Esos administradores se reúnen en el consejo de administración, y deciden lo que la empresa debe hacer. Algunos adminis­tradores son también accionistas, pero otros no lo son.

*C.* **-** Si comparamos la gerencia con otras sociedades, ¿en que se diferencia?

*G.* **-** Así como en las empresas individuales y en la mayoría de las sociedades limitadas, la persona con más poder de la empresa suele ser el propietario único o mayoritario de la misma en muchas sociedades anónimas las personas con más poder suelen ser el presidente o el consejero delegado, e incluso a veces el director general. Al­gunos de los cuales no tienen ni una acción de la empresa.

***14. Llene los blancos con las palabras que se dan a continuación y formule la idea principal del texto:***

*a) pequeñas l) beneficio*

*b) suma m) dinero*

*c) balance n) expectativas*

*d) pasado o) futuro*

*e) presente p) valor*

*f) rentabilidad q) multinacional*

*g) capital r) tamaño*

*h) productos s) malas*

*i) industriales t) desconocidas*

*j) éxito u) a partir*

*k) acertado*

**¿Cómo se sabe cuánto vale una empresa?**

Las empresas pueden ser grandes o … (1) , comerciales o … (2), familiares o no, famosas o … (3), pero la mejor clasificación que se puede ha­cer es entre buenas o … (4).

No se puede juzgar a una empresa por su … (5), o por el tipo de … (6) que vende, o por ser … (7), o por su … (8), por ejemplo. Sólo se puede juzgarla por la … (9) que dé, de manera recurrente, año a año, a sus propietarios. Y esa rentabilidad se plasma en el … (10).

Una empresa vale en función de la rentabilidad que ha dado a sus propietarios en el … (11), de la que le da en el … (12), y, sobre todo, de la que les dará en un … (13).

El valor de una empresa es, pues, la expresión del … (14) de esa empresa.

Ese valor se puede calcular … (15) de dos cosas:

1. Su … (16) actual

1. Sus … (17)

El valor de una empresa es una … (18) de lo que vale hoy (que está en su balance), más las expectativas que tiene de seguir generando … (19) para el accionista (que están en sus Previsiones de Futuro).

Saber cuál es el valor más … (20) de una empresa, es decir, el multiplicador más adecuado del … (21) actual, no es fácil.

***15. Prepare una breve descripción de la empresa en que trabaja Ud., utilizando como modelo la información siguiente:***

*Telecon, S.A.* es una empresa líder a nivel mundial en el sector de las telecomunicaciones y de la electrónica. Se dedica tanto a la fabricación de productos, como a la concepción y elaboración de sistemas de instalaciones eléctricas y electrónicas. Tiene una plantilla de 570.000 empleados. Se trata de una sociedad anónima (S.A.) en la que el capital está dividido en acciones. Opera en España desde hace años y tiene una gran importan­cia en países latinoamericanos donde ejerce un papel fundamental en el ámbito de las telecomunicaciones. En la actualidad, trabaja en un proyecto de vía digital e Internet con países latinoamericanos.

***16. El éxito de cada empresa depende de la venta de sus artículos, por eso hay que saber hacer la oferta de sus productos. Lea la siguiente carta oferta, llene los blancos con las palabras que se dan a continuación y tradúzcala al ruso:***

*a) trato c) ofreciendo e) equipado g) descuento*

*b) adelantarse d) a diferencia f) seguridad*

Sillas La Australiana S.A.

Plaza mayor, 32, Madrid

12 de Diciembre de 2010

Sr. D. Alfonso Pérez Arenisca

Muebles Enrique Noveno

C. Bienvenidos, 21, Madrid

Muy señor nuestro:

Queremos darle el … (1) de preferencia que usted se merece y … (2) a la nueva temporada … (3) a nuestros mejores clientes la novedad en sillas de lujo para el año 2011.

Queremos presentarle el último modelo de la TRONO 6000 que … (4) del modelo anterior viene … (5) con vibro masaje, eleva piernas y acceso a Internet sin cables.

Tenemos tal … (6) en que le interesará nuestra oferta que nos hemos adelantado al enviarle un lote con 20 sillas, que por cortesía, vienen con un 35 % de … (7). Le agradecemos nos comunique cuando las reciba.

Le saluda con afecto

Vicente Blanco

Director comercial de Sillas La Australiana

***17. Redacte una carta-oferta de artículos o servicios que vende la empresa en que trabaja Ud.***

**Unidad IV. NEGOCIACIONES. CONTRATO**

1. ***Lea el diálogo y tradúzcalo:***

* Hoy tenemos que negociar las condiciones básicas del contrato.
* Son cláusulas de entrega y la de pago, ¿verdad?
* Sí, por supuesto.
* Vayamos por partes. En cuanto a las entregas, siempre las efectuamos dentro del plazo de 3 semanas a partir de la fecha de confirmación del pedido. En el caso de mutuo acuerdo podemos adelantarlas pero nunca las retrasamos. Y en cuanto al pago, debe ser adelantado cien por cien.
* ¿Y qué moneda utilizaremos para efectuar los pagos?
* Lo práctico para nosotros es elegir euro o dólar. En la lista tenemos los precios indicados en estas divisas.
* Bueno, entonces preferimos que sea euro. ¿Le parece?
* Perfecto. En la pro-forma ponemos precios “franco fábrica” en euros.
* ¿Y qué modalidad de pago prefieren Uds.?
* Creemos que la forma más conveniente para las dos partes es un crédito documentario. Y mejor que sea confirmado e irrevocable, extendido por un banco de Londres.
* ¿Podemos hacer la primera transferencia del 30 por ciento del valor total del pedido contra la presentación de la factura pro-forma? Y después el resto del pago lo efectuaremos contra la presentación de los documentos de entrega. ¿Puede ser?
* Sí. Es aceptable, pero el pago debe ser cancelado sin demoras. Cuando recibamos la notificación del banco sobre la apertura del crédito documentario procedemos a ejecutar el pedido.
* Bueno, ya hemos pactado lo principal, nos quedan por configurar otras condiciones.

1. ***Dé equivalentes a las expresiones siguientes:***

обсудитьосновныеусловияконтракта, статьи (пункты) контракта, чтокасаетсяпоставокиоплаты, efectuar entregas, a partir de la fecha de confirmación, подтверждениезаказа, ускоритьпоставку, retrasar la entrega, денежнаяединица, efectuar los pagos, выбиратьдолларилиевро, ценыуказаныв …, en estas divisas, poner precios en euros, открытьаккредитив, подтвержденныйибезотзывный, hacer la primera transferencia, 30% отобщейстоимостизаказа, contra la presentación de la factura pro-forma, попредставленииотгрузочныхдокументов, es aceptable, производитьоплату (оплачивать) вовремя, la apertura del crédito documentario, приступитьквыполнениюзаказа

1. ***Сonstruya la frase según el modelo:***

*Modelo:* El precio ofertado es un poco elevado (rebajarlo – ser más atractivo).

Pida que lo rebajen para que sea más atractivo.

1. Los plazos de entrega son muy largos (revisarlos – ser más cortos). 2.

Los precios están indicados en dólares (indicarlos en euros – no haber confusión). 3. Las piezas de recambio son de mala calidad (sustituirlas – ser de calidad superior). 4. El crédito documentario se extiende por un banco holandés (designar otro banco – ser un banco español o inglés). 5. El banco no les ha enviado su notificación sobre la apertura del crédito documentario (enviársela – proceder a la ejecución del pedido). 6. Los precios no corresponden a los del mercado internacional (reducirlos – ser más competitivos). 7. No nos han transferido el último 30% del pago (hacerlo – cancelarse el pago). 8. Para cobrar prefieren un crédito documentario confirmado irrevocable (escoger otra forma de pago – ser menos costosa).

1. ***Сomplete el diálogo:***

- Nuestra empresa está interesada en adquirir … .

- Bueno, tenemos bastante experiencia de exportar … .

- Con ese motivo quisiéramos acordar las condiciones de … .

- Perfecto. En su caso las condiciones de entrega son … .

- ¿ … gastos adicionales de un embalaje sólido?

*-* Sí, también en el precio se incluye … .

*-* Sus precios nos parecen … en comparación con los de otros competidores.

*-* Hay que comparar también las características técnicas de los productos de competencia y … .

*-* Naturalmente, por otra parte, Uds. tienen los plazos de entrega más … .

- También ofrecemos un sistema flexible de descuentos y rebajas para … .

- Vale, sus argumentos nos convencen. Estamos listos a … .

- Esperamos que … .

1. ***Traduzcaalespañol:***

1. Нам нужно обсудить основные условия поставки и оплаты.

2. Для нас предпочтительнее производить оплату в долларах.

3. Мы осуществляем поставки в течение 4 недель со дня подтверждения заказа.

4. Они работают на условиях 100%-ной предоплаты.

5. В случае обоюдного согласия мы можем ускорить поставку, но никогда ее не задержим.

6. Какую денежную единицу мы выберем для расчетов?

7. У нас в прейскуранте цены указаны в этих двух валютах.

8. Первый платеж вы осуществляете в размере 50% от общей стоимости заказа под представление счет-проформы.

9. Когда мы получим уведомление банка об открытии аккредитива, мы приступим к выполнению заказа.

10. Мы обсудили основные положения контракта, нам остается оговорить некоторые другие условия сотрудничества.

1. ***Comonga diálogos para las situaciones siguientes:***

Las negociaciones sobre los precios.

Las negociaciones sobre los plazos de entrega.

1. ***Lea el texto y apunte para cada tipo de contrato una frase que exprese su objeto:***

**Contratos**

*El contrato de compraventa* es un contrato que tiene por obje­tivo la transmisión del dominio de las cosas. Es el principal contrato de la vida económica empresarial. No exige ningún requisito espe­cial de forma. El contenido del contrato puede estructurarse siguiendo las distintas obligaciones de las partes, que son el vendedor y el comprador.

*Contratos de intermediación* comercial, también llamados de colaboración, se configuran como mandato mercantil. Lo esencial en ellos es la existencia de un mandato por el que una persona, el mandatario, desarrolla una actividad representando los intereses de otra, el mandante. Del tronco común de la intermediación han surgido otros contratos de colaboración: de represen­tación, agencia, comisión, mediación, etc.

*Contrato de distribución* es un contrato por virtud del cual una empresa (fabricante) se compromete a vender en exclusiva sus pro­ductos a otra empresa (distribuidor) para su reventa en un determi­nado territorio. Estos contratos pueden ser con exclusividad o no. Así, serán con exclusividad cuando una empresa se obligue a no entregar sus productos para su reventa en un territorio determinado más que a otra empresa, o cuando una empresa se obligue a no com­prar sus productos más que a otra empresa determinada con fines de reventa, o cuando ambas obligaciones sean recíprocas.

*El contrato de transferencia de tecnología* es un contrato por el cual una persona física o jurídica (transferente o licenciante) pro­porciona a otra (adquirente o licenciado) acceso a una tecnología o *know-how,* a cambio de una remuneración. El término *saber hacer* se refiere a un secreto conocimiento técnico o comercial que propor­ciona una ventaja a quien lo utiliza en el mercado, siendo elemento esencial el hecho de ser secreto.

El contrato de arrendamiento financiero (leasing) es un contrato por el que una determinada entidad financiera (la sociedad de lea­sing o arrendador) adquiere una cosa para ceder su uso durante un cierto tiempo a una persona o entidad (arrendatario), la cual habrá de pagar a la sociedad de leasing una cantidad periódica en concep­to de arrendamiento. Transcurrida la duración pactada del contrato, el arrendatario tiene la facultad de adquirir la cosa a un precio deter­minado, denominado residual, prefijado en el contrato.

El contrato de factoring es un contrato por virtud del cual una persona, el acreedor (o cliente del factor) cede los créditos deriva­dos de su actividad comercial, a otra persona, el factor, que se encarga de gestionar su cobro, a cambio de una remuneración. Las sociedades de facturación (factoring) son una modalidad especial de las sociedades de financiación. En el contrato de factoring intervienen tres sujetos: el factor, el cliente del factor y el deudor.

El contrato de franquicia (franchising) es una forma de coope­ración comercial entre dos empresas independientes por virtud de la cual una empresa (el franquiciador) concede a una o varias empre­sas (el franquiciado), mediante precio, el derecho a usar sus marcas o signos distintivos en la venta de bienes o servicios.

**Vocabulario:**

compraventa **—** купля-продажа

transmisióndeldominio — передачаправасобственности

requisito — необходимое условие, требование

mandato — распоряжение, полномочие, доверенность

mandatario — уполномоченный, посредник

tronco — стебель, ствол

comprometersea — брать на себя обязательство

recíproco — взаимный, обоюдный

transferencia — передача, перевод, трансферт

remuneración — вознаграждение

proporcionar — предоставлять, давать

arrendamiento — аренда

ceder — уступать, передавать, отдавать

enconceptode — в качестве чего-либо, в порядке чего-либо

facultad — *зд.* право

residual — остаточный

porvirtudde — в силу чего-либо, в следствие чего-либо

derivado — производный, вытекающий

encargarsede — брать на себя, возложить на себя

modalidad — тип, разновидность

intervenir — *зд.* участвовать

signo distintivo — отличительный знак

1. ***Busque en el texto los equivalentes españoles:***

иметь целью, договор купли-продажи, передача права собственности, требования к оформлению, представлять интересы, общий ствол, брать на себя обязательства по продаже, в силу которого, для последующей продажи в определенной зоне, контракт с эксклюзивным правом, взаимные обязательства, предоставлять доступ к…, за вознаграждение, фактор секретности, передать для использования, арендодатель, иметь право приобретения, остаточная стоимость, заранее установленный, осуществлять взимание оплаты, право использовать марку или отличительные знаки, продажа товаров и услуг

1. ***Según la información del texto, elija si las siguientes afirmaciones son falsas o verdaderas:***

1. Lo esencial en el contrato de compraventa es la existencia de un mandato.

2. El contenido del contrato de distribución puede estructurarse siguiendo las distintas obligaciones de las partes.

3. El término *leasing* se refiere a un secreto conocimiento técnico o comercial que propor­ciona una ventaja a quien lo utiliza en el mercado.

4. El franquiciado debe pagar a la sociedad de leasing una cantidad periódica en concep­to de arrendamiento.

5. Transcurrida la duración pactada del contrato, el arrendatario tiene la facultad de adquirir la cosa a un precio deter­minado, denominado residual.

6. En el contrato de factoring intervienen dos sujetos: el vendedor y el comprador.

7. El franquiciado concede a una o varias empre­sas el derecho a usar sus marcas o signos distintivos en la venta de bienes o servicios.

1. ***Diga de qué tipo de contrato se trata en las frases siguientes:***

1. El acreedorcede los créditos deriva­dos de su actividad comercial, a otra persona o entidadque se encarga de gestionar su cobro, a cambio de una remuneración.

2. No exige ningún requisito espe­cial de forma.

3. Se pro­porciona al licenciado el acceso a una tecnología o *saber hacer,* a cambio de una remuneración.

4. Se concede a una o varias empre­sas el derecho a usar sus marcas o signos distintivos en la venta de bienes o servicios.

5. Una empresa se compromete a vender en exclusiva sus pro­ductos a otra empresa para su reventa en un determi­nado territorio.

6. El mandatario, desarrolla una actividad representando los intereses del mandante.

7. Una determinada entidad financiera adquiere una cosa para ceder su uso durante un cierto tiempo a una persona o entidad, la cual pagará una cantidad periódica en concep­to de arrendamiento.

8. Es un contrato que tiene por obje­tivo la transmisión del dominio de las cosa

1. ***Conteste a las preguntas:***

1. ¿Сuál es el objetivo de un contrato de compraventa?

2. ¿Qué es lo esencial en los contratos de intermediación?

3. ¿Cuál es la función del distribuidor?

4. ¿A qué se refiere el término *saber hacer*?

5. ¿Qué se cede en un contrato de leasing (de factoring, franquicia)?

6. ¿Qué tres sujetos intervienen en los contratos de factoring?

7. ¿Qué tipo de contrato no exige ningún requisito espe­cial de forma?

1. ***Explique las funciones de los sujtos que intervienen en los contratos:***

vendedor — comprador, mandatario — mandante, distribuidor, licenciante — licenciado, arrendador — arrendatario, factor, franquiciador — franquiciado

1. ***Caracterice cada tipo de contrato.***
2. ***Componga las frases con las expresiones siguientes, consulte el iccionario si es necesario:***

confeccionar el texto del contrato, el condicionado contractual, concertar (concluir) un contrato, estipular en el contrato, pactar los precios, un contrato por el valor de …, plazo de vigencia del contrato, hacer modificaciones conforme a las observaciones, prorrogar el contrato, pasar el contrato por el registro, entrar en vigor, las partes contractuales

1. ***Haga la traducción utilizando las expresiones dadas a continuación:***

en adelante denominado, establecer las cláusulas del presente contrato, realizar por carretera, pactar cantidad y el surtido, el valor total, en condiciones franco transportista, pagos derivados del presente contrato, garantizar la conformidad de la calidad con..., en el momento en que lo firman las partes

1. Предприятие Кадекс, в дальнейшем именуемое «продавец», с одной стороны, и фирма Термикс, в дальнейшем именуемое «покупатель», с другой стороны, заключили настоящий контракт о нижеследующем.
2. Поставки товара осуществляются автомобильным транспортом.
3. Количество, качество, ассортимент и даты поставок товара определяются сторонами.
4. Общая сумма контракта составляет 500 тысяч евро.
5. Поставки осуществляются партиями по соглашению сторон на условиях франко-перевозчик Севилья.
6. Расчеты с продавцом осуществляются в форме аккредитива. Все платежи по контракту производятся в евро.
7. Продавец гарантирует соответствие товара сертификату качества.
8. Контракт становится действительным и входит в полную силу с момента его подписания.
9. ***Lea el texto del contrato y diga cómo se llaman sus cláusulas principales. Apunte las expresiones clave para cada cláusula empezando del preámbulo.***

***MODELO DE UN CONTRATO DE COMPRAVENTA***

***INTERNACIONAL***

Conste por el presente documento, el contrato de COMPRAVENTA INTERNACIONAL que celebran de

una parte ....................................................., con RUC N° ..................................., inscrita en los

Registros Públicos de ............................., Ficha N° ..................................., debidamente representada

por su ........................................, señor ........................................., identificado con Libreta Electoral N°

............................, a quien en adelante se le denominará EL VENDEDOR; y de la otra parte, la empresa

..............................................................., con domicilio en ........................................................,

debidamente representada por su ............................., señor .................................................., identificado

con .............................., en adelante EL COMPRADOR, en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERA: Objeto del contrato

Mediante el presente documento, las partes convienen en celebrar una compraventa internacional de

mercaderías, las cuales deberán cumplir con las condiciones siguientes:

MERCANCÍA

CANTIDAD

CALIDAD

ESPECIFICACIONES

(de no haber espacio suficiente, se hará eso de Anexos que formarán parte del contrato).

SEGUNDA: Precio

El precio de la mercadería descrita en la cláusula anterior asciende a la suma de .......................(señalar

el monto y la moneda pactada).

TERCERA: Condiciones de entrega

Las partes acuerdan que la venta pactada a través del presente contrato se hará en términos

.....................(señalar el término de entrega pactado de acuerdo a los INCOTERMS, versión 2000).

CUARTA: Tiempo de entrega

Las partes convienen en que la entrega de la mercadería objeto del presente contrato se realizará

...............................(especificar fecha o período de entrega –fecha de embarque en el caso que resulte

aplicable), fecha en la cual EL VENDEDOR deberá cumplir con esta obligación.

QUINTA: Forma de entrega

EL VENDEDOR se obliga a hacer entrega de la mercadería objeto del presente contrato en el tiempo y

lugar señalado en el mismo y cumpliendo con las especificaciones siguientes: .......................(señalar la

forma de embalaje y la expedición de la mercadería).

La forma de transporte a utilizar será bajo la modalidad de (indicar si se trata de transporte marítimo,

aéreo, terrestre o multimodal y la empresa transportista encargada).

SEXTA: Inspección de los Bienes

Las partes convienen en que la inspección de la mercadería será realizada ...............................(señalar

si antes o después del embarque y el lugar de inspección).

SEPTIMA: Condiciones de pago

EL COMPRADOR se obliga al cumplimiento del pago del precio estipulado en la cláusula segunda bajo

la modalidad de (señalar la modalidad convenida: pago a través de una cuenta bancaria abierta a favor

de EL VENDEDOR, pago a través de una Advance Account, Crédito Documentario).

FORMA DE PAGO

PLAZO DE PAGO

MEDIO DE PAGO

GASTOS BANCARIOS

CONDICIONES ESPECIALES

OCTAVA: Documentos

EL VENDEDOR deberá cumplir con la presentación de los siguientes documentos: (se hará referencia a

los documentos a ser remitidos por EL VENDEDOR de acuerdo a las condiciones de entrega que hayan sido pactadas; los cuales pueden diferir en relación a los que sean solicitados si la forma de pago es

una Carta de Crédito).

NOVENA: Resolución del Contrato Las partes podrán resolver el presente contrato si se produce el

incumplimiento de alguna de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

DECIMA: Responsabilidad en la Demora

(solo en caso de que se haya modificado el tiempo de entrega estipulado en el contrato. Se hará

referencia al porcentaje a pagar sobre el precio de la mercadería en función al tiempo transcurrido y por

los posibles daños que haya sufrido la mercadería).

DECIMO PRIMERA: Ley Aplicable

Las partes acuerdan que la ley para las obligaciones estipuladas en el presente contrato será la de

.......................................... (señalar el país de la ley aplicable o, de ser el caso, la Convención de las

Naciones Unidas sobre Compraventa Internacional).

DECIMO SEGUNDA: Solución de Controversias

Para los efectos del presente contrato, las partes contratantes señalan como sus domicilios los

mencionados en la parte introductoria de este documento, sometiéndose ambas partes al arbitraje del

Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional de Lima, a cuyas normas y procedimiento

se someten de manera voluntaria.

Firmado por duplicado, a los ................................................ del mes de ............. de ................ en la

ciudad de Lima.

................................................... ................................................

EL VENDEDOR EL COMPRADOR

1. ***Lea la carta de pedido y tradúzcala prestando atención a las expresiones en cursiva:***

Arturo Pinar

c/Soria,44

21003 Vigo

Jorge Ramos

c/Mayor,35

43023 Oviedo 28 de agosto de 2012

Tenemos a bien *pasarles pedido en firme* de las pinturas que *a continuación se detallan*:

CANTIDAD COLOR PRECIO

2500 latas negro 12500

2000 latas blanco 10000

… … …

*El envío* se hará por transportes “La Rápida”, *con cargo a mi cuenta*.

*El plazo de entrega*: 4-5 semanas después del *acuse de recibo del pedido*.

*La forma de pago*, como siempre, *con una letra a 90 días*.

Quedamos a la espera de sus noticias y les saludamos atentamente.

Administrador

1. ***Redacte una carta de pedido a base de los datos siguientes:***

300 коробок оливкового масла

Срок поставки — 2 недели

Форма оплаты — вексель к оплате в течение 30 дней

Транспорт — железная дорога (за счет поставщика)

Заказчик: Supermercados Día, c/Sol,16 SEVILLA

Адресат: Aceitera El Olivar, Polígono San Telmo, apartado 3654, JAEN

**Unidad V. ASESORAMIENTO FINANCIERO. MEDIOS DE PAGO**

1. ***Lea el diálogo y tradúzcalo:***

* *Cliente: …*También quisiera saber más información sobre los medios de pago internacionales.
* *Asesor:* Mire, técnicamente podemos decir que existen los medios de pago simples y documentarios.
* ¿Y hay mucha diferencia entre ellos?
* Bueno, los primeros no necesitan la compañía de los documentos, el pago se efectúa antes de recibir la mercancía o después.
* Uno de ellos es el cheque personal, ¿es cierto?
* Sí, pero no se olvide del cheque bancario, la orden de pago simple o la remesa simple.
* ¿Y cuándo debo elegir el pago simple frente al documentario?
* Es muy sencillo. Los medios simples se usan cuando la confianza que tenga Ud. en su cliente sea máxima, porque Ud. tiene que pagar sin haber recibido la mercancía o cobrar después de expidir los productos.
* ¿Es verdad que el cheque personal lo libra el cliente contra su cuenta corriente y el cheque bancario lo libra el banco contra la misma?
* No, no es cierto. El banco lo libra contra sus propios fondos garantizando su solvencia y autenticidad.
* Vale, vale, pero al final no te lo da el banco si no eres su cliente fiable. ¿Y la orden de pago simple?
* Es el medio de pago internacional más rápido y sencillo. Se trata de una petición que cursa el ordenante a su banco para que pague a un tercero una cantidad de dinero. El beneficiario sólo tiene que acreditar su identidad.
* ¿Y si el ordenante no da la orden?
* Es uno de los riesgos que tiene.
* ¿Y qué riesgos tiene una remesa simple?
* Es otro instrumento de cobro inseguro puesto que un exportador remite a un comprador varios efectos para qué los pague o acepte. Si no tenemos plena confianza en el cliente pueden pasar dos cosas: una es que reciba el efecto y no lo pague y la otra es que lo acepte y tampoco lo abone. *…*

1. ***Dé equivalentes a las expresiones siguientes:***

medios de pago, простыеидокументарные, necesitar la compañía de los documentos, cheque personal, вексельныйперевод, la orden de pago, максимальноедовериекклиенту, sin haber recibido la mercancía, выдаватьпротивсвоеготекущегосчета, librar contra sus propios fondos, гарантироватьплатежеспособностьиподлинность, cliente fiable, даватьприказбанку, ordenante, получатель, посылатьплатежно-расчетныедокументы, acreditar su identidad, акцептоватьинеоплатить

1. ***Сonstruya las frases según el modelo:***

***Мodelo:*** *El librado ha pagado el importe de la letra. – Lo dudo (no llegar todavía la fecha de vencimiento).*

*Dudo que el librador haya pagado el importe de la letra. Es que no ha llegado todavía la fecha de vencimiento.*

1. El banco no le ha dado un cheque bancario. – Lo siento (ser un cliente fiable). 2. El exportador ha expedido ya las mercancías – No estamos seguros (no recibir él la notificación del banco). 3. El comprador ha pagado el efecto. – Me extraña (no querer ni aceptarlo). 4. El librador ha formulado un protesto. – No es cierto (no hacer el deudor la denuncia del impago). 5. El tomador ha reclamado el pago mediante una cuenta de resaca. – No lo creo (no formular el librador su protesto todavía). 6. En el documento no han indicado algunos requisitos. – Es posible (no comunicarles el nombre exacto del tomador).

1. ***Сomponga un diálogo entre el asesor y su cliente utilizando la información siguiente:***

Letra de cambio

En los intercambios sencillos se usan instrumentos que permiten el pago diferido de los productos. Uno de ellos es letra de cambio. Es un documento mediante el cual una persona, el librador, ordena a otra, el librado, que pague una cantidad fija a la orden de un tercero, tomador o tenedor, en una fecha y lugar determinados. El librador o acreedor puede coincidir con el tomador si el primero gira la letra contra sí mismo. Los requisitos que constan en una letra de cambio son: lugar y fecha en que se gira, fecha de vencimiento, lugar de pago, nombre del tomador y del librado, cantidad a pagar, firma del librador. La letra de cambio puede endosarse y negociarse (por el descuento). Si el librado no paga, al librador no le queda más remedio que formular un protesto. Una vez que la letra está protestada el tenedor reclama el pago mediante un documento llamado cuenta de resaca que contiene las cantidades adeudadas (nominal de la letra, gastos de protesto y recambio).

***Traduzcaalespañol:***

1. Простые средства платежа не требуют отсылки сопроводительных товарных документов.

2. Простые средства платежа используются при максимальном доверии к клиенту.

3. Банковский чек выдает банк против своих фондов, гарантируя его оплату и подлинность.

4. Приказодатель дает своему банку приказ оплатить третьему лицу определенную сумму денег.

5. Покупатель получает платежно-расчетный документ, но не оплачивает его и даже не акцептует.

6. Вексель является одним из инструментов отложенного платежа.

7. Векселедатель дает распоряжение плательщику (должнику) оплатить указанную сумму денег по приказу векселедержателя.

8. Если должник не платит, векселедателю не остается ничего другого, как опротестовать вексель.

9. После опротестования векселя векселедержатель требует оплаты посредством выставления обратного векселя.

10. Этот документ включает номинальную стоимость векселя и расходы по его опротестованию.

***6. Lea el texto y apunte las expresiones clave:***

**Medios de pago documentarios**

En el comercio internacional se suelen utilizar los siguientes medios de pago documentarios: orden de pago documentaria, remesa documentaria, crédito documentario.

El crédito documentario es el medio de pago más utilizado porque ofrece un mayor nivel de seguridad en las ventas internacionales, asegurando al exportador el cobro de su operación.

El crédito documentario es una orden que el importador da a su banco para que proceda al pago de la operación en el momento en que el banco del exportador le presente la documentación acreditativa de que la mercancía ha sido enviada de la manera convenida.

El banco del importador va a pagar si la documentación está en regla, con independencia de que en ese momento el importador tenga saldo o no. Es decir, el banco del importador garantiza la operación.

Esta documentación se ha acordado previamente entre exportador e importador, y puede consistir en: factura; certificado de origen; certificado sanitario; documento de transporte acreditativo de que la mercancía ha sido enviada; despacho de aduana acreditativo de que la mercancía ha salido del país de origen; póliza de seguro, etc.

La documentación debe ser muy precisa. Debe incluir todos los documentos que se han especificado en el crédito documentario y no puede haber ningún tipo de error, ni de fondo ni de forma. Cualquier fallo en este sentido puede llevar al banco emisor a no proceder al pago, a la espera de que los errores sean subsanados.

El procedimiento es siguiente:

El importador instruye a su banco para aperturar un crédito documentario y se lo comunica al exportador, indicándole la documentación que debe remitir.

Acto seguido, el exportador procede al envío de la mercancía al lugar convenido y, paralelamente, a través de su banco, remite al banco del importador la documentación acreditativa de que la mercancía ha sido enviada en las condiciones acordadas. El banco del importador recibe esta documentacion, comprueba que está todo en regla y procede al pago.

Hay difrentes tipos de créditos documentarios:

1. Revocable o irrevocable. Revocable: es aquél que después de su apertura y antes de haber procedido al pago, el importador puede anularlo en cualquier momento a su libre voluntad, por lo que la seguridad que ofrece es muy reducida. Irrevocable: es aquél que una vez abierto ya no se puede cancelar, lo que garantiza al exportador que si la documentación presentada es correcta, va a cobrar su venta.

2. Confirmado: en este caso un tercer banco (normalmente un banco internacional de primera fila) garantiza el cumplimiento del pago en el supuesto de que el banco del importador no lo hiciera.

3. A la vista o a plazo. A la vista: el pago de la operación es al contado, por lo que en el momento de presentar la documentación el banco del importador procede al pago. A plazo: el pago de la operación es aplazado, por lo que una vez entregada la documentación hay que esperar al transcurso del plazo acordado para recibir el importe de la venta.

Por último, hay que indicar que este medio de pago es el único que cuenta con una legislación internacional que lo regula y es vinculativa para las partes.

**Vocabulario:**

orden de pago — платежноепоручение

remesadocumentaria — документарное инкассо

acreditar — гарантировать

acreditativo — удостоверяющий, свидетельствующий

convenido — согласованный, договорный

estarenregla — быть в порядке

tenersaldo — иметь средства (на счете)

acordarpreviamente — предварительно согласовать

certificadodeorigen — сертификат происхождения

despachodeaduana — таможенная «очистка»

pólizadeseguro — страховойполис

preciso — точный

subsanarloserrores — исправлять, устранять ошибки

procedimiento — порядок осуществления (операции)

instruir — *зд.* давать указания, инструктировать

remitir — отправлять, посылать

comprobar — проверять

(ir)revocable — (без)отзывный

alibrevoluntad — по своему усмотрению

cancelar — *зд.* объявлять недействительным, отменять

alavista — с оплатой по предъявлении

alcontado — наличными

aplazo — на срок, с отсроченным платежом

transcurso — течение, ход (времени)

importe — сумма, стоимость, итог

vinculativo — обязательный, имеющийобязательнуюсилу

***7. Busque los equivalentes españoles en el texto:***

платежное поручение, документарное инкассо, подтвержденный безотзывный аккредитив, давать приказ банку, удостоверяющий отправку товара, независимо от …, банк импортера гарантирует операцию, страна происхождения, не должно быть ошибок в содержании и оформлении, исправлять ошибки, отправить документы, приступить к осуществлению платежа, отзывать по своему усмотрению, оплата наличными, отсрочить оплату, обязательный для сторон

1. ***Según la información del texto, elija si las siguientes afirmaciones son falsas o verdaderas:***

1. El crédito documentario ofrece el mayor nivel de seguridad.

2. El crédito documentario es una orden que da el exportador a su banco para que proceda al cobro de la operación.

3. El banco del importador garantiza el pago.

4. En la documentación no puede haber ningún tipo de error.

5. El exportador envía la mercancía y la documentación al banco del importador para que proceda al pago.

6. El crédito documentario revocable garantiza al exportador que va a cobrar su venta.

7. El crédito documentario es el único medio de pago que cuenta con la legislación internacional pero no es vinculativa.

***9. Complete las frases:***

1. En el comercio internacional se suelen utilizar … .
2. El crédito documentario es el medio de pago más utilizado porque … .
3. Es una orden que el importador da a su banco para que proceda al pago de la operación en el momento en que … .
4. … va a pagar si la documentación está en regla, con independencia de que en ese momento el importador tenga saldo o no.
5. En la documentación no puede haber ningún tipo de … .
6. El importador instruye a su banco para aperturar un crédito documentario y … .
7. … es aquél que una vez abierto ya no se puede cancelar.
8. En este caso un tercer banco garantiza el cumplimiento del pago en el supuesto de que … .
9. El pago de la operación es aplazado, por lo que una vez entregada la documentación hay que esperar … .

***10. Conteste a las preguntas:***

1. ¿Qué medios de pago documentarios se utilizan en el comercio internacional? ¿En qué se diferencian de los simples?
2. ¿Quién inicia la apertura de un crédito documentario?
3. ¿Qué documentos acreditativos debe presentar el exportador al banco del importador?
4. ¿Cómo debe ser la documentación?
5. ¿Qué debe hacer el exportador paralelamente al envío de la mercancía?
6. ¿Qué tipo de crédito documentario es el más seguro para el exportador?
7. ¿En qué momento se realiza el pago en los créditos documentarios a la vista y a plazo?
8. ***Represente esquemáticamente la operativa de la exportación con el uso de un crédito documentario y explíquesela a su compañero.***

***12. Explique el significado de las frases en cursiva y utilícelas para completar el texto siguiente:***

exportador, importador, letra de cambio, vencimiento, aceptar el efecto, venta al contado, aduana, gasto incurrido

Remesa documentaria

El exportador envía la mercancia al importador, no así la documentación necesaria para poder retirarla de la … o del depósito del transportista. Paralelamente envía a través de su banco al banco del importador los documentos acreditativos de la propiedad de la mercancia, junto a un documento financiero: … o pagaré. El banco del importador presenta el documento financiero a su cliente para que proceda a su pago ( … ) o a su aceptación (venta con pago aplazado). En el momento en que el importador paga o … , recibe la documentación para poder retirar la mercancía.

Este medio de pago tiene sus riesgos. En caso de que el … no pague ni acepte, el … se quedaría con la mecancía situada en el puerto o aduana de destino, con el consiguiente … y riesgo de deterioro. También puede suceder que el importador acepte la letra de cambio, pero que llegado el momento de su … no proceda a su pago.

***13. Compare los procedimientos en el caso de un crédito documentario y una remesa simple.***

***14. Prepare un informe sobre los medios de pago que se utilizan hoy día en el comercio internacional.***

***15. Para un empresario es importante saber comunicarse con las entidades financieras en el proceso del desarrollo de su actividad económica. Lea la carta de relación con la banca y tradúzcala.***

Tauller y Cía

c/Mayor, 32

72032, Soria

BANCO CASTELLANO 20 de mayo de 2011

Señores:

Les rogamos que abonen con cargo a nuestra cuenta corriente núm.7000076432 los seguros sociales correspondientes a los meses de abril y mayo del año en curso, que les adjuntamos.

Les agradecemos de antemano y les saludamos atentamente.

Dep. de Contabilidad

Anexo: seguros sociales

***16. Traduzca al español:***

А) Ув. господа!

Просим произвести оплату с нашего текущего счета № … счет-фактур №65,67 общей суммой 16000 евро. Благодарим за сотрудничество.

С уважением …

Б) Ув. господа!

Просим перевести с нашего текущего счета 10 000 евро в качестве оплаты по векселю, выставленному нам компанией Тирс, т.к. в пятницу истекает срок его погашения. Заранееблагодарим.

Суважением…

**Unidad VI. TEXTOS COMPLEMENTARIOS. COMERCIO EXTERIOR**

**El comercio exterior**

Cada país fabrica sus propios bienes y servicios, pero también escasea de algunos insumos y activos (humanos, naturales, financieros e industriales). Precisamente el intercambio que existe entre dos naciones al exportar (vender), e importar (comprar) sus productos es lo que llamamos "comercio exterior". Ni los países más ricos son autosuficientes por sí mismos, por ende, la idea es que cada uno de ellos pueda ofrecerle al otro lo que no posee o aquello de lo que carece, y viceversa, generando a su vez el bienestar y supervivencia de la población.

La comercialización entre los países se logra promoviendo acuerdos de cooperación entre las partes, llevando a cabo reuniones frecuentes entre los diplomáticos de las regiones, intercambiando conocimientos mutuos. Las empresas de cada país deben impulsar las relaciones comerciales y suscribir proyectos enmarcados en el bien de la comunidad.

¿Cómo comerciar exitosamente?

Existen naciones que, por razones políticas e ideológicas, tienen paralizadas sus actividades comerciales. Sin embargo, la clave está en que ambos países sean capaces de aceptar sus diferencias, para comenzar a trabajar en pro de la integración de sus economías.

Existen diferentes áreas en las que cada país puede complementarse con el otro, de acuerdo a sus condiciones climatológicas, la idea es saber cómo lograr esa integración. Las normativas legales garantizan la protección de las inversiones, sin embargo, ese esquema de integración está dormido entre algunas regiones. Es necesario que cada país genere sus propios incentivos para contribuir a la formación del recurso humano, investigación científica y tecnológica, seguridad, salud, educación y alimentación, entre otros.

A través del comercio exterior, se puede lograr el mejoramiento de la competitividad, promover las cadenas productivas, fortalecer la pequeña y mediana industria, desarrollar actividades relacionadas con la conservación, defensa y protección ambiental. Todo esto genera bienestar y calidad de vida. Es necesario dejar a un lado las diferencias y retomar las inversiones, las oportunidades que ambos países tienen para brindar son variadas, principalmente en el sector agrícola, tecnológico, energético, infraestructura, telecomunicaciones y servicios. La idea es aprovechar esas cualidades.

**La balanza de pagos**

La balanza de pagos es una cuenta que registra todas las transacciones monetarias entre un país y el resto del mundo. Estas transacciones pueden incluir pagos por las exportaciones e importaciones del país de bienes, servicios, capital financiero y transferencias financieras.

La cuenta de balanza de pagos resume las transacciones internacionales para un período específico, normalmente un año, y se prepara en una sola divisa, típicamente la divisa doméstica del país concernido. Las fuentes de fondos para un país, como las exportaciones o los ingresos por préstamos e inversiones, se registran en datos positivos. La utilización de fondos, como las importaciones o la inversión en países extranjeros, se registran como datos negativos.

Cuando todos los componentes de la balanza de pagos se incluyen, el total debe sumar cero, sin posibilidad de que existe un superávit o déficit. Por ejemplo, si un país está importando más de lo que exporta, su balanza comercial estará en déficit, pero la falta de fondos en esta cuenta será contrarrestada por otras vías, como los fondos obtenidos a través de la inversión extranjera, la disminución de las reservas del banco central o la obtención de préstamos de otros países.

Si bien la cuenta de la balanza de pagos general siempre tiene que estar en equilibrio cuando todos los tipos de pagos son incluidos, es posible que existan desequilibrios. Un desequilibrio en la última suma puede resultar en un país superavitario que acumule riqueza, mientras que una nación dificitaria puede devenir progresivamente endeudada. El término "balance de pagos" a menudo se refiere a esta suma: se dice que el balance de pagos de un país está en superávit (equivalentemente, la balanza de pagos es positiva) por un determinado importe si las fuentes de fondos (como las exportaciones de bienes y bonos vendidos) exceden el uso de esos fondos (como el pago por bienes importados y el pago por la compra de bonos extranjeros) por ese importe. Se dice que hay un déficit de balanza de pagos (la balanza de pagos es negativa) si ocurre el fenómeno inverso.

**Una gran empresa**

Como compañía líder de Servicios Globales de Seguridad en España y tercera a nivel mundial, en Prosegur apuestan por una cultura empresarial en la que priman la proximidad con el cliente y la capacidad de ofrecer servicios globales. Su presencia en 13 países repartidos entre Latinoamérica y Europa le permite tener una perspectiva global del mundo de la seguridad. En continuo proceso de innovación tecnológica desde hace más de 30 años, ha venido evolucionando y ampliando de forma notable sus servicios para conseguir proporcionar a sus clientes los máximos estándares de calidad.

El funcionamiento de Prosegur se basa en el reconocimiento y la notoriedad de su marca en el firme compromiso que asumen en la relación con sus clientes, empleados y con la sociedad en general. Lo importante son las personas, el capital humano. Cuenta con los mejores profesionales, no sólo por su preparación sino por su espíritu de equipo.

La eficiencia sólo se logra a través de una decidida inversión en innovación. Cada uno de los sistemas de seguridad que diseñan y desarrollan es probado previamente en alguna de las 600 sedes en todo el mundo. De esta manera se logra el máximo rendimiento y eficacia antes de su lanzamiento al mercado.

La estrategia en Prosegur se basa en tres elementos diferenciadores que le han permitido situarse como el referente a nivel nacional y un actor destacado a nivel internacional: cercanía con el cliente, innovación constante y máxima calidad.

En Prosegur se mantiene un diálogo constante con el cliente, basado en una comunicación fluida y transparente. El gestor de cuentas, interlocutor único con el cliente, atiende en todo momento las necesidades que le puedan surgir. Para ello, trabaja siempre en coordinación con un equipo multidisciplinar y especializado en su sector, capaz de darle la respuesta que necesita.

Para Prosegur la excelencia no es un reto, es un hecho. Está al alcance de los clientes gracias a un continuo proceso de mejora de todos los recursos posibles.

**La organización de la empresa**

Las empresas se organizan repartiendo las responsabilida­des y la autoridad entre las personas. El organigrama adecuado para una empresa depende de su tamaño y de las características de su negocio. Pero, ¿cuál es la organización más habitual en una empresa pequeña, una empresa mediana, una empresa grande, y un grupo multinegocio?

La manera más normal de organizarse es por funciones. Es decir, hay un gerente, del que dependen un jefe de compras y producción, un jefe de ventas, y un jefe de administración. Con eso están cubiertas las funciones básicas de una empre­sa: comprar, producir, vender y administrar.

Del jefe de compras y producción depende normalmente el personal de almacén, el personal de fábrica, y el personal del laboratorio (si lo hay). Del jefe de ventas dependen los vendedores, y los operadores de atención a clientes y recogida de pedidos. Del jefe de administración dependen los administrativos que atienden a clientes y proveedores, el o los contables, el personal dedicado a la administración y el pago de las nó­minas, y el tesorero (si lo hay).

Cuando una empresa crece, la organización se complica. Aparecen los cargos más formales de "directores", y se ma­terializan algunos departamentos independientes, por ejemplo: Ingeniería o I+D, Marketing o Recursos Humanos (RRHH). Y a veces también otros, como Logística, Sistemas de Información, o Finanzas. Pero lo normal es que la mayoría de esas nuevas áreas, si la empresa no es muy grande, se queden dentro de las direcciones funcionales. En definitiva, por ejemplo, el Director de Operaciones se queda con ingeniería (incluido laboratorio) y logística; el Director Comercial se queda con marketing y el Director Financiero se queda con sistemas de información y finanzas.

La organización de una empre­sa mediana también sirve para muchas empresas grandes. Éstas, sobre todo cuando se convierten en multinacionales, suelen adoptar una organización más compleja, en la que agrupan áreas de negocio, a veces por productos, o por mer­cados. O incluso por una combinación de ambos.

Por último, hay empresas que en realidad son más de una sola empresa; son un grupo de empresas (un grupo multinegocio), dedicadas a diver­sos negocios. En esos casos, la organización es todavía más complicada.

Es normal que haya grupos que dejan sus empresas en casi absoluta independencia, y ponen al frente a un director ge­neral que se espabila solo; y que haya grupos que centralizan algunos servicios, como la administración y las finanzas, o a veces los sistemas de información, e incluso las compras de servicios y materiales de oficina, por ejemplo.

Como ejemplo de grupos de esas características se puede ci­tar a General Electric, que fabrica motores de avión, scaners para exploraciones médicas, o está en el negocio de la fabricación de plásticos o en el de la financiación al consu­mo. Pero también son grupos multinegocio muchos grandes grupos españoles. Aguas de Barcelona, por ejemplo, esta­ba hasta ahora metida en el negocio del servicio de agua, pero también en la salud (con Adeslas) o la certificación (con Applus). Y los grandes grupos constructores españoles, como ACS, Ferrovial, Acciona o FCC, hacen muchas más cosas además de dedicarse a la construcción.

**Modelo de negocio de El Corte Inglés**

El modelo de negocio de El Corte Inglés, al igual que el de Galerías Preciados en su momento, surge de trasplantar el modelo de gran almacén por departamentos americano al mercado español en una época en la que España surge del aislamiento comercial y de la autarquía económica.

Así su modelo de negocio se configura como la tienda dónde se puede comprar todo, de ahí su lema “La tienda de todas tus compras”, ofreciendo una gran variedad de artículos con todas las calidades disponibles para abarcar a todo tipo de usuarios, una cierta especialización al dividirse en departamentos, un servicio de valor añadido alrededor de la compra (Servicio a domicilio, listas de bodas y compras, sastrería y arreglos incluidos en el precio, etc.), y la garantía de calidad y satisfacción del cliente mediante la devolución del precio pagado: Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero.

En el documento de Responsabilidad Social Empresarial se señala que los cinco pilares de compromiso con el cliente son: Calidad, Servicio, Surtido, Especialización, Garantía.

Estos cinco pilares han producido una fidelización importante de sus clientes y en 2008 sus centros recibieron más de 600 millones de visitas.

Esta fidelización se ha producido a pesar de ofrecer precios superiores al resto de competidores, aunque suple este inconveniente mediante la realización de ofertas, la inducción a la demanda mediante el esfuerzo publicitario más grande que realiza cualquier empresa española, la carencia en el pago de compras y un amplio programa de financiación automática para la compra de sus artículos.

Entre lo anterior cabe destacar que la Tarjeta de Compras de El Corte Inglés sea una de las más populares en el bolsillo de los españoles, con más de 10,97 millones de tarjetas activas en 2008 y con un crecimiento constante desde su introducción en 1968. Los titulares de la tarjeta de compras se benefician de una carencia automática de un mes en el pago de la liquidación mensual y la posibilidad de aplazar sin intereses los pagos a tres meses, o con bajos intereses hasta 36 meses. Además se benefician de al menos dos horas gratis en aquellos aparcamientos de pago de los centros y con la tarjeta se permite comprar cualquier producto que se venda en los centros pertenecientes al grupo El Corte Inglés inclusive productos estancados como Tabacos. Desde 2006 la tarjeta también permite el pago de compras en las estaciones de servicio del grupo Repsol.

No obstante, el factor precio comienza a resultar importante para el cliente, sobre todo en lo referente a la compra de alimentación con una fuerte competencia. Para evitar que esto suponga un problema y cambiar la percepción de los clientes El Corte Inglés ha lanzado una marca blanca de cesta básica, Aliada, y ha iniciado una campaña de publicidad para intentar cambiar esta percepción sobre sus marcas.

Su plantilla se componía en 2008 de 97.389 empleados de los cuales el 63% son mujeres. El 90% de la plantilla tiene contrato indefinido y su media de edad se encuentra cercana a los 38 años. La relación tradicional de El Corte Inglés con sus trabajadores ha sido paternalista, con un claro empuje para implicar al trabajador en los resultados de la compañía obteniendo a cambio formación, promoción y carrera profesional, descuento de hasta un 15% en las compras que realicen en el grupo y mejoras en financiaciones a más largo plazo, seguro de vida colectivo, acceso a formación superior a través del Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces y ayudas de estudios a hijos de empleados y a familiares de estos con discapacidad. Igualmente también la empresa promueve una asociación para la realización de actividades deportivas, recreativas y culturales de los empleados y sus familiares. Los empleados participan en el resultado del negocio mediante comisiones de ventas o incentivos sobre objetivos dependiendo del formato de tienda dónde se encuentren y de su responsabilidad.

**Incoterms**

Los Incoterms son una serie de términos estandarizados que se utilizan en los contratos de compra-venta internacional y que sirven para determinar cual de las partes (exportador o importador): a. Tiene que pagar el transporte de la mercancía. b. Tiene que pagar el seguro que cubre los posibles daños y deterioros que sufra la mercancía durante el transporte. c. Corre con otro tipo de gastos (aduaneros, portuarios, etc.). d. Establece en qué lugar el exportador ha de poner la mercancía a disposición del importador. Etc.

Se trata de una normativa creada en el marco de la Cámara de Comercio Internacional y cuya validez es internacionalmente reconocida.

Existen 13 Incoterms: en cada contrato de compra/venta internacional se especificará cual de ellos se aplica, en función de lo acordado entre exportador e importador.

La lista de Incoterms:

EXW (Ex-works; En Fábrica): el exportador deberá entregar la mercancía en su fábrica. A partir de ese momento todos los gastos (transporte, seguro, aduaneros, etc.), así como los riesgos de deterioro o pérdida de la mercancía, serán por cuenta del importador.

FCA (Free-carrier; Franco transportista): el exportador debe entregar la mercancía al transportista contratado en el lugar convenido (un puerto determinado, en los depósitos del transportista, etc.) con los trámites aduaneros de salida del país ya cumplimentados. Hasta dicho momento todos los gastos y riesgos son por cuenta del exportador y a partir de dicha entrega, del importador.

FAS (Free alongside ship; Franco al costado del buque): el exportador debe entregar la mercancía situándola al lado del buque y con los trámites aduaneros de salida del país ya cumplimentados. El coste y el riesgo de embarcarla y todos los que se originen a partir de ese momento serán por cuenta del importador. Este incoterm sólo se utiliza cuando el transporte es marítimo.

FOB (Free on board; Franco a bordo): en este caso el exportador entrega la mercancía una vez que ya está embarcada y con los trámites aduaneros de exportación cumplimentados. Se diferencia del anterior en que los gastos y riesgos del embarque son por cuenta del exportador.

CFR (Cost and freight; Coste y flete): el exportador entrega la mercancía en el puerto de destino convenido, pero en este caso no sólo tiene que embarcar la mercancía, sino que también corre con el gasto de la travesía hasta el puerto de destino. Sin embargo, el seguro del transporte es por cuenta del importador. Este incoterm se utiliza únicamente cuando el transporte es marítimo.

CIF (Cost, insurance and freight; Coste seguro y flete). El exportador entrega la mercancía en el puerto de destino, pero a diferencia del anterior corre además con el coste del seguro del transporte. Se utiliza sólo cuando el transporte es marítimo.

CPT (Carriage paid to; Transporte pagado hasta el lugar de destino convenido): es similar al CFR pero en este caso se puede utilizar con cualquier tipo de transporte.

CIP (Carriage and insurance paid to; Transporte y seguro pagados hasta el destino): es similar a la cláusula CIF pero en este caso se puede utilizar igualmente con cualquier tipo de transporte.

DAF (Delivered at frontier; Entregado en frontera): el exportador debe entregar la mercancía en el punto fronterizo acordado, corriendo hasta ese momento con todos los gastos.

DES (Delivered ex ship; Entregado sobre buque): el exportador entrega la mercancía sobre el buque, una vez que éste ha llegado al puerto de destino, pero antes de ser desembarcada. Los gastos y riesgos de la descarga son por cuenta del importador.

DEQ (Delivere ex quay; Entregado en muelle con derechos pagados): el exportador corre con todos los gastos y riesgos hasta situar la mercancía en el puerto de destino y una vez cumplimentados los trámites aduaneros del país importador.

DDV (Delivered duty unpaid; Entregada derechos no pagados): el exportador debe entregar la mercancía en el punto convenido (fábrica o almacén del importador), corriendo con todos los gastos y riesgos. Unicamente quedarían por pagar los trámites de la aduana del país de destino que serán por cuenta del importador.

DDP (Delivered duty paid; Entregado derechos pagados): es igual que la anterior pero en este caso el exportador también tramita los derechos de aduana del país de destino.

**La documentación en el comercio internacional**

La documentación que se exige en una operación de compra-venta internacional suele ser muy compleja y variada, dependiendo en gran medida del tipo de producto vendido, así como de los términos pactados.

Esta documentación será remitida por el exportador al importador y es la que le va a permitir retirar la mercancía en el punto de destino.

En los créditos documentarios ésta es la documentación que el exportador remitirá, a través de su banco, al banco del importador y que si está en orden va a obligar a dicho banco a efectuar el pago.

Como documentación básica, habitual en toda operación de exportación, se puede señalar la siguiente:

1.- Factura.

Es un documento emitido por el exportador en el que se recogen los datos fundamentales de la operación, señalandose el importe de la deuda que tendrá que pagar el importador.

En la factura aparecerán, como mínimo, los siguientes datos:

* Identificación del exportador y del importador.
* Descripción de la mercancía (características, unidades, complementos, etc.).
* Importe de la venta, con desglose entre los distintos componentes de la misma.
* Forma de pago requerida.
* Fecha de envío de la mercancía, medio de transporte y lugar de destino.

2.- Documento de transporte.

Es el justificante de que el exportador ha enviado la mercancía por el medio acordado (barco, tren, avión, etc.). Este documento es el que permitirá al importador retirar la mercancía en el punto de destino.

En este documento se detalla:

* Punto de origen y de destino
* Medio de transporte utilizado
* Fecha de salida y fecha previsible de llegada
* Nombre del remitente y del destinatario
* Mercancía transportada (descripción, peso, número de bultos, etc.)

3.- Documento del seguro.

En el se describen los riesgos que cubre la póliza, determinado quién es el beneficiario en caso de indemnización.

El coste del seguro puede ser por cuenta del exportador o del importador, dependiendo de lo acordado entre las partes.

4.- Otros documentos accesorios.

Certificado de origen: es un documento emitido por las autoridades comerciales del país de origen en el que se acredita que el producto ha sido elaborado en dicho país.

Certificado sanitario: es un documento emitido por las autoridades sanitarias del país de origen en el que se certifica que la mercancía exportada se encuentra en perfecto estado sanitario, cumpliendo la normativa vigente.

Certificado de calidad: es un documeto emitido por una firma independiente de reconocido prestigio que declara que la mercancía cumple los estándares internacionales de calidad.

**El sistema fiscal de un país**

En líneas generales, los tributos se clasifican enimpuestos,tasas y contribuciones.

En el caso de los impuestos se observa que no tienen una retribución en servicios por parte delEstado, mientras que las tasas son la contraprestación por un servicio prestado; por otra parte las contribuciones son aportes de los contribuyentes a favor de instituciones públicas de carácter benéfico, de enseñanza o de apoyo a sectores poblacionales de escasos recursos. Contablemente, la provisión de estos tributos queda registrada en los asientos por naturaleza de compras, ventas, prestación de servicios, etc.

En el sistema fiscal el impuesto es la carga que recae sobre el contribuyente, para subvenir de este modo al gasto público. En los sistemas tributariosse pueden distinguir dos tipos de impuestos:

- *Impuestos directos.*Son casos cuando se gravan los ingresos de las personas y los beneficios de las sociedades.

- *Impuestos indirectos.*Se pagan sin necesidad de identificarse el contribuyente, simplemente al adquirir un producto o un servicio. Su precio de venta ya incluye este gravamen (IVA, derechos de aduana, impuestos especiales, etc.)

En España el sistema impositivo comprende los siguientes tributos:

*• Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)*es un impuesto directo que recae sobrelarenta obtenida por el sujeto pasivo. El sujeto pasivo es, a su elección, la unidad familiar o cada individuo de que se compone la familia. La base imponible está compuesta por la suma de rendimientos netos. De esta base pueden restarse algunas reducciones y así se obtiene la base liquidable. A esta base liquidable se aplica el tipo impositivo, que no es constante (es tanto mayor cuanto más alta sea la base).

*• Impuesto de Sociedades*grava las ganancias generales de la empresa (beneficiobruto menos amortizaciones) con un tipo único (el 32,5% del beneficioantes de impuestos. En el País Vasco y Navarra, que disponen de autonomía fiscal, es del 28%).

*• Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados* grava la realización de compraventas, constitución de empresas, etc., siempre que se realicen mediante escriturapública.

• *Impuestos especiales*son los que recaen sobre el consumo de alcoholes, la cerveza, los hidrocarburos y otros artículos concretos.

*• Impuesto sobre el Valor Añadido*es un impuesto indirecto que grava el consumo, entregas de bienes y prestaciones de servicios realizadas por empresarios o profesionales, así como las importaciones de bienes. Grava únicamente el valor añadido en cada fase del proceso de producción y distribución. Puede calcularse por el método de adición (cuando se suman­ los costes del producto) o por el método de sustracción o diferencia entre el precio de venta y de compra. Es un impuesto en cas­cada, inventado por un alemán en 1919 y puesto en práctica por pri­mera vez en Francia en 1954. En España la ley establece un tipo de IVA general (un 18 %) y 2 tipos reducidos (un 4 % y un 8%). El tipo reducido se aplica a los pro­ductos y servicios de consumo bá­sico (alimentación, semillas, trans­portes municipales, libros, revistas y periódicos y viviendas de protec­ción oficial). Y el resto de bienes y servicios está sometido al gravamen general.

Los impuestos también se dividen en los impuestos estatales y municipales. Los primeros se cobran por el Gobierno y se dirigen al Presupuesto del Estado y los otros sirven para hacer frente a las necesidades municipales.

**Barreras a la exportación**

El exportador, en su objetivo de vender en los mercados internacionales, se puede encontrar con una serie de obstáculos que le dificulten o incluso le impidan poder realizas sus ventas. Pueden ser de tipo fiscal, cuantitativo, técnico, medioambiental.

a) Barreras fiscales.

Comprenden todos aquellos impuestos que gravan la entrada en un país de una mercancía extranjera.

El nivel de estos impuestos puede variar enormemente de un país a otro, y dentro de un mismo país de una mercancía a otra, pudiendo suponer desde un ligero encarecimiento del producto importado hasta un aumento de precio de tal magnitud que lo haga invendible.

Además, también el nivel de estos impuestos puede ser distinto dependiendo de cual sea el país de procedencia del producto, según los posibles convenios y acuerdos internacionales que tenga firmado el país importador. Esto origina importantes agravios comparativos entre los potenciales exportadores.

b) Barreras cuantitativas.

Muchos países establecen límites en el volumen que puede ser importado de diversas mercancías, con el objeto de tratar de defender su industria nacional.

Estos límites pueden funcionar:

* Elevando sustancialmente los impuestos que gravan la entrada de una mercancía, una vez que se haya superado cierto volumen de importación.
* Denegando la entrada de nueva mercancía cuando se haya superado dicho volumen.

c) Barreras técnicas.

Los países pueden exigir a los productos extranjeros el cumplimiento de ciertos requisitos técnicos (relacionados con la seguridad, salud y calidad del producto), que en ciertas ocasiones dificultan notablemente la posibilidad de exportar a dichos países.

A veces, algunos gobiernos utilizan esta exigencias técnicas como pretexto para defender sus mercados nacionales de la competencia de productos extranjeros.

d) Barreras medioambientales.

Son cada vez más importantes e incluye distintas normativas que exigen a los productos extranjeros el cumplimiento de ciertas normas medioambientales. Por ejemplo, no utilización en la elaboración de envases recicables de determinados componentes contaminantes, etc.

Para concluir, hay que decir que:

* Las barreras fiscales y cuantitativas son más típicas de los países menos avanzados.
* Las barreras técnicas y medioambientales lo son de los países desarrollados.

**Apoyo oficial a la exportación**

Los países suelen adoptar diversas medidas destinadas a favorecer sus exportaciones. Entre ellas podemos señalar:

1. Crédito oficial a la exportación.
2. Seguro de crédito a la exportación.
3. Instrumentos fiscales de apoyo a la exportación.
4. Instrumentos comerciales de apoyo a la exportación.

Los créditos oficiales a la exportación están destinados a financiar aquellas exportaciones que por su mayor nivel de riesgo (en función del país de destino, del mayor plazo, etc.) dificilmente encuentran financiación en las entidades privadas.

Los créditos oficiales a la exportación pueden ofrecer un tipo de interés inferior a los vigentes en el mercado y un plazo de vencimiento mayor.

No obstante, según un convenio internacional firmado por los países de la OCDE, estos créditos deben cumplir unos requisitos determinados, tratando de evitar que encubran medidas de apoyo que atenten contra la libre competencia.

Existen también los créditos FAD (Fondo de Ayuda al Desarrollo). Son líneas de financiación en condiciones muy ventajosas que conceden los países desarrollados a aquellos otros en vía de desarrollo.

Estos créditos están destinados a financiar las exportaciones que realice el país concedente al país beneficiario.

También los gobiernos pueden conceder ciertas ventajas fiscales con el objetivo de favorecer sus exportaciones. Estas medidas pueden ser:

* Bonificaciones / deducciones en el Impuesto de Sociedades que favorezcan la actividad exportadora.
* Devolución de los impuestos especiales (s/ alcoholes, tabaco, petróleo, etc.) al fabricante en aquellas partidas destinadas a la exportación.
* Excención del IVA en las exportaciones, permitiendo la recuperación del IVA soportado.

Las medidas comerciales de apoyo a la exportación pueden incluir:

* Participación oficial en ferias internacionales.
* Ayudas a las empresas para su participación en dichas ferias y certámenes.
* Misiones comerciales oficiales.
* Asesoramiento a la empresa nacional.
* Centros de información.

**ПРАКТИКУМ ПО ДЕЛОВОМУ ИСПАНСКОМУ ЯЗЫКУ**

**Аннотация**

Практикум представляет собой сборник текстов экономического характера, сопровождаемых комплексом упражнений, способствующих наилучшему усвоению материала. Пособие построено по тематическому принципу: учебный материал организован в 7 уроков, посвященных различным аспектам коммерческой деятельности.

*От автора: Жук Ирина Вячеславовна, преподаватель кафедры романских языков БГЭУ*

**ÍNDICE**

**I. NOCIONES GENERALES:** **ACTIVIDAD COMERCIAL. TIPOS DE COMERCIO. TIPOS DE BIENES. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.**

**II.** **DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL COMERCIANTE.**

**III.** **MODALIDADES DE VENTAS Y FORMAS DE PAGO.**

**IV.** **EMPRESAS COMERCIALES.**

**V.** **EXPORTACIÓN.**

**VI.** **IMPORTACIÓN.**

**VII.** **DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN-IMPORTACIÓN.**

**LECCIÓN I**

**NOCIONES GENERALES: ACTIVIDAD COMERCIAL. TIPOS DE COMERCIO. TIPOS DE BIENES. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.**

Si usted compra, vende о intercambia bienes уservicios con fines lucrativos, entonces, podemos decir que usted comercia о es un comerciante. El comercio es la actividad de intermediación entre la producción, el consumo уla inversión.

Si el comercio se realiza dentro de un país, se llama comercio interior. Si se realiza fuera del país, entonces se denomina comercio exterior о internacional. Si se intercambian grandes cantidades de mercancías, es el comercio al por mayorque desarrollan los mayoristas. Si las cantidades que se intercambian son medianas о pequeñas, entonces es el comercio al por menor о al detalle realizado por los minoristas. Normalmente, el productor о fabricantele vende el producto a los mayoristas у estos, 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 distribuciónоcomercialización. Hay dos tipos de canales: de ciclo corto уde ciclo largo. En los canales cortos, los bie­nes van directamente del productor al consumidor y, como máximo, participa un intermediario. En los largos, hay mas de un intermediario.

Los bienes de equipo son los que se utilizan para la fabricaciónу el transporte de otros bienes y, normalmente, utilizan los canales de ciclo corto. En cambio, los bienes de consumo, los destinados al consumidor final, suelen seguir circuitos mas о menos largos dependiendo de su naturaleza; о sea, si se trata de productos perecederos(generalmente alimenticios) оno perecederos [duraderos]. En el primer caso, se puede seguir un camino clásico (productor>minorista->consumidor) о uno más complejo (productor>mayorista>minorista>consumidor).

**EJERCICIOS DE CONTROL**

1. **Fíjese en las familias de palabras de la misma raíz:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **SUSTANTIVO** | **ADJETIVO** | **VERBO** |
| compra, comprador |  | comprar |
| venta, vendedor |  | vender |
| intercambio |  | intercambiar |
| comercio, comercialización, comerciante | comercial | comerciar |
| intermediación, intermediario |  | intermediar |
| producción, producto, productor | productivo | producir |
| consumo, consumidor |  | consumir |
| inversión, inversor |  | invertir |
| distribución, distribuidor |  | distribuir |
| fabricación, fabricante |  | fabricar |

1. **Fíjese en los a) sinónimos, b) antónimos:**

a) comprar =adquirir; comprador =consumidor; producción = fabricación; productor = fabricante, comercio exterior = comercio internacional; bien = mercancía; comercio al por mayor =comercio mayorista; comercio al por menor = al detalle = minorista; distribución = comercialización;

b) comprar ≠ vender; comercio interior ≠comercio exterior; comercio al por mayor ≠ al por menor; mayorista ≠ minorista; productos perecederos ≠ productos duraderos.

**3.** **Conteste a las preguntas de comprensión:**

1. ¿Qué persona puede considerarse como un comerciante?
2. ¿Qué es el comercio?
3. ¿Qué es el comercio interior, exterior, al por mayor, al por menor?
4. ¿Cómo se llaman las rutas que siguen los productos desde el productor al consu­midor y de qué tipo pueden ser?
5. ¿Qué son los bienes de equipo?
6. ¿Que son los bienes de consumo?

**LECCIÓN II**

**DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL COMERCIANTE**

Para ser comerciante o dueño de un negociohay que cumplir una serie de derechos y obligaciones.

Las obligaciones del empresario individualson las siguientes: abrir una cuenta corrientepara canalizar pagos e ingresos, llevar la contabilidadde las operaciones, conservar la documentación relacionada con el negocio. También es necesario darse de alta fiscalmente, solicitar un número de identificación fiscaly pagar los impues­tosespecíficos. Además registrar la Propiedad Inmobiliaria y es recomendable inscribirse en el Registro Mercantildonde se puede recibir la información sobre diferentes empresas.

Los derechos son los siguientes: gestionar el negocio y obtener los beneficios correspondientes. Al inscribir su empresa en la Cámara de Comercio, tendrá derecho a participar en sus actividades.

**EJERCICIOS DE CONTROL**

1. **Fíjese en las familias de palabras de la misma raíz:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **SUSTANTIVO** | **ADJETIVO** | **VERBO** |
| comercio, comercialización, comerciante | comercial | comerciar |
| negocio |  | negociar |
| empresa, empresario | empresarial |  |
| pago |  | pagar |
| ingreso |  | ingresar |
| contabilidad, contable |  | contar |
| registro |  | registrarse |
| beneficio | beneficioso | beneficiarse |

1. **Fíjese en los a) sinónimos, b) antónimos:**

a) comerciante = dueño de un negocio = empresario; darse de alta = registrarse = inscribirse; beneficios = ingresos;

b) derechos ≠ obligaciones; pago ≠ ingreso.

1. **Fíjese en la traducción de los siguientes términos:**

cuenta corriente – текущий счет

llevar la contabilidad – вестибухгалтерскийучет

darsedealtafiscalmente – зарегистрироваться в налоговом органе

número de identificación fiscal – учетныйналоговыйномер (УНН)

pagar los impues­tos – платитьналоги

la Propiedad Inmobiliaria – Реестрнедвижимогоимущества

Registro Mercantil – Торговыйреестр

Cámara de Comercio – ТорговаяПалата

1. **Conteste a las preguntas de comprensión:**
2. ¿Cuáles son las obligaciones de un empresario individual?
3. ¿Dónde tiene que registrarse el empresario individual?
4. ¿Qué tiene que pagar el empresario individual?
5. ¿Dónde se puede recibir la información sobre diferentes empresas?
6. ¿Cuáles son los derechos de un empresario individual?
7. ¿Qué derecho tendrá el empresario individual al inscribirse en la Cámara de Comercio?

**LECCIÓN III**

**MODALIDADES DE VENTAS Y FORMAS DE PAGO**

En negocios pequeños domina la venta en firmeo el pago al conta­do, o sea, que la gente compra algo, paga y ya está. Como máximo, el pago se efectúa dentro del mes (pago al contado disponible). Si el empresario vende artículos bastante caros, puede utilizar la venta con condiciones (venta condicional): ofreciendo des­cuentos y rebajasen el precio, garantizando la entrega del producto en un plazo determinado, etc. En el caso de electrodomésticos es posible la venta a prueba cuando el cliente tiene un tiem­po para decidir si se queda o no con el producto. Otra posibilidad es vender a crédito o a plazos, y decidir si el cliente pagará una cantidad cada mes durante unos meses, un año o más tiempo. En ese caso, no se utilizan los descuentos. Si el negocio ya es conocido y se hace importante, se puede edi­tar un catálogo y vender los artículos por correspondencia.

Montar un negocio supone altos desembolsos al principio, por ejemplo, comprar las máquinas. Muchas veces los empresarios acuden a un banco para pedir créditos. Otra alternativa es el arrendamiento financiero. Una empresa se compromete a comprar la maquinaria que desea el empresario y se la cede por un precio que éste paga por partes durante un período de tiempo. Al final del período, puede deci­dir si compra o no la maquinaria por un valor residual.

Una buena opción para comprar algo, es también acudir a una subasta pública.

**EJERCICIOS DE CONTROL**

1. **Fíjese en los a) sinónimos, b) antónimos:**

a) negocio = empresa; venta en firme = pago al conta­do; efectuar = realizar; artículo = bien = producto; des­cuento =rebaja; plazo = período; montar un negocio = abrir un negocio; desembolso = gasto;

b) comprar ≠ vender; caro ≠barato; desembolso ≠ ingreso.

1. **Fíjese en la definición de los siguientes términos:**

**la venta en firme, el pago al conta­do** (оплатаналичныминаместе) – cuando el pago se realiza en el mismo lugar de la compra en efectivo;

**el pago al contado disponible** (оплатачерезмесяцпослесовершенияпокупки) – cuando el pago se realiza dentro del mes de la operación de compraventa;

**la venta con condiciones**(продажанаопределенныхусловиях) – para esta venta debe realizarse una serie de condiciones, por ejempo, des­cuentos y rebajas en el precio, garantía de la entrega del producto en un plazo determinado;

**la venta a prueba** (пробнаяпродажа) – venta que da la posibilidad al comprador de devolver el artículo en un plazo determinado si éste no le satisface;

**la** **venta a crédito o a plazos** (продажавкредит, врассрочку) – venta en la que el pago se puede efectuar en un plazo determinado;

**la venta por correspondencia** (продажа почтой) – venta que se realiza através de los catálogos y un formulario de pedido;

**el arrendamiento financiero** (лизинг, финансоваяаренда) –es un contrato mediante el cual, el arrendador traspasa el derecho a usar un bien a cambio del pago de rentas de arrendamiento durante un plazo determinado al término del cual el arrendatario tiene la opción de comprar el bien arrendado pagando un precio determinado, devolverlo ó renovar el contrato;

**el valor residual** (остаточнаястоимость) – el precio que tiene que pagar el arrendatario de un arrendamiento financiero una vez que ha pagado todas las cuotas para comprar el bien arrendado;

**la subasta pública** (продажасторгов, аукцион) – la venta de un bien a través del cual se pretende determinar el comprador y el precio, según el sistema de competencia entre varios posibles compradores, adjudicando el bien al que mayor precio ofrezca.

1. **Conteste a las preguntas de comprensión:**
2. ¿Qué formas de pago existen y en qué casos es preferible cada una de las formas ?
3. ¿Qué es el arrendamiento financiero y en qué casos el empresario acude a él?
4. ¿Qué es la subasta pública?

**LECCIÓN IV**

**EMPRESAS COMERCIALES**

Existen diferentes tipos de entidades comerciales de carácter social(persona jurídica). Así podemos destacar dos grandes grupos, el primero de ellos está formado por: (1) LAS COMPAÑÍAS MERCANTILES. Las más comunes son la sociedad colectiva, la sociedad anónima y la sociedad de responsabilidad limitada. El otro gran grupo de sociedades no individuales lo forman: (2) LAS COOPERATIVAS. La más usual es la sociedad cooperativa.

EN LAS SOCIEDADES MERCANTILES el objetivo principal es el benefi­cio. El capital es fijo. El número de socios puede ser limitado y sólo éstos pueden aportar capital, pero sus derechos se transfieren con las participa­ciones del capital aportado. Sus beneficios se reparten en proporción a este mismo capital aportado.

En cuanto a la sociedad de responsabilidad limitadaa su nombre (o razón social), se añaden al final las iniciales S.L. o S.R.L. El capital se divide en participaciones que no se pueden llamar acciones y que no se cotizan en la bolsa.

En cuanto a la sociedad anónima a su nombre (o razón social), se añaden al final las letras S.A. El capital se divide en títulos llamados acciones que se cotizan en la bolsa. El accionista de la sociedad tiene derecho a obtener los dividendos o parte de los beneficios que le correspondan después de cada ejercicio.

EN LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS, en cambio, el objetivo principal es satisfacer las necesidades de los socios. El capital es variable. No hay un número máximo de miembros, pero sólo será socio el que participe activa­mente en las funciones específicas de la cooperativa. La condición de socio es intransferible. Los beneficios se reparten no sólo en función del capital aportado sino también dependiendo de la actividad realizada. En cualquier caso, ningún socio puede tener más del 25% del capital de la sociedad.

**EJERCICIOS DE CONTROL**

1. **Busque en el texto los equivalentes españoles:**

торговая организация, юридическое лицо, полное товарищество, акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, кооперативное товарищество, прибыль, фиксированный капитал, акционер, вносить капитал, доля участия в капитале, наименование фирмы (торговое название), акция, котироваться на бирже, получать дивиденды, бюджетный год,

1. **Fíjese en la** **valencia de las palabras:**

entidad, compañía – comercial, mercantil;

persona – física, jurídica;

sociedad – colectiva, anónima, de responsabilidad limitada,cooperativa;

capital – fijo, variable, aportado;

1. **Conteste a las preguntas de comprensión:**
2. ¿Qué tipos de entidades comerciales de carácter social existen?
3. ¿Cuáles son las compañías mercantiles más típicas?
4. ¿Cuáles son las características de cada tipo de entidades comerciales?
5. ¿En qué único típo de sociedad el capital se divide en acciones?
6. ¿Cómo se lllama el dinero que el accionista recibe después de cada ejercicio?
7. ¿Qué iniciales se añaden a la razón social de la sociedad de responsabilidad limitada, de la sociedad anónima?

**LECCIÓN V**

**EXPORTACIÓN**

Cuando el negocio marcha muy bien y el mercadointerior o nacional se ha explotado sufi­cientemente, el empresario puede tomar la decisión de exportar sus productos a otros países. La exportación supone ante todo una visiónestratégica, no hay que pensar en obtener una rentabilidad inmediata. También es necesario introducir modificaciones profundas en la estructura empresarial para orientarla no sólo a los mercados locales y regionales, sino también a los mercados extranjeros. La línea de productos debe presentar ventajas competitivas en precio, calidad o servicios respecto a otras empresas nacionales o extranjeras.La empresa debe poseer la capacidad tecnológica suficiente para producir y exportar productos con la calidad exigida en los mercados exte­riores. Los controles de calidad son la base de la competitividad exterior.

Hablando de la exportación es muy importante también elegir un mercado. Se debe realizar un estudio previo en función de los criterios siguientes: importancia y potencial de penetración, condiciones de acceso y de venta, la estabilidad sociopolítica del país y, finalmente, explorar si el producto posee alguna ventajadiferencialen calidad, diseño, precio o prestaciones con respecto a la competencia.

Se puede obtener la información necesaria en las Cámaras de Comercio extranjeras, con­sulados y delegaciones de otros países, oficinas bancarias españolas y extranjeras, etc.Lo más interesante es conocer el tamaño de los mercados y sus indicadores de funcionamiento (líderes competidores, canales de distribución y promoción, etc.), sin olvidar todo lo relacionado con permisos y licencias, con­troles de cambio, derechos arancelarios, dificultades de cobro, etc.

**EJERCICIOS DE CONTROL**

1. **Fíjese en las familias de palabras de la misma raíz:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **SUSTANTIVO** | **ADJETIVO** | **VERBO** |
| negocio, nagociaciones, negociador |  | negociar |
| exportación, exportador | exportado | exportar |
| importación, importador | importado | importar |
| producto, productor | productivo | producir |
| empresa, empresario | empresarial | emprender |
| competencia, competidor | competitivo | competir |
| distribución, distribuidor | distribuido | distribuir |

1. **Busque en el texto los equivalentes españoles:**

внутренний рынок, внешний рынок, освоить рынок, экспортировать продукты в другие страны, стратегическое видение, получить немедленную прибыль, линия продуктов, конкурентное преимущество в цене, качестве, услугах, контроль качества, конкуренция, провести предварительное изучение рынка, условия продажи, размер рынка, Торговая палата, каналы сбыта и продвижения, специальные разрешения и лицензии, таможенные пошлины.

1. **Fíjese en la combinación de palabras:**

mercado – interior, doméstico, local, regional, nacional, extranjero, exterior;

ventaja – competitiva, diferencial;

visión– estratégica;

rentabilidad – inmediata.

1. **Fíjese en los a) sinónimos, b) antónimos:**

a) mercado interior=nacional= regional = local = doméstico; modificaciones= transformaciones = cambios; artículo = bien = producto; distribuir = comercializar;

b) exportar ≠ importar; mercado interior ≠mercado exterior; inmediato ≠ a largo plazo.

1. **Conteste a las preguntas de comprensión:**
2. ¿En qué caso el empresario puede tomar la decisión de exportar sus productos a otros países?
3. ¿Qué requiere la exportación?
4. ¿Cómo tiene que ser el producto para ser exportado?
5. ¿Según qué criterios debe ser analizado el futuro mercado de exportación?
6. ¿Dónde se puede obtener la información necesaria sobre los mercados de diferentes países?

**LECCIÓN VI**

**IMPORTACIÓN**

Para hacer frente a la demanda creciente de los productos, el empresario necesita entrar en contacto con mercados exteriores para importar los productos necesarios. Las razones para importar son muy simples: la oferta nacional es limitada o ine­xistente, la relación calidad-precio del mismo tipo de producto es mejor en el exterior, la tecnología del producto extranjero es superior. Normalmente en la empresa el departamento de suministros estudia las posibilidades reales de aprovisionamientoa nivel interior y exterior.

Importar podría servirle al empresario para exportar más y mejor en el futuro. Al importar, él entra en contacto con diversos mercados, conoce nuevos materiales y sistemas de comercialización más competitivos, descubre ideas nuevas sobre sus propios productos y la mane­ra de diversificar las funciones en su empresa, pero, lo más importante es que va a conocer mejor la competencia extranjera y, a la larga, podrá intro­ducirse en esos mismos mercados que hoy le suministran los productos.

Acceder a la línea de productos para importar se puede através de la compra directa en el exterior visitando la empresa extranjera. Otras formas más baratas sin salir del país son las revistas especializadas, la petición de catálogos, folletos, la solicitud de ofertas por cualquier medio (teléfono, inetrnet, fax, correo). También se puede ir a una Cámara de Comercio, visitar ferias y exposiciones internacionales, realizar el estudio mediante agentes y mediadores.

**EJERCICIOS DE CONTROL**

1. **Fíjese en las familias de palabras de la misma raíz:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **SUSTANTIVO** | **ADJETIVO** | **VERBO** |
| demanda, demandante | demandado | demandar |
| oferta | ofrecido | ofrecer |
| suministro, suministrador | suministrado | suministrar |
| aprovisionamiento |  | provisionar |
| competencia, competidor | competitivo | competir |
| intermediación, mediador, intermediario |  | intermediar |

1. **Fíjese en los a) sinónimos, b) antónimos:**

a) suministro = aprovisionamiento; razón= causa; comercialización = distribución; la solicitud =

el pedido;

b) demanda ≠ oferta; exportar ≠ importar; barato ≠ caro.

1. **Fíjese en la combinación de palabras:**

demanda – creciente;

oferta – limitada, ine­xistente;

compra– directa, indirecta.

1. **Conteste a las preguntas de comprensión:**

¿Cuáles son las razones para importar?

¿Que departamento en la empresa se dedica a los asuntos de aprovisionamiento?

¿Por qué la importación puede suponer mejor exportación en el futuro?

¿Cuáles son las posibles variantes para obtener la información sobre los productos a importar?

**LECCIÓN VII**

**DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN-IMPORTACIÓN**

Toda transaccióninternacional supone una serie de documentos de diversos tipos. En general, se habla de documentos comerciales, documentos administra­tivos, documentos de transporte y documentos complementarios.

Hay que ser muy atento en su manipulación. Si los documentos contienen errores, el coste de las operaciones puede aumentar de modo considerable. Diferencias en la descripción de las mercancías, en el número y orden de envíos, casillas incompletas en las declaraciones de aduanas, ausencias de instrucciones para disponer de las mercancías en destino, etc., provocan cuantiosas pér­didas, retrasos y una mala relación con el cliente.

El documento básico requerido en el país de origen es la factura comer­cial. Este documento recoge los datos siguientes:

- el precio de las mercancías y el método de envío;

- la fecha y el lugar de la entrega;

- detalles del contenido de los paquetes, además de su peso y su medida;

- las condiciones definitivas en que se efectuará la venta.

La factura puede ser pro-forma o provisional. Se trata de la simulación de una factura comercial con fines informativos.

Otro documento básico que acompaña la factura es la lista de conteni­doo *packing list.* Ahí se indica cuál es el contenido de los bultos de la expedición comercial correspondiente.

Las mercancías que se exportan a países terceros (países no integrados en el Espacio Económico Europeo), han de ir acompañadas de un certifi­cadode origenexpedido por la autoridad competente (en España suelen ser las Cámaras de Comercio). Es un docu­mento que certifica el origen del producto. Los países más exigentes requieren también una factura consularfirmada en nuestro país por el cónsul del país destinatario y donde se atestigua el valor y origen de las mercancías.

El certificado de tránsitoes un documento exigible cuando la mercan­cía de un país tiene que pasar en su camino por otras naciones que lo requie­ran. La aduana del país en tránsito suele ser la entidad que lo expide.

Para los productos de origen animal o vegetal es necesario el certificado técnico sanitario, para diferentes tipos de artículos el certificado de calidad o peso.

Siempre que se transportan mercancías es obligatorio suscribir una póliza de seguro. El asegurado firma el contrato de seguro y paga la prima correspondiente. El asegurador se compromete a abonar las indemnizaciones previstas en caso de siniestro.

**EJERCICIOS DE CONTROL**

1. **Busque en el texto los equivalentes españoles:**

торговая сделка, содержать ошибки, стоимость операций, описание товара, незаполненные графы, таможенная декларация, привести к убыткам, накладная (счет-фактура), форма отправки, дата доставки, содержимое груза, счет-проформа, сертификат о происхождении, Торговая палата, консульская фактура, транзитный сертификат, таможня, выдавать сертификат, продукты животного и растительного происхождения, ветеринарный сертификат, сертификат качества, сертификат веса, подписать страховой полис, застрахованное лицо, оплатить страховой взнос, страховщик, выплатить страховое возмещение, бедствие (страховой случай).

1. **Fíjese en la definición de los siguientes términos:**

**Transacción** (торговаясделка) -- acuerdo comercial entre personas o empresas;

**Declaración de aduana** (таможеннаядекларация) – documento donde se hace constar la mercancía que se exporta o importa, sirve para los fines estadísticos;

**Factura**  (накладная, счет-фактура) – este documento incluye la información sobre el método de envío, fecha y lugar de entrega de la mercancía, contenidos de los paquetes, etc. Puede ser pro-forma o provisional, consular;

**Lista de conteni­do** (упаковочныйлист) – documento que recoge el contenido de los bultos de la expedición comercial;

**Certifi­cado de origen** (сертификатопроисхождении) – documento que sirve para acreditar que el producto exportado ha sido producido en el país donde se expide el documento;

**Certificado de tránsito** (транзитныйсертификат)– este documento permite el paso a través de países intermedios sin que la mercancía sea sometida a revisiones de las autoridades aduaneras.

**Cámara de Comercio** (Торговаяпалата) – entidad en la que se ponen en contacto comerciantes e industriales de una misma localidad para organizar diferentes actividades con la finalidad de mejorar sus productos y promocionarlos;

**Certificado técnico sanitario** (ветеринарныйсертификат) – este tipo de documento acredita el cumplimiento de normas técnicas, sanitarias o de calidad a la entrada o salida de los productos de un país determinado.

**Póliza de seguro** (страховойполис) -- el contrato entre el asegurado que paga la prima correspondiente y el asegurador que se compromete a abonar las indemnizaciones previstas en caso de siniestro.

1. **Fíjese en la combinación de palabras:**

documento – comercial, administra­tivo, de transporte, complementario;

factura – pro-forma, provisional, comercial, consular;

certifi­cado – de origen, de tránsito, técnico sanitario, de calidad o peso.

1. **Conteste a las preguntas de comprensión:**

1. ¿Qué tipos de documentos acompañan a las transacciones comerciales?

2. ¿Por qué hay que ser muy atento en la manipulación de los documentos?

3. ¿Qué datos contiene la factura comercial?

4. ¿Qué es la lista del contenido?

5. ¿Qué tipos de certificados pueden ser requeridos durante la exportación?

6. ¿Cuáles son las obligaciones de las dos partes que suscriben la póliza de seguro?

**Marketing.**

**Lea el texto consultando el diccionario y trate de comprender su contenido:**

El consumo y las ventas pasaron por varias etapas a lo largo de la historia. En el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, tuvo lugar una gran demanda de la población, aplazada hasta entonces por causa de la guerra, y que afectó a todas las áreas de consumo. Era la etapa de la producción.

En esta etapa lo más importante era producir cantidad de manera eficiente y a precios muy bajos. Surgió el típico **mercado de vendedores**, en el cual los compradores arrancaban de las manos prácticamente todo lo que se producía. Los productos eran muy homogéneos y los consumidores comenzaban a estar menos satisfechos. Después, con la desaceleración de la primera ola de consumo, se cambiaron las relaciones entre compradores y vendedores.

Ante la abundancia de los bienes y servicios se creó un **mercado de compradores** en el cual el consumidor ya tenía la posición dominante. Los vendedores tuvieron que mostrar su valía en el concurso y no pudieron confiar más en el hecho de que iban a vender todo lo que habían producido.

La siguiente etapa estaba basada en las ventas, porque los empresarios se dieron cuenta de la influencia que tenía la venta de un producto o servicio en el incremento de los consumidores. De producir grandes cantidades, se pasó a vender grandes cantidades para lograr mayor beneficio. Sin embargo, los consumidores demandaban productos más personalizados.

La etapa del marketing surgió tras la necesidad de satisfacer a los clientes. Los empresarios se esforzaron por integrar las estrategias de marketing en su proceso. El éxito de las empresas consistía en centrarse en la satisfacción de los consumidores para así poder lograr mayores beneficios.

Hoy en día, el marketing está basado en el valor que el producto o servicio tiene para el consumidor. Las personas tienen gustos y aficiones distintas, y por lo tanto, el consumidor de la nueva era demanda más opciones para elegir y busca aquello que le aporta mayor valor. Por ello, es importante entender las necesidades y los deseos de los consumidores para poder ofrecer un producto o servicio mejor que el de la competencia.

La palabra marketing viene del inglés y puede ser traducida como "introducir algo en el mercado". Pero el marketing no puede entenderse como una mera transacción entre un vendedor y un comprador, ni tampoco como una forma de generar beneficios.

El marketing debe ser una reorientación completa de la iniciativa empresarial, y se debe considerar como una filosofía nueva de la empresa. No se trata de vender sόlo lo que produce la empresa, sino de buscar lo que satisface los deseos de los clientes. La orientación de las necesidades del cliente es el modelo para la empresa, es el foco de todas las decisiones empresariales. Esto es válido no sólo para el departamento de ventas, sino para todos los demás departamentos.

La venta, en una empresa orientada al marketing, comienza desde el momento de tomar la decisión sobre el segmento o la parte de la población a la que te vas a dirigir. Además, las empresas tienen que decidir cómo acceder a ese mercado, cuáles son las necesidades reales, cόmo introducir el producto o servicio, el precio y también cómo venderlo. También es importante el resto de la cadena que hace posible la producción, las ventas, la distribución y la dirección de la empresa, entre otras. El marketing ayuda a las empresas a tomar decisiones y a facilitar el proceso de venta.

A menudo se distinguen en mercadotecnia cuatro herramientas clave para la toma de decisiones de la empresa. Las cuatro áreas en las que se toman decisiones se conocen como “4P’s of Marketing Mix”. Este nombre viene de la denominación que se les da en inglés: Product, Place, Price and Promotion. En español, se llaman:

1. la política de productos,
2. la política de comunicación,
3. la política de precios,
4. y la política de distribución.

Una buena coordinaciόn de los factores de marketing – mix es la garantía para el éxito de la comercializaciόn de un producto.

**La política de productos** incluye todos los esfuerzos a realizar para el desarrollo del producto o servicio, y así como para crear ese mercado. Se toman decisiones sobre la apariencia y características de los productos que van desde el diseño hasta la marca, el mantenimiento de los productos y el servicio al cliente en el mercado.

Esta política de producto no es efectiva a menos que se garantice que el cliente también podrá conocer las características de nuestros productos. Para este fin necesitamos **la política de comunicación.** Por medio de la publicidad, las revistas, la radio, las relaciones públicas o mediante la venta directa las empresas dan a conocer su producto o servicio, crean una necesidad de ese producto, y si el producto tiene éxito, lograrán posicionar su marca y su producto en el mercado.

Es también muy importante **la política de precios**, puesto que en el precio se refleja el valor del producto y lo que el consumidor está dispuesto a pagar para conseguirlo. Por eso, es importante crear una estrategia de precio acorde con las necesidades del consumidor, los costes de producción, el objetivo de la compañía y otros miembros que formen parte de la cadena de ventas. El precio es una señal para consumidor. Por ejemplo, si se establece un precio muy alto, puede perder valor para muchas personas porque no está a su alcance o no lo pueden pagar. Sin embargo, si el precio es muy bajo, puede ser una señal de mala calidad. Dado que el precio es el único que genera beneficios es importante reflexionar sobre la estrategia o táctica a seguir.

Todas estas aplicaciones del marketing pueden ser ineficaces si **la política de distribución** no se asegura de que los bienes lleguen sin problemas hasta el cliente. Medios de transporte insuficientes, una larga duración del transporte, vendedores negligentes o malos contactos entre los minoristas que son los que hacen llegar los bienes al consumidor, pueden llegar a destruir los demás esfuerzos.

Todas las medidas deben ir acompañadas entre sí en armonía para lograr las mejores posiciones en el mercado. La buena publicidad que atrae al cliente puede resultar en vano por la conducta de un vendedor hostil que ahuyente al cliente. El marketing requiere, por consiguiente, de un diseño global.

**Vocabulario:**

eficiente - действенный, эффективный;

desaceleración - спад;

valía - ценность;

incremento - прирост;

generar beneficios – порождатьприбыль;

requerir – требовать;

apariencia – внешнийвид;

**Ejercicio 1.** Trate de nombrar todos los verbos del texto que están vinculados con el tema “Marketing.”

**Ejercicio 2.** Dé equivalentesespaňoles:

Все сферы потребления, рынок продавцов, показать себя достойно в соревновании, образовался рынок покупателей, показать себя в соревновании, понимать нужды и желания потребителей, предпринимательская инициатива, достичь наибольшей прибыли, исключительно как торговая операция, себестоимость продукции, контакты с розничными торговцами, поставлять товар клиенту, недружелюбный продавец, требовать общую концепцию, “cмешанный” маркетинг, себестоимость продукции, порождать прибыль, завоёвывать наилучшие позиции на рынке.

**Ejercicio 3.** Conteste a las preguntas:

1. ¿Cόmo se puede caracterizar el consumo después de la guerra?

2. ¿Cuándo surgiό el típico mercado de vendedores?

3. ¿Qué es el mercado de vendedores?

4. ¿Qué es el mercado de compradores?

5. ¿De dόnde viene y qué significa la palabra “marketing”?

6. ¿De qué se trata ante todo hablando del marketing?

7. ¿Cuántas áreas se distinguen en marketing?

8. ¿Qué es la política de productos?

9. ¿Qué se entiende bajo lapolítica de precios?

10. ¿De qué se preocupa la política de distribución?

11. ¿ Es marketing una parte о un concepto global de la actividad de la empresa?

**Ejercicio 4.** Complete las frases con las palabras del texto:

1.Con la desaceleración ... las relaciones entre compradores y vendedores.

2.Ante la abundancia de los bienes y servicios se creó ... .

3.De producir grandes cantidades ... para lograr mayor beneficio.

4. No se trata de vender ... sino ... .

5. Esta política de producto no es efectiva ... conocer las características de nuestros productos.

6. Es importante crear una estrategia de precio ... y otros miembros que formen parte de la cadena de ventas.

7. Todas las medidas ... las mejores posiciones en el mercado.

**Ejercicio 5.** Termine las frases según el texto:

1.La etapa de producciόn era ... .

2.El típico mercado de vendedores surgiό ... .

3.El mercado de compradores se creό ... .

4. … como “4P’s of Marketing Mix”.

5.La política de productos incluye ... .

6.La política de comunicación la necesitamos ... .

7. ¿ Qué importancia tiene el precio?

8.En la política de distribución ... pueden llegar a destruir los demás esfuerzos.

9. El marketing requiere ... .

**Ejercicio 6.** Complete las frases con las preposiciones adecuadas y controle después el texto:

1.El consumo y las ventas han pasado ... varias etapas ... lo largo de la historia.

2. En esta etapa lo más importante era producir cantidad ... manera eficiente y ... precios muy bajos.

3. ... producir grandes cantidades, se pasó ... vender grandes cantidades ... lograr mayor beneficio.

4. El éxito ... las empresas consistía ... centrarse ... la satisfacción ... los consumidores ... así poder lograr mayores beneficios.

5. El marketing ayuda ... las empresas ... tomar decisiones y ... facilitar el proceso ... venta.

6. Se toman decisiones ... la apariencia y características ... los productos que van ... el diseño ... la marca, el mantenimiento ... los productos y el servicio ... cliente ... el mercado.

7. Todas las medidas deben ir acompañadas ... sí ... armonía ... lograr las mejores posiciones ... el mercado.

8. Es importante crear una estrategia ... precio acorde ... las necesidades ... consumidor, los costes ... producción, el objetivo ... la compañía y otros miembros que formen parte ... la cadena ... ventas.

**Ejercicio 7.** Forme las palabras de la misma raíz:

Vendedor, consumidor, producir, mercado, beneficio, comercio, empresarial, segmento, satisfacer, acceder,eficaz.

**Ejercicio 8.** Busque sinόnimos adecuados:

El marketing , afectar, área, producir, empresa, dominante, incremento, integrar, lograr beneficios, mera transacción, comercializaciόn de un producto.

**Ejercicio 9.** Componga frases de las palabras dadas:

1.Los vendedores, podían confiar más, su valía, y no, en el hecho, en el concurso, tenían que, mostrar, de vender todo.

2. Una reorientación completa, y se debe considerar, de la empresa, debe ser, el marketing, de la iniciativa, como una filosofía nueva, empresarial,de la empresa.

3. A tomar decisiones, el marketing, y, el proceso de venta, a las empresas, a facilitar, ayuda.

4. El cliente también, de nuestros productos, a menos que, las características, esta política, se garantice, de producto, no es efectiva, que el cliente también, podrá conocer.

5.La política de precios, puesto que en el precio, y, lo que el consumidor, es también muy importante, a pagar para conseguirlo, se refleja el valor del producto, está dispuesto.

**Ejercicio 10.** Relate el texto utilizando las frases clave:

La Segunda Guerra Mundial, el mercado de vendedores, se creó un mercado de compradores,la siguiente etapa estaba basada en las ventas, es importante entender las necesidades, una reorientación completa de la iniciativa empresarial, una empresa orientada al marketing, 4P’s of Marketing Mix, la política de productos, la política de comunicación, la política de precios, la política de distribución, un diseño global.

**TRABAJO EN EQUIPO:**

1.- Que cada alumno traiga una revista a clase, del tema que quieran. La actividad consiste en definir cuál es el mercado objetivo, es decir, a quién está dirigida la revista, cuál es el mercado. Por ejemplo, a los jóvenes deportistas, a las mujeres interesadas por la moda, revistas técnicas, científicas…. Los alumnos deben definir todas las características de los lectores de esas revistas. Si está destinada a hombres o a mujeres, edad, hobbies, aficiones, etc.

Adicionalmente, los alumnos deberán elegir un producto o servicio que se ofrezca en la revista o publicación. Deberán decidir a qué público o consumidores está dirigido ese producto, razonarlo y decidir si es un lugar apropiado o no para incluir ese anuncio, analizar los colores, la colocación del producto, las imágenes, etc.

**Instrumentos de marketing** - **publicidad y relaciones públicas.**

**Publicidad.**

Una parte de marketing es la política de comunicación de una empresa en la que publicidad juega un papel importante. Como instrumento de comercialización de las empresas la publicidad tiene diferentes tareas y metas:1.Anuncio del producto; 2.Creaciόn de una evaluaciόn positiva del producto; 3.La venta del producto;

La publicidad es un elemento importante en la mezcla de comunicaciones del marketing. La publicidad le dirige un mensaje a un gran número de personas con una sola comunicación. Es un medio de masas.Tiene una serie de beneficios para el anunciante, que ejerce el control sobre el mensaje. El anuncio y su mensaje, en cierta medida, estarían diseñados según las especificaciones del anunciante, de manera que éste puede centrarlo en un gran número de consumidores potenciales, en una sola sesión, con un coste relativamente reducido per cápita.

La publicidad es rápida, en relación con otros elementos del “marketing mix” (por ejemplo, la venta personal, en donde se tiene que informar a todos los vendedores o incluso contratarlos). Por tanto, el anunciante tiene la oportunidad de comunicarse de manera simultánea con toda su audiencia, o con gran parte de la misma.

**Medios publicitarios.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Medios publicitarios.** | | |
| Exteriores (Carteles o  Transporte) | Nuevos medios –  dispositivos móviles | Nuevos medios Internet:  sitios Web y herramientas de búsqueda |
| Periódicos (Local y  Nacional ) | Televisión | Revistas |
| Radio | Cine | Otros . . . |

**Planificación de la publicidad.**

Las agencias publicitarias y sus clientes planifican los anuncios. Todo plan debe abordar las siguientes etapas:

\_ ¿Quién es la audiencia final potencial del anuncio?

\_ ¿Qué se desea comunicar a esa audiencia final?

\_ ¿Por qué es este mensaje tan importante para la audiencia final?

\_ ¿Cuál es el mejor medio para este mensaje? (Véanse algunos de los

posibles medios en la tabla precedente).

\_ ¿Cuál sería el calendario más adecuado?

\_ ¿Qué recursos necesitará la campaña publicitaria?

\_ ¿Cómo se controlará la publicidad y cómo se vigilará el éxito?

Existen dos categorías clave de publicidad: *‘por encima de la línea’* y *‘por debajo de la línea’*. Las definiciones se deben, en gran medida, a la evolución histórica de las agencias publicitarias y al modo en que cobran por sus servicios. En resumen, *‘por encima de la línea*  es cualquier trabajo realizado, en donde la agencia publicitaria cobra una comisión de los medios de comunicación por la inserción del anuncio;

y *‘por debajo de la línea’* es un trabajo realizado donde sustituye la comisión por unos honorarios o tarifa estándar. De este modo, la publicidad en TV es un ejemplo de publicidad *‘por encima de la línea’*, ya que una agencia reservaría tiempo publicitario en nombre de un cliente, pero la inserción de un anuncio en una serie de periódicos locales es un ejemplo de publicidad *‘por debajo de la línea’*, ya que los periódicos tienden a aplicar su propia tarifa, donde la agencia no obtiene comisión; es decir, en su lugar, la agencia le cobra al cliente una tarifa transparente.

**Vocabulario:**

evaluaciόn – оценка

anunciante – рекламодатель

per cápita – надушунаселения

la inserción – вставка

**Ejercicio 1.** Dé equivalentes espaňoles:

Реклама, инструмент маркетинга, цели и задачи, положительная оценка, обращаться к …, в расчёте на душу населения, общаться одновременно с целой аудиторией, рекламные средства, потенциальный потребитель рекламы, важное сообщение, рекламная кампания, взимать плату.

**Ejercicio 2.** Conteste a las preguntas:

1. ¿Qué tareas tiene la publicidad?

2. ¿Por qué dicen que la publicidad es un medio de masas?

3. ¿Qué beneficios tiene la publicidad para el anunciante?

4. ¿Qué médios publicitarios hay?

5. ¿Qué etapas debe abordar la planificaciόn de la publicidad?

6. ¿Qué categorías clave de publicidad existen?

7. ¿En qué se distingue la publicidad en TV de la inserción de un anuncio en una serie de periódicos?

**Ejercicio 3.** Busque sinόnimos a las palabras siguientes:

La publicidad, comercialización, producto, la venta personal, agencia de publicidad, cobrar, la publicidad en TV.

**Ejercicio 4.** Complete las frases con las palabras del texto:

1.En la política de la comunicaciόn de una empresa la publicidad ... .

2.La publicidad tiene diferentes tareas y metas que son ... .

3. La publicidad le dirige un mensaje a ... .

4. El anuncio y su mensaje ... de manera que éste ... .

5. La publicidad es rápida, en relación ... .

6.Entre los medios publicitarios podemos nombrar ... .

7. Existen dos categorías clave de publicidad: ... .

8. En la planificación de la publicidad se debe abordar las siguientes etapas: ... .

**Ejercicio 5.** Complete las frases con las preposiciones adecuadas:

1. Como instrumento ... comercialización ... las empresas la publicidad tiene diferentes tareas.
2. La publicidad le dirige un mensaje ... un gran número ... personas ... una sola comunicación.
3. Las definiciones se deben, en gran medida, a la evolución histórica de las agencias publicitarias y al modo en que cobran por sus servicios.
4. La inserción ... un anuncio ... una serie ... periódicos locales es un ejemplo ... publicidad “ ... debajo ... la línea”.

5. Los periódicos tienden ... aplicar su propia tarifa.

**Ejercicio 6.** Forme las palabras de la misma raíz:

Publicidad, anuncio, ejercer, diseñado, número, oportunidad, vigilar, planificar, potencial, reservar, local.

**Ejercicio 7.** Componga frases de las palabras dadas:

1.tareas y metas, tiene, de las empresas, instrumento de comercialización, la publicidad, diferentes, como.

2. en la mezcla, es, del marketing, la publicidad, de comunicaciones, un elemento importante.

3.un mensaje, le dirige, la publicidad, con una sola comunicación, a un gran número de personas.

4. la venta personal, es, rápida, del “marketing mix”, por ejemplo, la publicidad, en relación con, otros elementos.

5.cualquier trabajo realizado, por encima de la línea, es, de los medios de comunicación, por la inserción, cobra una comisiόn, del anuncio, en donde la agencia publicitaria.

6. un trabajo realizado, o, donde sustituye la comisión, es, tarifa estándar, por debajo de la línea, por unos honorarios.

7.los periódicos, su, tarifa, tienden a, propia, aplicar.

**Ejercicio 8.** Relate el texto utilizando las frases clave:

la política de comunicación, la publicidad, tareas y metas, la mezcla de comunicaciones del marketing, medio de masas, anunciante, que ejerce el control, gran número de consumidores potenciales, la publicidad es rápida, en relación con, planifican los anuncios, por encima de la línea, por la inserción del anuncio,

por debajo de la línea, la comisión.

**Ejercicio 9.** Lea la informaciόn y tradúzcala al ruso:

**¿ Marketing o publicidad ?**

El lanzamiento de un producto al mercado es un largo proceso.

Empezando por el estudio de mercado que analiza la estrategia comercial a seguir, los gustos del consumidor, la rentabilidad de producto y, siguiendo por la campaňa publicitaria: anuncios en televisiόn,periόdicos,vallas publicitarias, cuňas en la radio,etc.

No obstante casi lo más importante de un producto es la identidad corporativa de la empresa que lo comercializa.

**Vocabulario:**

estrategiacomercial - политика, стратегия в торговле

cuňasenlaradio - рекламные сообщения по радио

valla publicitaria - рекламныйщит, блок

**Ejercicio 10.** Llene las casillas de la tabla con los conceptos correspondientes:

Marketing Publicidad

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Estudio de mercado, segmento, soporte, publirreportaje, rentabilidad, folleto, producto, agencia,eslogán, tríptico, organizaciόn de ventas, mensaje, encuesta, consumidor, cuňas, estrategia comercial, díptico, cartel, marca, coste.

**Relaciones públicas.**

El concepto de “public relations” procede originariamente de los EE.UU. Sin embargo el verdadero desarrollo de la noción “relaciones públicas” comenzό después de la Segunda Guerra Mundial.

El "milagro económico" que apareciό en los años sesenta, hizo que las relaciones públicas se convirtieran en un aspecto interesante y necesario para el mejor funcionamiento de las empresas.

En las relaciones públicas se trata de establecer relaciones entre la empresa y el público para lograr no sόlo una mejora en las ventas o en los beneficios de la empresa, sino en el conocimiento del mercado y de los productos que ofrece la empresa. La influencia de las relaciones públicas se ha convertido en una herramienta muy valiosa para las empresas y es además un instrumento de marketing muy eficaz.

Como la publicidad, las relaciones públicas son también una parte de la política de comunicación de la empresa que a su vez es una herramienta básica de marketing.

Al contrario que la publicidad, las relaciones públicas no son ningún proceso unilateral, sino un proceso en el cual el público mismo forma parte de la cadena. Además, no se trata sόlo de organizar una campaña publicitaria de productos y servicios y venderlos, sino de crear una información sobre una empresa que sirva de distinciόn y de asociaciόn a un producto o servicio. El objetivo de las relaciones públicas es por lo tanto el de crear confianza en el consumidor y que éste asocie positivamente una marca o un producto y a la empresa.

Las relaciones públicas se pueden distinguir entre las relaciones públicas internas o externas.

Las relaciones públicas internas se dirigen a los trabajadores de una empresa.

Ellos deben poder identificarse con la empresa,creer en la propia empresa y así conseguir un reflejo positivo para el exterior.

Las relaciones públicas externas estan dirigidas al público en general. El trabajo de los medios de comunicaciόn es un ejemplo clásico de esto. De ahí que el mantener una buena relaciόn con los medios de comunicaciόn sea fundamental, puesto que funcionan como mediadores entre la empresa y el consumidor. Por medio de conferencias de prensa o publicidad en los medios de comunucaciόn, la

información sale hacia el exterior.

Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

* La organizaciόn de eventos
* Una forma de darse a conocer como marca y como empresa, es mediante

el patrocinio. Las empresas se comprometen a menudo en el área social y cultural, como por ejemplo patrocinando eventos culturales o deportivos.

* Planes de responsabilidad social
* Relaciones con los medios de comunicaciόn:
* Diarios: permite a la organizaciόn acceder al público general.
* Revistas: permite acceder al público más o menos segmentados.
* Radio: permite transmitir informaciόn instantáneamente las 24 horas del día.
* Televisiόn: otorga gran notoriedad a la instituciόn.
* Internet: se puede trabajar sobre el sitio web institucional o con la versiόn en línea de diversos medios.

Primero, tenemos que tener claro qué son las Relaciones públicas y cuál es el objetivo que queremos alcanzar con ellas. A través de ciertos mensajes creamos una imagen, la que queremos que tenga nuestra empresa, de ella depende el fracaso o el éxito de nuestra compañía. El proyectar una buena imagen de empresa consigue que el mercado tenga un conocimiento, una opiniόn y valoraciόn positiva de nuestra organizaciόn y por tanto, de los productos y servicios que ofrecemos.

La publicidad es una excelente herramienta de ayuda para transmitir esa imagen.

Pero probablemente, y tan importante como la publicidad, está la puesta en marcha de un plan de comunicaciόn que transmita esa imagen a los diferentes mercados y que

además lo haga de una forma creíble.

**Vocabulario:**

herramienta básica – основнойинструмент

conseguir – достигать

evento – событие

comprometerse – брать на себя обязательства

elpatrocinio - шефство, спонсорство

otorgarunagrannotoriedad – предоставлять большую известность

creíble - правдоподобный

**Ejercicio 1.** Dé equivalentes espaňoles:

Понятие “связь с общественностью”, установить связи, прибыль предприятия, коммуникативная политика предприятия, односторонняя политика, рекламная компания, работать в качестве посредников, социальная ответственность, обращаться к публике, предлагать услуги, приводить в действие;

**Ejercicio 2.** Conteste a las preguntas:

1. ¿ De dόnde proviene la noción “public relations”?

2. ¿ Por qué es esta noción tan importante para el marketing?

3. ¿ De qué se trata en las relaciones públicas?

4. ¿ Cuál es el objetivo de las relaciones públicas?

5. ¿ Qué son “las relaciones públicas internas y externas?

6. ¿Qué es el patrocinio?

7. ¿ Cuál es el objetivo que queremos alcanzar con las relaciones públicas?

8. ¿ Cuáles son las herramientas de ayuda que sirven para transmitir una buena imagen de empresa?

**Ejercicio 3.** Busque sinόnimos a las palabras y expresiones siguientes:

public relations, la noción, los beneficios, herramientas, el objetivo,comenzar, funcionamiento de las empresas, establecer relaciones, los medios de comunicaciόn,

eventos,mandar una imagen.

**Ejercicio 4.** Complete las frases con las palabras del texto:

1.El verdadero desarrollo de la noción “public relations” comenzό ... .

2. ... hizo que las relaciones públicas se convirtieran en un aspecto interesante y necesario.

3. En las relaciones públicas se trata de ... .

4. Como la publicidad, las relaciones públicas son también ... .

5.Se trata de crear una información sobre una empresa que sirva... .

6. Las relaciones públicas se pueden distinguir entre ... .

7. Las relaciones públicas internas ... .

8. Las relaciones públicas externas ... .

9. Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son ... .

10. Tan importante como la publicidad, está la puesta en marcha de ... .

**Ejercicio 5.** Complete las frases con las preposiciones adecuadas:

1. En las relaciones públicas se trata ... establecer relaciones ... la empresa y el público ... lograr no sόlo una mejora ... las ventas o ... los beneficios ... la empresa, sino ... el conocimiento ... mercado y ... los productos que ofrece la empresa.

2. Las relaciones públicas son también una parte ... de la política ... comunicación ... la empresa que a su vez es una herramienta básica ... marketing.

3. El objetivo ... las relaciones públicas es por lo tanto el ... crear confianza ... el consumidor y que éste asocie positivamente una marca o un producto y ... la empresa.

4. Ellos deben poder identificarse ... la empresa,creer ... la propia empresa y así conseguir un reflejo positivo ... el exterior.

5. Internet: se puede trabajar ... el sitio web institucional o ... la versiόn ... línea ... diversos medios.

**Ejercicio 6.** Forme las palabras de la misma raíz:

Concepto, aparecer, funcionamiento, venta, influencia, comunicaciόn, valioso, servicio, crear, confianza, asociar, mantener, empresa, comprometerse, acceder.

**Ejercicio 7.** Componga frases de las palabras dadas:

1. Se trata de, entre la empresa y el público, para lograr no sόlo una mejora en las ventas, en las relaciones públicas, o en los beneficios de la empresa, establecer relaciones, que ofrece la empresa, sino en el conocimiento del mercado y de los productos.

2. Las relaciones públicas, que a su vez, como la publicidad, es una herramienta básica de marketing, son también una parte de la política de comunicación de la empresa.

3. El de crear confianza en el consumidor, es por lo tanto, el objetivo de las relaciones públicas, y que éste asocie positivamente una marca o un producto, y a la empresa.

4. La información sale hacia el exterior, en los medios de comunucaciόn, o publicidad, por medio de conferencias, de prensa.

5. a menudo, patrocinando eventos culturales o deportivos, se comprometen en el área social y cultural, como por ejemplo, las empresas.

6. de ella depende el fracaso, creamos una imagen, o el éxito de nuestra compañía, a través de ciertos mensajes, la que queremos que tenga nuestra empresa.

7. Que transmita esa imagen, está la puesta en marcha de un plan de comunicaciόn y que además lo haga de una forma creíble, tan importante como la publicidad, a los diferentes mercados.

**Ejercicio 8.** Relate el texto utilizando las frases clave:

El verdadero desarrollo de la noción “public relations”, para lograr no sόlo una mejora en las ventas o en los beneficios de la empresa, sino..., **c**omo la publicidad, las relaciones públicas son ..., sino un proceso en el cual el público mismo forma parte de la cadena, no se trata sόlo de organizar una campaña publicitaria de productos y servicios y venderlos, sino ..., el objetivo de las relaciones públicas es..., las relaciones públicas internas ..., las relaciones públicas externas ..., la informaciόn sobre la empresa sale hacia el exterior por medio..., las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son..., relaciones con los medios de comunicaciόn son a través..., el proyectar una buena imagen de empresa consigue que, la puesta en marcha de un plan de comunicaciόn que ... .

**Ejercicio 9.** Llene las casillas de la tabla con los conceptos correspondientes:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Mostrar acuerdo** | **Argumentar** | **Mostrar desacuerdo** |
| Estoy totalmente de acuerdo. |  |  |
|  |  | No estoy convencido. |
| Pienso que tienes razόn. | A mi juicio... |  |
| Es conveniente que ... | Nos puede interesar... | No es conveniente que ... |
| Estoy a favor ... |  |  |
|  | No hay por qué ... |  |

Creo que tiene razόn. – Me baso en que ... – En cuanto... –

No olvides que ... – Estoy convencido. – No estoy en absoluto de acuerdo. – No creo que sea adecuado. – No estoy a favor de ... – No tiene razόn.

**Ejercicio 10.** Lea el texto prestando la atenciόn a las palabras nuevas:

**Ejemplos de situaciones en las que se gestionό de forma incorrecta una crisis en marketing y relaciones públicas en internet.**

1. **Heineken:** la marca de cerveza lanzό un concurso de diseño de envases que, con unas bases un poco dufusas, autorizaba a la compañía a quedarse con los derechos de los diseños. Esta cláusula fue denunciada por los diseñadores, tanto los que participan como los que no, en la red como abusiva y, poco después, en los medios apareciό una entrevista al director de marketing de Heiheken en la que aseguraba que internet era un medio para conseguir talento creativo de forma gratuita. La respuesta a estas declaraciones fue una página en Facebook, “50000 litros para la cultura”, en la que, de forma creativa y humorística, expresaban su indignaciόn, además de pedir 10 litros de cerveza Heineken gratis para celebrar actos relacionados con la cultura.

La crisis podría haberse reparado con una comunicaciόn clara y efectiva los derechos de los participantes, nombrado a un community manager desde que empezό el concurso y no cuando la crísis ya apareciό, y acercándose a los perjudicados utilizando su propio lenguaje.

1. **Toyota:** las anomalias que experimentaron algunos modelos de Toyota en 2010 llevaron a una grave crisis de la compañía, que ya había logrado posicionarse en el mercado estadounidense como fabricante de coches fiables. A pesar de la revisiόn de los modelos en los que se defectό el problema con el acelerador, los consumidores empezaron a denunciar la situaciόn, que tuvo como desenlace la muerte de cuatro pasajeros en un accidente de tráfico provocado estos defectos de fábrica. Toyota, en lugar de ofrecer toda la informaciόn posible a clientes, medios y accionistas, intentό tapar la situaciόn, creando una crísis de reputaciόn que provocό un balance negativo de unos 2.000 millones de euros y una caída precipitada de sus acciones.

Para solucionar una crisis así, Toyota tendría que haberse anticipado,

designando a una persona que hablara sobre el problema en nombre de la empresa, creando un flujo de informaciόn constante sobre la situaciόn, no ocultando nada en las conversaciones que se generaban y abandonando la arrogancia para poder escuchar a sus clientes.

1. **Nestlé:** Greenpeace, preocupado por la deforestaciόn de los bosques en Indonesia, publicό una noticia en el vídeo en la que informaba de que las barritas de Kit Kat se fabricaban con aceite de palma de estos bosques, hábitat del orangután con mayor peligro de extinciόn del país. Nestlé, al no reconocer la realidad, provocό una llamativa campaña de social media en su contra. A pesar de los comentarios y acciones de los consumidores, Nestlé mantuvo su posiciόn, e incluso empezό a eliminar todos los comentarios que hablaban del tema. Una reacciόn que provocό que los usuarios se unieron y atacaron los perfiles de Nestlé.

La crisis se tendría que haber trabado con integridad, tratando de explicar la verdad y el alcance de esta situaciόn, abandonando esa postura arrogante y, en su lugar, reaccionando y cambiando la producciόn, sacando un aspecto positivo de la crisis.

**Ejercicio 10.** Discutalas situaciones en las que se gestionό de forma incorrecta una crisis en marketing y relaciones públicas en internet y explique su opiniόn.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

УО “БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ”

*Кафедра романских языков*

*Л.В.Царева*

*И.И.Василевская*

**УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ**

**ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ РЕЧИ**

**ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

**«Hablemos de negocios»**

Для студентов дневной и заочной формы обучения всех факультетов.

**Минск 2014**

Основной целью обучения иностранному языку на современном этапе является формирование коммуникативной компетенции, позволяющей будущему специалисту вести деловое и повседневное общение на иностранном языке. Обязательной составной частью учебного процесса по иностранному языку является самостоятельная работа студентов, развитие их творческой активности и личной ответственности за результативность обучения.

Предлагаемое пособие имеет целью помочь всем желающим самостоятельно приобрести необходимый словарный запас, научиться читать и понимать тексты для получения дополнительной информации по специальности, по практическому использованию иностранного языка, как в профессиональной деятельности, так и для целей дальнейшего самообразования.

Материал пособия представлен текстами, отражающими наиболее актуальные темы сферы профессиональной деятельности будущего специалиста: экономика, предприятие, бухгалтерский учёт, рынок, деньги, маркетинг. Тексты сопровождаются языковыми и речевыми упражнениями, направленными на формирование лексических навыков, развитие и совершенствование речевых умений.

Пособие может использоваться студентами III, IV курсов, изучающими испанский язык как 2-ой иностранный, а также студентами I курса в качестве основного иностранного.

Для успешного овладения материалом, в разделе “Методические рекомендации” даются советы студентам по выполнению упражнений, переводу текстов.

Литература:

1.А.А.Попов “Учебник испанского языка. Интенсивный курс”. Санкт – Петербург, 2005 г.

2. А. Шмитт-Бёрингер “Практическая грамматика испанского языка. Учебное пособие”. Москва, Астрель, 2011 г.

**Методические рекомендации студентам**

**Самостоятельное изучение материала должно строиться по следующему плану:**

1. Прежде чем читать текст, внимательно прочитайте задание к тексту.

2.Сосредоточьте внимание на первом и последнем предложениях абзаца, которые чаще всего отражают основное в тексте.

3.Следите за развитием основной мысли по *ключевым* словам, которые часто повторяются в тексте.

4.Не возвращайтесь глазами к уже прочитанному, не «застревайте» на отдельных незнакомых словах и старайтесь понять основное содержание.

5. Прочитав текст, проверьте свое понимание по вопросам или другим заданиям после текста, стараясь не заглядывать в текст. Отмечайте незнакомые слова, если они мешают пониманию текста, но если встречается незнакомое слово, не надо торопиться смотреть в словаре его значение: хорошо бы понять смысл предложения, догадавшись о значении слова, либо из контекста, либо по его словообразовательной модели.

6. Затем можно приступить к переводу, консультируясь со словарем по поводу незнакомых слов. Слова необходимо соотносить с контекстом, ни в коем случае не выписывая все значения многозначных слов, а подбирая то значение, которое подходит по смыслу в данном контексте. Закончив перевод текста – отложите его в сторону. После другого вида работы вернитесь к переведенному вами тексту, перечитайте его, обращая особое внимание на то, насколько естественно звучит русский текст.

7. Если в тексте встречаются сложные слова, определите значение сложного слова по его элементам.

8. Прежде чем выполнять грамматические упражнения внимательно прочтите правила.

9. Выделите элементы, которые несут наиболее важную информацию.

10. Выпишите или подчеркните основные термины, определения, обозначения.

11. Составьте предложения из самостоятельно выбранных ключевых фраз.

12. Подготовьтесь к пересказу по ключевым словам.

13. Составьте план пересказа.

14. Воспроизведите текст по плану, введите необходимые средства связности.

15. Заключительным этапом является собственный комментарий по теме прочитанной и проработанной статьи.

**Economía.**

Vivimos en un entorno donde los recursos naturales que disponemos son limitados. Extraemos, seleccionamos, modificamos y transformamos dichos recursos en objetos, máquinas y herramientas que utilizamos en nuestra vida diaria. La economía es la rama del conocimiento humano que se encarga de gestionar y administrar dichos recursos limitados con el objeto de generar y producir los máximos bienes y servicios que satisfagan nuestras necesidades.

Si los recursos que encontrásemos en la naturaleza fueran ilimitados los objetos que utilizamos y nos rodean cambiarían sistemáticamente, tendríamos barcos construidos con oro los cuales nunca sufrirían los efectos de la corrosión, todos los sistemas eléctricos que conducen la electricidad a nuestras casas serían de plata, el suministro de energía a todos las máquinas, automóviles, herramientas y objetos dejaría de ser un problema al disponer de cantidades ilimitada de petróleo... es decir el mundo que conocemos dejaría de existir.

Es indudable que la economía adquiere un papel fundamental en la historia de los seres humanos, puesto que vivimos en un planeta donde los recursos son limitados. Nuestros ancestros desarrollaron los primeros conocimientos económicos que les permitía almacenar y distribuir la comida que cazaban o cultivaban. El trueque fue el primer medio económico por el cual empezamos a intercambiar bienes unos con otros naciendo el comercio. Poco a poco el desarrollo de la economía permitió la creación de grandes asentamientos hasta convertirse en ciudades, permitió el desarrollo científico y tecnológico que ha permitido al ser humano salir de la órbita terrestre hacia un universo inmensurablemente grande.

**Упражнение1***. Прочитайте и переведите текст. Определите ключевые фразы и предложения.*

**Упражнение2**. *Найдите испанские эквиваленты из текста следующим словам и выражениям:*

Природные ресурсы, которыми мы располагаем; предметы, механизмы и инструменты; руководить и управлять данными ресурсами; максимальное количество товаров и услуг; были бы неиссякаемыми; которые никогда не подвергались бы коррозии; обеспечение энергией; перестало бы быть проблемой; перестал бы существовать; без сомнения; играет главную роль; первые экономические знания; бартер (обмен); обмениваться товарами; рост больших поселений; научное и техническое развитие;

**Упражнение3**. *Ответьте на вопросы по тексту:*

1) ¿Cómo son los recursos naturales?

2) ¿Qué es la economía?

3) ¿Cómo cambiaría el mundo si los recursos fueran ilimitados?

4) ¿Cómo se desarrollaba la economía?

**Упражнение4**. *Определитеродсуществительных:*

Recurso, herramienta, conocimiento, bien, servicio, necesidad, barco, oro, efecto, corrosión, sistema, electricidad, energía, problema, cantidad, petróleo, mundo, papel, planeta, trueque, creación.

**Упражнение5**. *Образуйте существительные от следующих глаголов:*

|  |  |
| --- | --- |
| *Vivir* |  |
| *Extraer* |  |
| *Seleccionar* |  |
| *Modificar* |  |
| *Transformar* |  |
| *Administrar* |  |
| *Satisfacer* |  |
| *Producir* |  |
| *Distribuir* |  |

**Упражнение6**. *Заполните пропуски в предложениях соответствующими словами и выражениями:*

a) gestionar y administrarb) el trueque, recursos naturales c) un papel fundamental d)los máximos bienes y servicios e) los seres humanos f) el comercio g) necesidades h) máquinas y herramientas

1) Vivimos en un entorno donde ... que disponemos son limitados.

2) Extraemos, seleccionamos, modificamos y transformamos dichos recursos en objetos, ... ... que utilizamos en nuestra vida diaria.

3) La economía es la rama del conocimiento humano que se encarga de ... ... dichos recursos limitados con el objeto de generar y producir ... que satisfagan nuestras ... .

4) Es indudable que la economía adquiere ... en la historia de ... , puesto que vivimos en un planeta donde los recursos son limitados.

5) ... fue el primer medio económico por el cual empezamos a intercambiar bienes unos con otros naciendo ... .

**Упражнение7**. *Найдите и соедините пары антонимов. Составьте 5 предложений с данными словами:*

limitado permitir empezar

morir pequeño entrar

prohibir ilimitado vivir

grande salir terminar

**Упражнение8**. *Вставьте необходимые предлоги:*

1) Laeconomíaeslarama ... el conocimiento humano que se encarga ... gestionar y administrar dichos recursos limitados ... el objeto de generar y producir los máximos bienes y servicios que satisfagan nuestras necesidades.

2) Es indudable que la economía adquiere un papel fundamental ... la historia ... los seres humanos.

3) El trueque fue el primer medio económico ... el cual empezamos a intercambiar bienes unos ... otros naciendo el comercio.

4) Poco a poco el desarrollo ... la economía permitió la creación ... grandes asentamientos hasta convertirse en ciudades, permitió el desarrollo científico y tecnológico que ha permitido al ser humano salir ... la órbitaterrestre ... ununiversoinmensurablementegrande.

**Упражнение9**. *Продолжите предложение в соответствии с содержанием текста:*

1) Vivimos en un entorno ...

2) Transformamos dichos recursos ...

3) La economía es ...

4) Si los recursos fueran ilimitados ...

5) Es indudable que la economía ...

6) Nuestros ancestros desarrollaron los primeros ...

7) El trueque fue el primer medio ...

8) Poco a poco el desarrollo de la economía permitió ...

**Упражнение10**. *Перескажите текст, используя следующие ключевые слова и выражения:*

Recursos naturales, limitados, la economía, se encarga de gestionar y administrar, con el objeto de, los máximos bienes y servicios, si los recursos fueran ilimitados, dejaría de existir, adquiere papel fundamental, el trueque, intercambiar bienes, el desarrollo de la economía, el desarrollo científico y tecnológico.

**Dinero - Explicación y definición del dinero.**

**¿Qué es el dinero?**

Todos nosotros estamos familiarizados con el dinero. Diariamente lo manejamos para pagar productos o servicios como una barra de pan o un trayecto de autobús. Por otro lado generalmente lo conseguimos como recompensa a nuestro trabajo y esfuerzo diario. El dinero es indispensable en el mundo actual en el que vivimos, pero ¿qué es el dinero realmente?

El dinero se define como un medio físico o virtual el cual sirve para intercambiar productos y servicios en una sociedad que lo ha aceptado y reconocido. El dinero tiene por objetivo facilitar y mejorar el sistema de trueque utilizado en los primeros intercambios de mercancías por los seres humanos. Para que el dinero sea reconocido como tal debe cumplir 4 condiciones siguientes;

1. Debe ser aceptado, reconocido y que genere confianza por una gran parte de la población como medio de intercambio en todas las transacciones comerciales. Por ejemplo hoy en día reconocemos al dólar, al peso o al euro como dinero que es aceptado como medio de pago en la mayoría de los bancos, negocios, grandes superficies comerciales.
2. Debe ser una reserva de valor a largo plazo y debe ser duradero, permitiendo hacer frente a la incertidumbre que sucede en el ámbito económico. También se puede guardarlo (ahorrar) para tener el poder adquisitivo o de compra en el futuro. Por ejemplo el oro es un metal precioso, por eso en los tiempos de crisis económicas las personas siempre se han refugiado en él porque es un metal escaso y altamente resistente a la corrosión. De esta manera es un bien duradero a lo largo de los siglos.
3. Debe ser una unidad de medida y debe tener un precio fijado. De esta forma permite fijar los precios de los bienes y servicios de una manera rápida y equitativa, permitiendo comparar el precio en productos y servicios iguales o similares.
4. Debe ser fácilmente transportable y manejable permitiendo realizar las transacciones económicas de una manera sencilla y cómoda. ¿Te imaginas pagar una barra de pan por 20 lingotes de hierro que pesasen 40 Kg? Sin duda las monedas, billetes y las tarjetas de pago son unos medios muy cómodos para comprar la barra de pan.

Actualmente podemos clasificar el dinero en 2 grandes grupos:

* El dinero efectivo - Representa el conjunto de billetes y monedas que se han fabricado siendo por tanto un dinero físico y tangible. Por ejemplo las monedas de 1 euro o 1 dólar que tenemos en nuestra cartera y podemos tocarlo, ellos corresponden al llamado dinero en efectivo
* El dinero virtual - Es el dinero no físico (intangible) que se encuentra representado en apuntes contables o en cuentas corrientes. Por ejemplo cuando realizamos un pago con una tarjeta de crédito o desde Internet a través de nuestro ordenador. El resultado es que el número electrónico y virtual correspondiente a nuestro saldo disminuye en función al precio pagado por la compra. Así hemos pagado sin ver físicamente el dinero.

**Упражнение1**. *Прочитайте и переведите текст. Определите ключевые фразы и предложения.*

**Упражнение2**. *Найдите испанские эквиваленты из текста следующим словам и выражениям:*

Используем для оплаты; вознаграждение за нашу работу; физическое или виртуальное средство; улучшать систему обмена; выполнять 4 условия; средство обмена; торговые операции (сделки); как средство оплаты; в больших торговых центрах; на длительный срок (долгосрочный); во время экономических кризисов; установленная цена; осуществлять сделки; простым и удобным способом; наличные деньги; материальные и осязаемые; виртуальные деньги; нематериальные (неосязаемые); расчётный счёт;

**Упражнение3**. *Ответьте на вопросы по тексту:*

1) ¿Por qué el dinero es indispensable en el mundo actual?

2) ¿Cómo se define el dinero?

3) ¿Cuáles son las condiciones del dinero?

4) ¿En qué dos grupos podemos clasificar el dinero?

**Упражнение4**. *Определитеродсуществительных:*

Dinero, objetivo, recompensa, esfuerzo, sistema, intercambio, transacción, condición, mercancía, dólar, plazo, oro, crisis, corrosión, precio, unidad, bien, servicio, cuenta, compra, pago.

**Упражнение5**. *Заполните таблицу недостающими однокоренными словами:*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Глагол**  **(El verbo)** | **Прилагательное**  **(El adjetivo)** | **Существительное**  **(El sustantivo)** | |
|  |  | | *pago* |
| *apreciar* |  | |  |
|  | *transportable* | |  |
| *comerciar* |  | |  |
|  | *contable* | |  |
|  |  | | *mercancía* |
| *economizar* |  | |  |

**Упражнение6**. *Заполните пропуски в предложениях соответствующими словами и выражениями:*

a) un medio físico o virtual, b) no físico (intangible), c) fijar los precios de los bienes y servicios, d) recompensa a nuestro trabajo, e) las transacciones comerciales, f) pagar productos o servicios, g) fácilmente transportable y manejable, h) facilitar y mejorar el sistema de trueque, i) un trayecto de autobús, j) una tarjeta de crédito, k) productos y servicios.

1) Todos nosotros estamos familiarizados con el dinero, diariamente lo manejamos para ... como una barra de pan o ... .

2) Por otro lado generalmente lo conseguimos como ... y esfuerzo diario.

3) El dinero se define como ... el cual sirve para intercambiar ... en una sociedad que lo ha aceptado y reconocido.

4) El dinero tiene por objetivo ... utilizado en los primeros intercambios de mercancías por los seres humanos.

5) Debe ser aceptado, reconocido y que genere confianza por una gran parte de la población como medio de intercambio en todas ... .

6) Debe ser ... permitiendo realizar las transacciones económicas de una manera sencilla y cómoda.

7) Debe ser una unidad de medida y debe tener un precio fijado, de esta forma permite ... de una manera rápida y equitativa.

8) El dinero virtual es el dinero ... que se encuentra representado en apuntes contables o en cuentas corrientes, por ejemplo cuando realizamos un pago con ... odesdeInternetatravésdenuestroordenador.

**Упражнение7**. *Найдитеисоединитепарысинонимов. Составьте 5 предложений с данными словами:*

alcanzar economizarel objetivo

usar fabricar el ordenador ahorrar

comprar сonseguir producir la meta

la computadora utilizar adquirir

**Упражнение8**. *Вставьтенеобходимыепредлоги:*

1) Todos nosotros estamos familiarizados ... el dinero, diariamente lo manejamos ... pagar productos o servicios como una barra ... pan o un trayecto ... autobús.

2) El dinero se define como un medio físico o virtual el cual sirve ... intercambiar productos y servicios ... una sociedad que lo ha aceptado y reconocido.

3) El dinero tiene ... objetivo facilitar y mejorar el sistema ... trueque utilizado ... los primeros intercambios ... mercancías ... los seres humanos.

4) Debe ser una unidad ... medida y debe tener un precio fijado, de esta forma permite fijar los precios ... los bienes y servicios ... una manera rápida y equitativa.

5) Es el dinero no físico (intangible) que se encuentra representado ... apuntes contables o ... cuentas corrientes, ... ejemplo cuando realizamos un pago ... una tarjeta ... crédito o desde Internet ... de nuestro ordenador.

**Упражнение9**. *Продолжите предложение в соответствии с содержанием текста:*

1) Todos nosotros estamos familiarizados con ... .

2) Por otro lado generalmente lo conseguimos como ... .

3) El dinero se define como un medio ... .

4) El dinero cumple cuatro condiciones siguientes ... .

5) Actualmente podemos clasificar el dinero en 2 grandes grupos ... .

6) El dinero efectivo ... .

7) El dinero virtual ... .

**Упражнение10**. *Перескажите текст, используя следующие ключевые слова и выражения:*

Estamos familiarizados con el dinero, lo manejamos para pagar, lo conseguimos como recompensa, un medio físico o virtual, lo ha aceptado y reconocido, facilitar y mejorar el sistema de trueque, cumplir las 4 condiciones siguientes, ha de ser aceptado, reconocido y que genere confianza, ha de ser una reserva de valor a largo plazo, tener un precio fijado, fácilmente transportable y manejable, clasificar el dinero, el dinero efectivo, dinero físico y tangible, el dinero virtual, dinero no físico (intangible).

**Historia y evolución del dinero.**

La evolución e historia del dinero comenzó en la era del neolítico hace unos 10.500 años. Desde entonces el dinero se cambiaba y se adaptaba a las necesidades de cada época de nuestra historia. Hoy en día vemos que el dinero que manejamos es completamente diferente al dinero que utilizaban nuestros bisabuelos hace 100 años. Podemos englobar estos grandes cambios en las siguientes 4 fases o etapas:

1.Trueque;

2.Metales y minerales preciosos;

3.Monedas;

4.Billetes;

**El trueque.** Hace unos 10.500 años los antiguos seres humanos empezaron a utilizar los conocimientos, técnicas y herramientas necesarias para desarrollar las primeras ganaderías de animales, la agricultura o cultivo de la tierra para obtener y almacenar alimentos como carne, cereales o verduras y otros productos como cuero, huesos o pieles. De esta manera nuestros ancestros se aseguraban de tener suficiente alimento eliminando la incertidumbre de obtenerlo mediante la caza y la recolección diaria.Con esta nueva forma de vida los graneros y almacenes de todas las civilizaciones se llenaron de alimentos y otros productos. Como consecuencia de ello nació el trueque. El trueque permitía el intercambio de aquellos alimentos y productos que se tenía en exceso por otros productos que se deseaban obtener. Por ejemplo un ganadero cambiaba 1 litro de leche que producían sus vacas por 1 kg de cereales que tenía un agricultor. El principal problema del trueque es que el ganadero necesitaba encontrar a algún productor de cereales y que ambos acordasen una cantidad justa para realizar el intercambio.

**Metales y minerales valiosos.** Cuando se empezaron a establecer las primeras ciudades y las primeras rutas comerciales entre poblados y civilizaciones se necesitaba utilizar algún tipo de medio que fuese fácil de transportar y tuviese un valor reconocido entre una amplia población. Para ello se empezó a utilizar metales y minerales preciosos como el oro, la plata o los diamantes y las perlas. Todos ellos son materiales escasos y tienen una extraordinaria resistencia anticorrosiva. En esta nueva época empezaba a abandonarse el trueque por el intercambio de unos pocos metales y minerales preciosos de tal forma que se eliminaron las desventajas que presentaba el antiguo trueque.Hoy en día y sobre todo en tiempos de crisis ciertos metales y minerales preciosos como el oro, la plata y los diamantes son reconocidos como dinero con un alto valor de compra y venta.

**Las monedas, los billetes, el papel moneda.** Las primeras monedas que conocemos se acuñaron en Turquía hace unos 2500 años. Dichas monedas estaban compuestas por una aleación natural de oro y plata y tenían una forma circular. En otros paises como China las primeras monedas tenían formas variadas como lingotes, triángulos, rombos...

A medida que las monedas eran conocidas por los gobernantes y reyes de los estados estos empezaron a acuñarlas con alguna imagen suya. Lo cual identificaba el origen de la moneda y por ende su valor y uso. Hoy en día seguimos utilizando esta tradición en multitud de billetes y monedas de todo el mundo.

Al principio las monedas estaban realizadas por aleaciones de metales preciosos como el oro, la plata o el bronce, en función de la composición de la aleación y de su peso la moneda adquiría un valor u otro. En la actualidad y debido al sistema fiduciario de nuestra economía las monedas estan fabricadas por metales no valiosos cuyo valor es superior al del metal que está fabricado.

A principios del siglo IX los bancos chinos desarrollaron el primer papel moneda siendo los precursores de los billetes que actualmente conocemos. Este papel moneda estaba respaldado por los bancos chinos, es decir era aceptado por una amplia mayoría de personas, sustituyendo grandes cantidades de monedas por papeles de un tamaño reducido y sin peso. Esto fue una gran solución a todos los mercaderes que se movían por todas las rutas comerciales ya que no era necesario transportar pesadas bolsas de monedas.

En Europa en el año 1661 se imprimieron los primeros billetes en Suecia los cuales consistían en papeles que certificaban la cantidad de dinero en oro y plata que los clientes depositaban en el Banco de Suecia. En Estados Unidos el primer billete de 1 dolar fue emitido en el año 1862.

**Упражнение1**. *Прочитайте и переведите текст. Определите ключевые фразы и предложения.*

**Упражнение2**. *Найдите испанские эквиваленты из текста следующим словам и выражениям:*

Деньги, которыми мы пользуемся; развивать первые животноводческие хозяйства; сельское хозяйство; получить и сохранить продукты; посредством ежедневной охоты и собирательства; зародился бартер; продукты, которые были в избытке; обменивал литр молока; основная проблема бартера; осуществлять обмен; первые города и торговые пути; лёгкий в транспортировке; золото, серебро или бриллианты и жемчуг; высокая устойчивость к коррозии; покупка и продажа; были отчеканены в Турции; это определяло происхождение монеты; сплав ценных металлов; бумажные деньги (банкноты);

**Упражнение3**. *Ответьте на вопросы по тексту:*

1) ¿Cuándo comenzó la historia del dinero?

2) ¿Cuáles son las etapas de la evolución del dinero?

3) ¿Cómo apareció el trueque? ¿Cuál es su desventaja principal?

4) ¿Por qué el trueque fue sustituido por el intercambio?

5) ¿Qué metales empezaron a utilizar en el intercambio? ¿Por qué?

6) ¿Dónde se acuñaron las primeras monedas?

7) ¿Cómo cambiaba el valor de las monedas a lo largo de la historia?

8) ¿Dónde aparecieron los primeros billetes?

**Упражнение4***. Определите род существительных и согласуйте их с прилагательным в роде и числе:*

*Например:*  Dinero necesari... **El** dinero necesari**o**

1. Técnicas necesari ... 6. Resistencia anticorrosiv...

2. Ganadería antigu ... 7. Valor alt...

3. Ciudad grand... 8. Forma circular...

4. Rutas comercial ... 9. Sistema feduciari...

5. Metal precios ... 10. Bancoschin...

**Упражнение5**. *Заполните таблицу однокоренными словами:*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Глагол**  **(El verbo)** | **Прилагательное**  **(El adjetivo)** | **Существительное**  **(El sustantivo)** | |
|  | *almacenado* | |  |
| *pesar* |  | |  |
|  |  | | *reducción* |
| *valer* |  | |  |
|  | *depositario* | |  |
|  |  | | *fábrica* |
| *emitir* |  | |  |
|  | *intercambiable* | |  |

**Упражнение6**. *Заполните пропуски в предложениях соответствующими словами и выражениями:*

a) en exceso, b) ganaderías, c)fácil de transportar, d) el trueque, e) rutas comerciales, f) el sistema fiduciario, g ) almacenar alimentos, h) emitido, i) un alto valor, j) la agricultura, k) oro y plata, l) preciosos.

1) Hace unos 10.500 años los antiguos seres humanos empezaron a utilizar los conocimientos, técnicas y herramientas necesarias para desarrollar las primeras ... de animales, ... o cultivo de la tierra para obtener y ... como carne, cereales o verduras y otros productos como cuero, huesos o pieles.

2) ... permitía el intercambio de aquellos alimentos y productos que se tenía ... por otros productos que se deseaban obtener.

3) Cuando se empezaron a establecer las primeras ciudades y las primeras ... entre poblados y civilizaciones se necesitaba utilizar algún tipo de medio que fuese ... y tuviese un valor reconocido entre una amplia población.

4) Hoy en día y sobre todo en tiempos de crisis ciertos metales y minerales ... como el oro, la plata y los diamantes son reconocidos como dinero con ... de compra y venta.

5) Las primeras monedas estaban compuestas por una aleación natural de ... y tenían una forma circular.

6) En la actualidad y debido a ... de nuestra economía las monedas estan fabricadas por metales no valiosos cuyo valor es superior al del metal que está fabricado.

7) En Estados Unidos el primer billete de 1 dolar fue ... enelaño 1862.

**Упражнение7**. *Найдите в тексте синонимы к следующим словам:*

empezar el trueque

usar aparecer

recibir valioso

continuar el dinero

**Упражнение*8***. *Вставьтенеобходимыепредлоги:*

1) Laevoluciónehistoria ... el dinero comenzó ... la era del neolítico hace unos 10.500 años.

2) El principal problema ... el trueque es que el ganadero necesitaba encontrar ... algún productor de cereales y que ambos acordasen una cantidad justa ... realizar el intercambio.

3) Cuando se empezaron ... establecer las primeras ciudades y las primeras rutas comerciales ... poblados y civilizaciones se necesitaba utilizar algún tipo de medio que fuese fácil ... transportar y tuviese un valor reconocido entre una amplia población.

4) Hoy en día y sobre todo ... tiempos ... crisis ciertos metales y minerales preciosos como el oro, la plata y los diamantes son reconocidos como dinero ... unaltovalor … comprayventa.

5) A medida que las monedas eran conocidas ... los gobernantes y reyes ... los estados estos empezaron a acuñarlas ... alguna imagen suya.

6) ... Europa en el año 1661 se imprimieron los primeros billetes ... Suecia los cuales consistían en papeles que certificaban la cantidad ... dinero en oro y plata que los clientes depositaban ... el Banco de Suecia.

**Упражнение9**. *Определите, о каком этапе развития денежной системы идёт речь в данных предложениях. Заполните таблицу.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Trueque | Metales y minerales preciosos | Monedas | Billetes |
|  |  |  |  |

a) Los seres humanos empezaron a utilizar los conocimientos, técnicas y herramientas necesarias para desarrollar las primeras ganaderías de animales, la agricultura o cultivo de la tierra para obtener y almacenar alimentos como carne, cereales o verduras y otros productos como cuero, huesos o pieles.

b) Esto fue una gran solución a todos los mercaderes que se movían por todas las rutas comerciales ya que no era necesario transportar pesadas bolsas de monedas.

c) A medida que las monedas eran conocidas por los gobernantes y reyes de los estados estos empezaron a acuñarlas con alguna imagen suya. Lo cual identificaba el origen de la moneda y por ende su valor y uso.

d) Por ejemplo un ganadero cambiaba 1 litro de leche que producían sus vacas por 1 kg de cereales que tenía un agricultor.

e) Al principio las monedas estaban realizadas por aleaciones de metales preciosos como el oro, la plata o el bronce, en función de la composición de la aleación y de su peso la moneda adquiría un valor u otro.

f) En esta nueva época empezaba a abandonarse el trueque por el intercambio de unos pocos metales y minerales preciosos de tal forma que se eliminaron las desventajas que presentaba el antiguo trueque.

g) Dichas monedas estaban compuestas por una aleación natural de oro y plata y tenían una forma circular.

h) Con esta nueva forma de vida los graneros y almacenes de todas las civilizaciones se llenaron de alimentos y otros productos.

i) Para ello se empezó a utilizar metales y minerales preciosos como el oro, la plata o los diamantes y las perlas.

j) En Europa en el año 1661 se imprimieron los primeros billetes en Suecia los cuales consistían en papeles que certificaban la cantidad de dinero en oro y plata que los clientes depositaban en el Banco de Suecia.

k) Eso permitía el intercambio de aquellos alimentos y productos que se tenía en exceso por otros productos que se deseaban obtener.

l) Todos ellos son materiales escasos y tienen una extraordinaria resistencia anticorrosiva.

m) Cuando se empezaron a establecer las primeras ciudades y las primeras rutas comerciales entre poblados y civilizaciones se necesitaba utilizar algún tipo de medio que fuese fácil de transportar y tuviese un valor reconocido entre una amplia población.

**Упражнение10.***Просмотрите предыдущее упражнение и определите, какой информации не хватает для более полного описания этапов развития денежной системы. Охарактеризуйтекаждыйизвышеперечисленныхэтапов.*

**El dinero moderno:las tarjetas de pago, dinero electrónico y el dinero virtual.**

Las tarjetas de crédito y débito que utilizamos en nuestras compras diarias no tienen un origen bien claro. Unos consideran que las tarjetas provienen de Francia y otros argumentan su origen en EEUU. Lo que está claro es que su expansión fue debida gracias a Frank Macnamara cuando en 1950 funda la empresa Diners Club y crea la primera empresa independiente de emisión de tarjetas de crédito.

El uso de las tarjetas de pago sustituyó el metal de las monedas y el papel de los billetes por el plástico, permitiendo transportar y pagar grandes cantidades de dinero mediante un ligero y cómodo rectángulo de plástico.

A lo largo de la historia las tarjetas de pago han cambiado constantemente. Al principio se escribían o se imprimían a mano todos los caracteres. Posteriormente se estampó el número de cuenta así como otros datos de interés. En la década de los años 60 se introdujeron las primeras bandas magnéticas hasta que aparecieron las primeras tarjetas que incorporaron chips de seguridad.

Con la evolución de los ordenadores e Internet, hoy en día disponemos del conocido dinero virtual o electrónico, el cual representa a todo el dinero que se intercambia mediante medios electrónicos como un datáfono, ordenador o smartphone conectado a una red.

Las compras on-line promovidas por empresas tecnológicas como Amazon, Ebay o Apple mediante su Itunes Store han convertido a Internet como el nuevo medio para realizar compras y ventas a través de nuestro ordenador, tablet o smartphone. Así el dinero corresponde a un número electrónico que está almacenado en alguna base de datos de uno o varios servidores. Este nuevo medio de pago ha sustituido al tradicional moneda o billete dejando de ser un dinero tangible (que podemos tocar y verlo) a ser un dinero intangible (un número virtual).

Por último y otra vez debido a Internet está implantándose con gran fuerza una nueva moneda totalmente virtual llamada Bitcoin. Esta moneda no está respaldada por ningún gobierno ni estado. Su éxito se basa en la aceptación de una gran parte de los navegantes o usuarios de Internet así como que su valor está regido por la ley de la oferta y demanda. Este tipo de moneda no se regula por ningún banco central o institución financiera. Existen otros ejemplos de monedas virtuales como Litecoin, Ripple o Terracoin que cada vez están adquiriendo mayor aceptación entre los usuarios.

Ahora que ya sabes lo que es el dinero, ¿sabías que la palabra dinero proviene del latín Dinarium que fue una moneda creada por los antiguos romanos para establecer relaciones comerciales y pagar a los trabajadores?

**Упражнение1**. *Прочитайте и переведите текст. Определите ключевые фразы и предложения.*

**Упражнение2.***Найдите испанские эквиваленты из текста следующим словам и выражениям:*

Кредитные карты; ежедневные покупки; их распространение; создаёт предприятие DinersClub; выпуск кредитных карт; заменило металлические и бумажные деньги; оплачивать большие суммы ; делались оттиски вручную; номер счёта; виртуальные или электронные деньги; через наш компьютер; хранится в какой либо базе данных; новый способ оплаты; осязаемые деньги; не поддерживается ни одним правительством; финансовое учреждение; приобретают всё большее распространение;

**Упражнение3**. *Ответьте на вопросы по тексту:*

1) ¿Qué origen tienen las tarjetas de crédito?

2) ¿Cómo influyó Frank Macnamara en la expansión de las tarjetas de crédito?

3) ¿Cuál es la ventaja del uso de las tarjetas de crédito?

4) ¿Cómo cambiaba la tarjeta de pago a lo largo de la historia?

5) ¿Qué es el dinero electrónico?

6) ¿Qué tipos de monedas totalmente virtuales existen? ¿Cuáles son sus peculiaridades?

**Упражнение4**. *Определитеродсуществительных:*

Tarjeta, moneda, origen, expansión, emisión, uso, metal, cantidad, dinero, cuenta, seguridad, evolución, red, compra, venta, base, moneda, gobierno, estado, oferta, demanda, banco, institución, usuario.

**Упражнение5.***Образуйте существительные от следующих глаголов:*

|  |  |
| --- | --- |
| Comprar |  |
| Emitir |  |
| Usar |  |
| Pagar |  |
| Vender |  |
| Aceptar |  |
| Gobernar |  |
| Contar |  |

**Упражнение6**. *Заполните пропуски в предложениях соответствующими словами и выражениями:*

a) el metal de las monedas; b) la oferta y demanda; c) se imprimían a mano; d) banco central; e) dinero virtual; f) un origen; g) transportar y pagar; h) realizar compras y ventas; i) el número de cuenta.

1) Las tarjetas de crédito y débito que utilizamos en nuestras compras diarias no tienen ... bien claro.

2) El uso de las tarjetas de pago sustituyó ... y el papel de los billetes por el plástico, permitiendo ... grandes cantidades de dinero mediante un ligero y cómodo rectángulo de plástico.

3) Al principio se escribían o ... todos los caracteres. Posteriormente se estampó ... así como otros datos de interés.

4) Con la evolución de los ordenadores e Internet, hoy en día disponemos del conocido ... o electrónico.

5) Las compras on-line promovidas por empresas tecnológicas como Amazon, Ebay o Apple mediante su Itunes Store han convertido a Internet como el nuevo medio para ... a través de nuestro ordenador, tablet o smartphone.

6) Su éxito se basa en la aceptación de una gran parte de los navegantes o usuarios de Internet así como que su valor está regido por la ley de … .

7) Este tipo de moneda no se regula por ningún … oinstituciónfinanciera.

**Упражнение7**. *Найдите в тексте антонимы к следующим словам:*

Comprar dependiente

Pequeño viejo

Tangible fracaso

**Упражнение8**. *Вставьтенеобходимыепредлоги:*

1) Lo que está claro es que su expansión fue debida gracias ... Frank Macnamara cuando ... 1950 funda la empresa Diners Club y crea la primera empresa independiente ... emisión ... tarjetasdecrédito.

2) ... la evolución ... los ordenadores e Internet, hoy en día disponemos ... el conocido dinero virtual o electrónico, el cual representa ... todo el dinero que se intercambia mediante medios electrónicos como un datáfono, ordenador o smartphone conectado a una red.

3) Las compras on-line promovidas ... empresas tecnológicas como Amazon, Ebay o Apple mediante su Itunes Store han convertido a Internet como el nuevo medio ... realizar compras y ventas a través de nuestro ordenador, tablet o smartphone.

4) Por último y otra vez debido ... Internet está implantándose ... gran fuerza una nueva moneda totalmente virtual llamada Bitcoin.

5) Su éxito se basa ... la aceptación de una gran parte ... los navegantes o usuarios de Internet así como que su valor está regido ... laley ... laofertaydemanda.

**Упражнение9**. *Расставьте предложения по порядку в соответствии с содержанием текста:*

1) En la década de los años 60 se introdujeron las primeras bandas magnéticas hasta que aparecieron las primeras tarjetas que incorporaron chips de seguridad.

2) A lo largo de la historia las tarjetas de pago han cambiado constantemente. Al principio se escribían o se imprimían a mano todos los caracteres.

3) Este nuevo medio de pago ha sustituido al tradicional moneda o billete dejando de ser un dinero tangible (que podemos tocar y verlo) a ser un dinero intangible (un número virtual).

4) Las tarjetas de crédito y débito que utilizamos en nuestras compras diarias no tienen un origen bien claro.

5) Posteriormente se estampó el número de cuenta así como otros datos de interés.

6) Por último y otra vez debido a Internet está implantándose con gran fuerza una nueva moneda totalmente virtual llamada Bitcoin.

7) Lo que está claro es que su expansión fue debida gracias a Frank Macnamara cuando en 1950 funda la empresa Diners Club y crea la primera empresa independiente de emisión de tarjetas de crédito.

8) Con la evolución de los ordenadores e Internet, hoy en día disponemos del conocido dinero virtual o electrónico, el cual representa a todo el dinero que se intercambia mediante medios electrónicos como un datáfono, ordenador o smartphone conectado a una red.

**Упражнение10**. *Скажите, какие сведения вы узнали впервые из прочитанного текста, и какие факты были вам уже известны.*

**Empresa - Explicación y definición de empresa.**

**¿Qué es una empresa?**

Una empresa se define como el conjunto de elementos tangibles e intangibles que desarrollan colectivamente una serie de actividades con la finalidad de alcanzar un mismo objetivo.

Diversas organizaciones, centros educativos y numerosos estudiosos de reconocido prestigio han desarrollado diferentes definiciones del concepto de empresa a lo largo del tiempo. Con el objeto de comprender y profundizar sobre este amplio concepto explicaremos palabra a palabra la definición expuesta anteriormente.

Los elementos tangibles son todos aquellos recursos que dispone una empresa los cuales podemos visualizar y tocar, es decir son los recursos físicos, corpóreos y materiales como las personas que componen y trabajan en la empresa, las máquinas utilizadas para la fabricación de un producto, el espacio reservado para el almacenamiento de materiales, el conjunto de ordenadores utilizados para la administración y gestión de la empresa, etc...

Por otro lado los elementos intangibles son aquellos recursos que dispone una empresa los cuales no podemos ver ni tocar, es decir son inmateriales. Los recursos intangibles son como el conocimiento o Know How que dispone y adquiere la empresa a lo largo de los años, la motivación y pasión por el trabajo desarrollado por el personal empleado, las relaciones que mantiene con los empleados, proveedores y clientes, la marca, el prestigio y el reconocimiento de la empresa...

Por lo que todos los recursos tangibles o materiales que dispone una empresa se unen con los recursos intangibles con el objeto de trabajar de forma global y coordinada con la finalidad de alcanzar un mismo objetivo.

Los objetivos o metas de las empresas son la razón por las cuales se han creado. La mayoría de ellas tienen una finalidad lucrativa por medio de la cual se satisface una serie de necesidades o deseos de sus clientes a cambio de ciertos recursos monetarios o [dinero](http://www.quees.info/que-es-el-dinero.html). También existen otros cuyo objetivo es mejorar o prestar unos servicios que aumenten el bienestar social de un grupo o colectivo de personas, empresas como ONG´s, servicios sociales por parte de entidades públicas, centros de investigación públicos... son ejemplos entre otros. Por último existen otras cuyo objetivo es dar a conocer la marca o productos de la empresa, por ejemplo fundaciones políticas, asociaciones culturales de una ciudad o región, etc...

Tal y como hemos citado la mayoría de las empresas tienen un fin lucrativo donde los dueños, propietarios o accionistas invierten parte de sus recursos monetarios con la finalidad de obtener unas rentabilidades en un periodo de tiempo establecido como consecuencia de la propia actividad de la empresa.

El proceso de creación de una empresa requiere una serie de documentos y avales establecidos por las leyes mercantiles vigentes en cada país. Por lo general en la mayoría de los países y como fruto de la propia actividad empresarial parte de los beneficios son destinados a pagar determinados impuestos. Tambien es necesario llevar una contabilidad global donde se registren todos los movimientos monetarios.

Ahora que ya conoces el concepto de empresa, ¿sabías que la empresa más antigua del mundo que funciona actualmente es la japonesa Hoshi Roykan?, fundada en el año 718 es sin duda el hotel y el negocio más longevo de la historia el cual ha sobrevivido a cientos de crisis económicas.

**Упражнение1**. *Прочитайте и переведите текст. Определите ключевые фразы и предложения.*

**Упражнение2**. *Найдите испанские эквиваленты из текста следующим словам и выражениям:*

Фирма; совокупность элементов; ресурсы, которыми располагает фирма; оборудование; место для складирования; приобретает фирма на протяжении лет; отношения; престиж и признание; с целью получения прибыли; удовлетворяются ряд потребностей; повысят уровень благосостояния; собственники; вкладывают; получить прибыль; деятельность фирмы;

**Упражнение3**. *Ответьте на вопросы по тексту:*

1) ¿Cómo se define la empresa?

2) ¿Qué diferencia existe entre los elementos tangibles e intangibles?

3) ¿Cuáles son los objetivos de la mayoría de las empresas?

4) ¿Existen empresas que no tienen un fin lucrativo?

5) ¿Qué requiere el proceso de creación de una empresa?

**Упражнение4**. *Определите род существительных и согласуйте их с прилагательным в роде и числе:*

*Например:*  Empresa pequeñ... **La** empresa pequeñ**a**

1. Elemento tangibl ... 6. Ordenador modern...

2. Actividad financier ... 7. Finalidad lucrativ...

3. Organización nacional... 8. Necesidades material ...

4. Centro educativ ... 9. Servicios social ...

5. Recursos material ... 10. Fundacionespublic ...

**Упражнение5.***Заполните таблицу соответствующими однокоренными словами из текста:*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Глагол**  **(elverbo)** | **Существительное**  **(elsustantivo)** | |
|  | | *definición* |
| *organizar* | |  |
|  | | *desarrollo* |
| *almacenar* | |  |
|  | | *satisfacción* |
| *administrar* | |  |
|  | | *inversión* |
| *fabricar* | |  |
|  | | *creación* |
| *servir* | |  |

**Упражнение6**. *Заполните пропуски в предложениях соответствующими словами и выражениями:*

prestar unos servicios, tangibles, actividades, obtener unas rentabilidades, una finalidad lucrativa, el conjunto de elementos, intangibles, invierten parte de sus recursos monetarios, el bienestar social.

1) Una empresa se define como ... tangibles e intangibles que desarrollan colectivamente una serie de ... con la finalidad de alcanzar un mismo objetivo.

2) Los elementos ... son todos aquellos recursos que dispone una empresa los cuales podemos visualizar y tocar.

3) Por otro lado los elementos ... son aquellos recursos que dispone una empresa los cuales no podemos ver ni tocar, es decir son inmateriales.

4) La mayoría de las empresas tienen ... por medio de la cual se satisface una serie de necesidades o deseos de sus clientes a cambio de ciertos recursos monetarios o [dinero](http://www.quees.info/que-es-el-dinero.html).

5) También existen otros cuyo objetivo es mejorar o ... que aumenten ... de un grupo o colectivo de personas, empresas como ONG´s, servicios sociales por parte de entidades públicas, centros de investigación públicos...

6) Tal y como hemos citado la mayoría de las empresas tienen un fin lucrativo donde los dueños, propietarios o accionistas ... con la finalidad de ... en un periodo de tiempo establecido como consecuencia de la propia actividad de la empresa.

**Упражнение7**. *Найдите в тексте синонимы к следующим словам. Прочитайте предложения, заменяя слова из текста их синонимами:*

El objetivo entender

Conseguir el beneficio

Diferente recibir

**Упражнение8.***Соотнесите слова из текста, которые находятся в левой колонке, с их антонимами в правой колонке. Составьте 5 предложений сновыми словами из второй колонки:*

|  |  |
| --- | --- |
| 1) amplio | 1) empeorar |
| 2) anteriormente | 2) reducir |
| 3) mejorar | 3) estrecho |
| 4) aumentar | 4) minoría |
| 5) mayoría | 5) posteriormente |

**Упражнение9***. Вставьте необходимые предлоги:*

1) Diversas organizaciones, centros educativos y numerosos estudiosos ... reconocido prestigio han desarrollado diferentes definiciones del concepto ... empresa ... lo largo del tiempo.

2) Son los recursos físicos, corpóreos y materiales como las personas que componen y trabajan ... la empresa, las máquinas utilizadas ... la fabricación de un producto, el espacio reservado ... el almacenamiento de materiales, el conjunto de ordenadores utilizados ... laadministraciónygestión ... laempresa, etc...

3) Los objetivos o metas ... las empresas son la razón ... las cuales se han creado.

4) El proceso de creación ... una empresa requiere una serie de documentos y avales establecidos ... lasleyesmercantilesvigentes … cadapaís

5) Por lo general ... la mayoría ... los países y como fruto de la propia actividad empresarial parte de los beneficios son destinados ... pagardeterminadosimpuestos

**Упражнение10.** *Рассмотрите данную схему и дополните её. Используя слова и выражения из прочитанного текста, дайте развёрнутое определение термину «фирма».*

**EMPRESA**

ELEMENTOS

*INTANGIBLES*

OBJETIVOS

LUCRATIVOS

**Clasificación de las empresas.**

Existen múltiples maneras de clasificar el amplio rango de empresas existentes en la actualidad, entre todas ellas podemos clasificarlas por:

**Grado Tecnológico:**

* Líder - Son aquellas que basan su actividad en el desarrollo de productos y servicios novedosos y revolucionarios basados en innovaciones tecnológicas desarrolladas en centros de investigación internos o externos de la empresa. Apple, Nasa o Google son claros ejemplos de líderes en tecnologías.
* Seguidora - Son aquellas que lanzan productos similares a las empresas lideres en un corto espacio de tiempo, basándose en las tecnologías o ideas desarrolladas por estas últimas.
* Obsoletas - Son aquellas cuyos productos estan basados en tecnologías conocidas y obsoletas dedicándose a la fabricación de productos estándares y de bajo valor tecnológico.

**Origen del dinero o capital:**

* Públicas - Se denominan empresas públicas aquellas cuyo capital monetario proviene de las arcas públicas del país mediante los impuestos recolectados a los ciudadanos, teniendo por lo general unos objetivos de prestación y mejora del bienestar social de los ciudadanos.
* Privadas - Se denominan empresas privadas aquellas cuyo capital monetario proviene de una persona o grupo de personas cuyo objetivo por norma general consiste en recuperar la inversión realizada y obtener ciertas rentabilidades mediante la prestación de servicios o la fabricación de productos destinados a la satisfacción de los deseos y necesidades de sus clientes.
* Mixtas - Son aquellas cuyo capital proviene tanto de fondos públicos como de fondos privados.

**Tipo de actividad desarrollada:**

* Industrial - Engloba a todas las empresas cuya actividad está enfocada a la extracción de materias primas y recursos naturales así como todas aquellas dedicadas a la fabricación de productos semielaborados o finales.
* Comercial - Son todas aquellas dedicadas a la distribución de los productos y servicios fabricados o creados por otras empresas como por ejemplo mayoristas, grandes almacenes, distribuidoras...
* Servicios - Son aquellas cuyos productos son intangibles o también conocidos como servicios, empresas de mantenimiento, limpieza, transporte, sanidad o educación son ejemplo entre otras.

**Tamaño y facturación:**

* Microempresa - Son aquellas que emplean un número inferior a 10 trabajadores y cuyo volumen de negocio o facturación es menor o igual a 2 millones de euros.
* Pequeña empresa - Son aquellas que emplean a un número inferior a 50 trabajadores y su volumen de negocio es menor a 10 millones de euros.
* Mediana empresa - Son aquellas que emplean un número inferior o igual a 250 trabajadores y su volumen de facturación es menor a 50 millones de euros.
* Gran empresa - Son aquellas que emplean un número superior a 250 trabajadores con un volumen de facturación superior a los 50 millones de euros.

**Упражнение1**. *Прочитайте и переведите текст. Определите ключевые фразы и предложения.*

**Упражнение2**. *Найдите испанские эквиваленты из текста следующим словам и выражениям:*

Технологические инновации; исследовательский центр; выпускают продукты; известные и устаревшие технологии; собранные налоги; социальное благосостояние; окупать вложение; определённая выгода; удовлетворение желаний и потребностей; государственные фонды; направлена на добычу; полуфабрикат или конечный продукт; оптовые предприятия; объём продаж или оборот; работники;

**Упражнение** 3. *Ответьте на вопросы по тексту:*

1) ¿Cómo se clasifican las empresas por grado tecnológico?

2) ¿Qué diferencia existe entre la empresa pública y la privada?

3) ¿Cuáles son las características de la empresa industrial y la comercial?

4) ¿Cómo se clasifican las empresas por tamaño y facturación?

**Упражнение4**. *Определите род существительных и согласуйте их с прилагательным в роде и числе:*

*Например:*  Empresa pequeñ... **La** empresa pequeñ**a**

1. Actividad mercantil... 6. Capital monetari ...

2. Productos novedos ... 7. Fondos privad ...

3. Innovación tecnológic... 8. Materias prim ...

4. Tecnologías obsolet ... 9. Inversión realizad ...

5. Impuestos recolectad ... 10. Productosfinal ...

**Упражнение5.***Заполните таблицу соответствующими однокоренными словами из текста:*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Глагол**  **(elverbo)** | **Существительное**  **(elsustantivo)** | |
| *investigar* | |  |
|  | | *el lanzamiento* |
| *fabricar* | |  |
|  | | *la prestación* |
| *invertir* | |  |
|  | | *la extracción* |
| *distribuir* | |  |
|  | | *el mantenimiento* |
| *negociar* | |  |
|  | | *la facturación* |

**Упражнение6**. *Заполните пропуски в предложениях соответствующими словами и выражениями:*

a) productos estándares; b) trabajadores; c) la extracción de materias primas; d) fondos privados; e) volumen de facturación; f) productos y servicios novedosos; g) intangibles; h) mejora del bienestar social; i) productos similares;

1) La actividad de la empresa-líder se basa en el desarrollo de ... y revolucionarios basados en innovaciones tecnológicas desarrolladas en centros de investigación internos o externos de la empresa.

2) Son aquellas que lanzan ... a las empresas lideres en un corto espacio de tiempo, basándose en las tecnologías o ideas desarrolladas por estas últimas.

3) Son aquellas cuyos productos estan basados en tecnologías conocidas y obsoletas dedicándose a la fabricación de ... y de bajo valor tecnológico.

4) Las empresas públicas son aquellas cuyo capital monetario proviene de las arcas públicas del país mediante los impuestos recolectados a los ciudadanos, teniendo por lo general unos objetivos de prestación y ... de los ciudadanos.

5) El capital de la empresa mixta proviene tanto de fondos públicos como de ... .

6) La actividad de la empresa industrial está enfocada a ... y recursos naturales.

7) Servicios - Son aquellas cuyos productos son ... o también conocidos como servicios, empresas de mantenimiento, limpieza, transporte, sanidad o educación son ejemplo entre otras.

8) Las empresas medianas emplean un número inferior o igual a 250 ... ysu ... esmenora 50 millonesdeeuros.

**Упражнение7.***Заменитевыделенныесловаантонимами:*

1) Son aquellas que basan su actividad en el desarrollo de productos y servicios ***novedosos***.

2) Son aquellas que lanzan productos ***similares*** a las empresas lideres en un ***corto*** espacio de tiempo.

3) Son aquellas cuyos productos estan basados en tecnologías obsoletas dedicándose a la fabricación de productos estándares y de ***bajo*** valor tecnológico.

4) Son aquellas cuyo capital proviene de fondos ***públicos.***

5) Son aquellas que emplean un número ***inferior*** a 10 trabajadores y cuyo volumen de negocio o facturación es ***menor*** o igual a 2 millones de euros.

**Упражнение8**. *Вставьтенеобходимыепредлоги:*

1) Existen múltiples maneras de clasificar el amplio rango … empresasexistentes … laactualidad.

2)Apple, Nasa o Google son claros ejemplos … líderes … tecnologías.

3) Se denominan empresas privadas aquellas cuyo capital monetario proviene … una persona o grupo de personas cuyo objetivo … norma general consiste … recuperar la inversión realizada.

4) Engloba … todas las empresas cuya actividad está enfocada a la extracción … materias primas y recursos naturales.

5) Son aquellas que emplean un número inferior … 10 trabajadores y cuyo volumen … negocio o facturación es menor o igual … 2 millones de euros.

**Упражнение9.***Определитевидпредприятия (фирмы):*

1) Son aquellas que emplean un número inferior a 10 trabajadores y cuyo volumen de negocio o facturación es menor o igual a 2 millones de euros.

2) Son aquellas que emplean un número inferior o igual a 250 trabajadores y su volumen de facturación es menor a 50 millones de euros.

3) Son aquellas que basan su actividad en el desarrollo de productos y servicios novedosos y revolucionarios basados en innovaciones tecnológicas desarrolladas en centros de investigación internos o externos a la empresa.

4) Son aquellas cuyo capital monetario proviene de las arcas públicas del país mediante los impuestos recolectados a los ciudadanos, teniendo por lo general unos objetivos de prestación y mejora del bienestar social de los ciudadanos.

5) Engloba a todas las empresas cuya actividad está enfocada a la extracción de materias primas y recursos naturales así como todas aquellas dedicadas a la fabricación de productos semielaborados o finales.

6) Son aquellas cuyos productos estan basados en tecnologías conocidas y obsoletas dedicándose a la fabricación de productos estándares y de bajo valor tecnológico.

7) Son aquellas cuyos productos son intangibles o también conocidos como servicios, empresas de mantenimiento, limpieza, transporte, sanidad o educación son ejemplo entre otras.

8) Son aquellas cuyo capital proviene tanto de fondos públicos como de fondos privados.

**Упражнение10.***Рассмотрите данную схему и дополните её. Используя слова и выражения из прочитанного текста, расскажите о критериях классификации и видах предприятий.*

Clasificación de las empresas

***Grado Tecnológico***

***Origen del dinero o capital***

***Tipo de actividad desarrollada***

***Tamaño y facturación***

**El desafío del marketing verde para empresas y consumidores.**

Las empresas peruanas tienen el reto de ofrecer productos seguros para el medio ambiente. Algunas ya lo hacen, pero también es necesario que el consumidor local los prefiera. Para el profesor Wakabayashi, las acciones de las empresas que manejan conceptos de sostenibilidad valen 10% más en el Dow Jones, que aquellas que no lo tienen.

En el 2009 se dio a conocer una encuesta del Instituto de Opinión Pública de la Universidad Católica, en la cual se confirma una tendencia: el interés de los peruanos por la conservación del medio ambiente, pero también el poco compromiso real de los consumidores en este tema. Así, el 89% considera muy importante el problema de la conservación ambiental, pero el 56% señala que pocas veces compraba productos ecológicos o no contaminantes."El consumidor peruano aún no es selectivo en este campo por la educación que ha recibido. Le es indiferente", afirmó el ex ministro del Ambiente, Antonio Brack.

Los expertos definen el marketing ecológico como el marketing de productos que son seguros para el medio ambiente, y al consumidor verde como aquel que es consciente de su responsabilidad ecológica como consumidor y que lo demuestra con sus hábitos de compra.

Así, este tipo de público está informado, lee etiquetas, revisa Internet y está dispuesto a pagar un 20% más por un producto o servicio ecológico, explicó la ingeniera ambiental Johanna Poggi.

Según el "ranking verde" de Greenpeace, la compañía Nokia es una de las que más se preocupa de incorporar el marketing ecológico a sus políticas. Este tipo de empresas tecnológicas son medidas en el ranking de acuerdo con su nivel de protección al medio ambiente, mediante la eliminación de químicos tóxicos, el reciclaje y sus soluciones para combatir el cambio climático.

Por su parte, Samsung instauró un plan para que sus fábricas sean amigables con la naturaleza, invirtiendo más de US$ 4,300 millones para reducir en 50% las emisiones de carbono y así colaborar con un futuro más sustentable.

José Luis Wakabayashi, Director de la Maestría de Marketing de ESAN, aseguró que las acciones de las empresas que manejan conceptos de sostenibilidad valen 10% más en el Dow Jones, que aquellas compañías que no lo tienen.

El marketing verde es una respuesta de las empresas para adecuar sus productos y procesos comerciales no solo a satisfacer las necesidades del mercado, sino para que sean compatibles y convivan con el ambiente. Mencionó que en el caso peruano, las empresas del sector bebidas han aplicado estrategias de marketing de este tipo. "Algunas firmas están reduciendo el grosor de los envases, con lo cual, el impacto del plástico en el ambiente se reduce", señaló. Wakabayashi añadió que las empresas toman la decisiόn de desarrollar este nuevo enfoque del marketing no solo con un fin altruista, sino porque responde a una necesidad y deseo de los consumidores y de la sociedad.

**Упражнение 1.***Прочитайте и переведите текст. Определите ключевые фразы и предложения.*

**Упражнение 2.***Найдите испанские эквиваленты из текста следующим словам и выражениям:*

Предлагать безопасные продукты, местный потребитель, функционируют в соответствии с принципами экологичности (экологической целесообразности), сохранение окружающей среды, не избирателен в этой области, экологический маркетинг, осознаёт свою ответственность, готов заплатить, согласно «зелёному рейтингу», заботится о внедрении экологического маркетинга, защита окружающей среды, исключение токсичных химикатов, сократить на 50 % выброс углерода, удовлетворять потребности рынка, применяли маркетинговые стратегии, уменьшают толщину упаковки, принимают решение развивать это новое направление, так как отвечает потребностям и желанию потребителей.

**Упражнение3**. *Ответьте на вопросы по тексту:*

1) ¿Qué reto tienen las empresas peruanas?

2) ¿Cuáles son los resultados de la encuesta del Instituto de Opinión Pública de la Universidad Católica?

3) ¿Cómo definen los expertos el marketing ecoógico?

4) ¿Incorporan el marketing verde a sus políticas las compañías Nokia y Samsung?

5) ¿Qué dice José Luis Wakabayashi, Director de la Maestría de Marketing de ESAN, sobre el marketing verde?

**Упражнение4**. *Определитеродсуществительных:*

Empresa, consumidor, acción, encuesta, universidad, interés, conservación, tema, educación,problema, responsabilidad, servicio, protección, reciclaje, sector, envase, plan, necesidad, deseo.

**Упражнение** 5. *Заполните таблицу недостающими однокоренными словами:*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Глагол**  **(El verbo)** | **Прилагательное**  **(El adjetivo)** | | **Существительное**  **(El sustantivo)** | |
|  | | *productivo* | |  |
|  | |  | | *satisfacción* |
|  | | *decisivo* | |  |
| *necesitar* | |  | |  |
|  | | *responsable* | |  |
|  | |  | | *seguridad* |
| *contaminar* | |  | |  |
|  | | *conservativo* | |  |

**Упражнение6**. *Заполните пропуски в предложениях соответствующими словами и выражениями:*

a) el marketing ecológico, b) conceptos de sostenibilidad, c) el consumidor local, d) satisfacer las necesidades, e) el medio ambiente, f) selectivo, g) la eliminación de químicos tóxicos, h) ofrecer productos seguros.

1) Las empresas peruanas tienen el reto de ... para el medio ambiente.

2) Algunas ya lo hacen, pero también es necesario que ... los prefiera.

3) El consumidor peruano aún no es ... en este campo por la educación que ha recibido.

4) Los expertos definen ... como el marketing de productos que son seguros para ... .

5) Este tipo de empresas tecnológicas son medidas en el ranking de acuerdo con su nivel de protección al medio ambiente, mediante ... , el reciclaje y sus soluciones para combatir el cambio climático.

6) José Luis Wakabayashi, Director de la Maestría de Marketing de ESAN, aseguró que las acciones de las empresas que manejan ... valen 10% más en el Dow Jones, que aquellas compañías que no lo tienen.

7) El marketing verde es una respuesta de las empresas para adecuar sus productos y procesos comerciales no solo a ... del mercado, sino para que sean compatibles y convivan con el ambiente.

**Упражнение7**. *Соотнесите термины с их определениями:*

|  |  |
| --- | --- |
| **1. El consumidor** | a. La organización internacional que se dedica a la protección del medio ambiente. |
| **2. El producto** | b. Es una rama de la biología que estudia las relaciones entre los seres vivos y el medio ambiente. |
| **3.Greenpeace** | c. Unidad económica autónoma que combina los factores de producción o comercialización para la obtención de bienes y servicios. |
| **4.La ecología** | d. Es aquel que consume o utiliza bienes y servicios para satisfacer sus necesidades. |
| **5. La empresa** | e. El resultado de un proceso de producción: un bien o servicio apto para satisfacer necesidades. |

**Упражнение8**. *Вставьтенеобходимыепредлоги:*

1) Las empresas peruanas tienen el reto ... ofrecer productos seguros ... el medio ambiente.

2) ... el 2009 se dio a conocer una encuesta ... el Instituto de Opinión Pública de la Universidad Católica, en la cual se confirma una tendencia: el interés ... los peruanos por la conservación ... el medio ambiente, pero también el poco compromiso real de los consumidores ... este tema.

3) Así, este tipo ... público está informado, lee etiquetas, revisa Internet y está dispuesto ... pagar un 20% más ... un producto o servicio ecológico, explicó la ingeniera ambiental Johanna Poggi.

4) Este tipo ... empresas tecnológicas son medidas en el ranking de acuerdo con su nivel de protección al medio ambiente, mediante la eliminación ... químicos tóxicos, el reciclaje y sus soluciones ... combatir el cambio climático.

5) Por su parte, Samsung instauró un plan ... que sus fábricas sean amigables ... la naturaleza, invirtiendo más de US$ 4,300 millones para reducir en 50% las emisiones ... carbono y así colaborar con un futuro más sustentable.

6) Mencionó que ... el caso peruano, las empresas ... el sector bebidas han aplicado estrategias ... marketingdeestetipo.

**Упражнение9**. *Составьте предложения из данных слов и словосочетаний в соответствии с содержанием прочитанного текста:*

1) Para el medio ambiente, ofrecer, las empresas peruanas, tienen el reto, de productos seguros.

2) En la encuesta, del medio ambiente, el interés de, por la conservación, se confirma, los peruanos.

3) Es consciente, el consumidor verde, con sus hábitos de compra, de su responsabilidad ecológica, y lo demuestra.

4) Samsung, para reducir en 50% las emisiones de carbono, para que sus fábricas sean amigables, invirtiendo más de US$ 4,300 millones, instauró un plan, con la naturaleza.

5) De desarrollar este nuevo enfoque del marketing, a una necesidad y deseo, las empresas, porque él responde, de los consumidores y de la sociedad, toman la decisiόn.

**Упражнение10**. *Используя слова и выражения из текста, расскажите о данном направлении маркетинговой политики в нашей стране.*

«El marketing verde en Belarús».

**Oportunidades de mercado.**

Cuando se quiere emprender, muchos piensan en crear algo que todavía no esté inventado y de ahí viene esa expresión: “es que ya está todo inventado”. ¿Y qué? ¿Crees que para tener éxito tienes que inventar algo nuevo? Si es así siento desilusionarte (aunque en el fondo es una buena noticia) pero no es necesario. Basta con que descubras una necesidad de un colectivo o grupo de gente considerable (mercado) que no está cubierto. O quizás un servicio o producto que ya existe pero lo puedes mejorar añadiendo valor o haciéndolo de otro modo. Hay empresas muy grandes e importantes que simplemente han tenido éxito haciendo las cosas de otra manera y atreviéndose.

**Упражнение 1.***Переведите текст.*

**Упражнение2**. *Найдите в тексте эквиваленты следующим словам и выражениям:*

возможности рынка, начать предпринимательскую деятельность, что-либо создать, уже всё изобретено, добиться успеха, разрушить иллюзии, неудовлетворённая потребность, улучшить услугу, делать что-либо другим способом.

**Упражнение3**. *Ответьте на следующие вопросы:*

1. Cuando se quiere emprender ¿ Es necesario siempre inventar algo nuevo?
2. ¿Qué es bastante para emprender?
3. ¿Hay empresas que han tenido éxito sin inventar algo nuevo?

**Упражнение4.***Напишите синонимы к следующим словам:*

emprender, crear, es necesario, producto, empresa, necesidades.

**Упражнение5.***Напишите антонимы к следующим словам:*

crear algo, tener ilusion, mejorar, tener éxito, lo puedes mejorar,

**Упражнение6.***Заполните пропуски в предложениях подходящими словами из списка:*

atreviéndose, desilusionarte, crear algo, inventar algo, necesidad de un colectivo o grupo de gente.

1. Cuando se quiere emprender, muchos piensan en ... que todavía no esté inventado.

2. ¿Crees que para tener éxito tienes que ... nuevo?

3. Siento ... (aunque en el fondo es una buena noticia) pero no es necesario.

4. Basta con que descubras ... una considerable (mercado) que no está cubierto.

5. O quizás un servicio o producto que ya existe pero ... añadiendo valor o haciéndolo de otro modo.

6. Hay empresas muy grandes e importantes que simplemente han tenido éxito haciendo las cosas de otra manera y ... .

**Упражнение 7.** *Закончите следующие предложения по смыслу:*

1. Cuando se quiere emprender, muchos piensan ... .
2. ¿Crees que para tener éxito tienes que ... ? .
3. Si es así siento ... .
4. Basta con que descubras ... .
5. Puedes mejorar un servicio o producto que ya existe haciendo ... .
6. Hay empresas muy grandes e importantes que simplemente han tenido éxito haciendo ... .

**Упражнение 8.** *Перескажите текст, используя ключевые слова и выражения:*

querer emprender; crear algo; está todo inventado; tener éxito; necesidad que no está cubierta; puedes mejorar añadiendo valor; haciendo las cosas de otra manera y atreviéndose.

**Contabilidad.**

CONTABILIDAD

I. Concepto.

La contabilidad es el proceso de identificar, medir y comunicar información económica apta para permitir juicios y decisiones documentados a los usuarios de dicha información.

II.Origen y evoluciόn de la contabilidad. Hasta llegar al momento actual, el camino recorrido por la contabilidad no ha sido fácil. Desde los primeros registros contables que se realizaron 4.000 años antes de J.C., la primera evidencia de un sistema completo de teneduría de libros por partida doble fue hallada en los registros de un mercader medieval de Génova. La circunstancia más importante que dio auge a la contabilidad fue el desarrollo del comercio en las ciudades Italianas medievales.La primera obra que se publicó, y que describe el sistema de teneduría de libros por partida doble, fue la escrita por fray Luca Paccioli en 1494 *“Summa de Aritmética, Geometría, Proportioni et Proportionalitá”*. Paccioli fue un fraile franciscano que vivió casi toda su vida como maestro y erudito. En ese momento la finalidad de la contabilidad era:

- Dar información al mercader de su activo y su pasivo

- No existía el concepto de ejercicio económico, y el carácter de continuidad del negocio.

- Tampoco había una unidad monetaria constante estable única.

En los siglos XVII y XVIII se empezó a practicar el cálculo del saldo de pérdidas y ganancias al cierre de cada ejercicio, introduciendo el concepto de ejercicio económico y medio siglo después se aconsejó que los balances se hicieran también en intervalos de tiempo específicos. En los siglos XIX y XX se produjo su desarrollo más rápido y acelerado. La sociedad económica se volvió más compleja y se vió la necesidad de informar no sólo al propietario del negocio (quien tomaba las decisiones) sino también a los accionistas, inversores, acreedores y el gobierno. Los cambios de mayor calado se produjeron de 1800 a 1930, destacando los siguientes:

- La presentación de libros de texto de teneduría de libros y el desarrollo de métodos nuevos de enseñar contabilidad.

- La Revolución Industrial con su influencia en la contabilidad de costes y la contabilización de la depreciación.

- La regulación gubernativa de los negocios.

- La imposición fiscal de las empresas.

- El desarrollo de la sociedad anónima, el crecimiento de los gigantes industriales y financieros mediante fusiones.

- La influencia de la teoría económica.

Hoy en día con el auge de las firmas de auditoria, la evolución ha sido patente y se puede decir que la contabilidad es el lenguaje utilizado en los negocios, y es el medio más adecuado para elaborar la información económico financiera de la empresa necesaria para los usuarios, es decir, las personas encargadas de la toma de decisiones en la empresa.

**Упражнение 1.***Прочтите и переведите текст, определите в нём предложения, выражающие основные положения текста.*

**Упражнение 2.** *Найдите в тексте эквиваленты следующим словам и выражениям:*

el proceso de identificar, medir y comunicar información económica, evoluciόn de la contabilidad, registros contables, teneduría de libros, partida doble, mercader medieval, fraile franciscano, concepto de ejercicio económico, unidad monetaria estable única, cálculo del saldo de pérdidas y ganancias, al cierre de cada ejercicio, el balance, propietario del negocio, contabilidad de costes y la contabilización de la depreciación, imposición fiscal de las empresas, sociedad anónima, firmas de auditoria, toma de decisiones en la empresa.

**Упражнение 3.** *Используя материал текста, ответьте на вопросы по содержанию текста:*

1. ¿ Qué es la contabilidad?
2. ¿Cuándo se realizaron los primeros registros constables?
3. ¿Dόnde y cuándo fue hallada por primera vez la partida doble?
4. ¿Qué diό auge a la la contabilidad?
5. ¿Quién y en qué obra describe el sistema de teneduría de libros por partida doble?
6. ¿Cuándo se empezó a practicar el cálculo del saldo de pérdidas y ganancias al cierre de cada ejercicio?
7. ¿Cuándo se produjeron los cambios de mayor calado?
8. ¿Qué influyό en la contabilidad de costes y la contabilización de la depreciación?
9. ¿Qué podemos decir ahora de la contabilidad moderna con la apariciόn de las firmas de auditoria?

**Упражнение 4.** *Определите род имён существительных:*

Contabilidad, juicio, información, decision, evoluciόn, registro, usuario, evidencia, sistema, circunstancia, comercio, ciudad, finalidad, necesidad, continuidad, presentación, propietario, accionista, pérdida, inversor, fusiόn, contabilización, revolución, sociedad, empresa.

**Упражнение 5.** *Подберите однокоренные слова к следующим существительным, определите значение этих слов:*

Informaciόn, decisiόn, usuario, registro, mercader, contabilidad, ejercicio, negocio, continuidad, pérdida, necesidad, inversor, crecimiento, influencia.

**Упражнение 6.** *Заполните пропуски в предложениях подходящими словами из списка:*

El comercio, el saldo de pérdidas y ganancias, la contabilidad, la toma de decisiones, un mercader, el propietario, partida doble.

1. La primera evidencia de un sistema completo de teneduría de libros por partida doble fue hallada en los registros de ... medieval de Génova.
2. La primera obra que describe el sistema de teneduría de libros por ... , fue la escrita por fray Luca Paccioli en 1494 *“Summa de Aritmética, Geometría, Proportioni et Proportionalitá”*.
3. La circunstancia más importante que dio auge a la contabilidad fue el desarrollo de ... en las ciudades Italianas medievales.
4. En los siglos XVII y XVIII se empezó a practicar el cálculo de ... al cierre de cada ejercicio.
5. En los siglos XIX y XX se vió la necesidad de informar no sólo a .... del negocio sino también a los accionistas, inversores.
6. Se puede decir que ... es el lenguaje utilizado en los negocios.
7. Los usuarios son las personas encargadas de ... en la empresa.

**Упражнение 7.** *Замените выделенные слова и выражения их синонимами из текстa, произведя, где нужно, необходимые изменения:*

1. La contabilidad es el proceso de identificar, medir y **transmitir** información económica apta para permitir juicios y decisiones documentados a los usuarios de dicha información.
2. El primer **testimonio** de un sistema completo de teneduría de libros por partida doble fue hallado en los registros de un mercader medieval de Génova.
3. La circunstancia más importante que dio auge a la contabilidad fue el desarrollo de **la mercancía** en las ciudades Italianas medievales.
4. Tampoco había una unidad monetaria **constante** única.
5. Se vió la necesidad de informar no sólo al **titular** del negocio (quien tomaba las decisiones) sino también a los accionistas, inversores, acreedores y el gobierno.
6. El auge de **las empresas** de auditoria, la evolución ha sido patente y se puede decir que la contabilidad es el lenguaje utilizado en los negocios.
7. La contabilidad es el lenguaje **empleado** para elaborar la información económica financiera de la empresa necesaria para los usuarios.

**Упражнение 8.** *Вставьте вместо пропусков подходящие по смыслу предлоги:*

1. Hasta llegar al momento actual, el camino recorrido ... la contabilidad no ha sido fácil.
2. La primera evidencia ... un sistema completo ... teneduría de libros ... partida doble fue hallada ... los registros de un mercader medieval de Génova.
3. Paccioli fue un fraile franciscano que vivió casi toda su vida como maestro y erudito.
4. En los siglos XVII y XVIII se empezó a practicar el cálculo del saldo de pérdidas y ganancias al cierre de cada ejercicio.
5. Se vió la necesidad ... informar no sólo ... el propietario ... el negocio (quien tomaba las decisiones) sino también ... los accionistas, inversores, acreedores y el gobierno.
6. La contabilidad es el lenguaje utilizado para elaborar la información económica financiera de la empresa necesaria para los usuarios.

**Упражнение 9.** *Продолжите предложения в соответствии с содержанием текста:*

1. La contabilidad es el proceso de ... .
2. La primera evidencia de un sistema completo de teneduría de libros por partida doble fue hallada en ... .
3. La primera obra que se publicó, y que describe el sistema de teneduría de libros por partida doble, fue la escrita ... .
4. La sociedad económica se volvió más compleja y se vió la necesidad de informar no sólo al propietario del negocio, sino ... .
5. Hoy en día con el auge de las firmas de auditoria se puede decir ... .
6. La contabilidad es el medio más adecuado para ... .

**Упражнение 10.** *Скажите, какие сведения вы узнали впервые из прочитанного текста, и какие факты были вам уже известны.*

**USUARIOS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE: A QUIÉN INFORMA LA CONTABILIDAD Y QUÉ INFORMACIÓN SUMINISTRA.**

La contabilidad, suministra información a diferentes unidades económicas.La empresa tiene un claro objetivo, la creación de riqueza a través de la producción de bienes o de la prestación de servicios. La diferencia entre el valor de lo que entrega y el valor de lo que la empresa ha recibido es la riqueza o beneficio generado. Toda empresa, con independencia de su tamaño o actividad, tiene necesidad de registrar las operaciones que realiza con los clientes, proveedores, etc. Este registro debe permitir conocer en todo momento la composición de su patrimonio y las modificaciones que se produzcan en el mismo, como consecuencia de la actividad que realiza e informar sobre ello a aquellas personas que están relacionadas con ella. Las empresas pueden clasificarse: -**Por razón del objeto. Atendiendo a la actividad que desarrollan:**

**-** Comerciales: compra venta de mercancías;**-** Industriales: transformación de una materia prima en producto terminado; **-** Servicios: prestan un servicio;

**-Por razón del sujeto. Atendiendo a su personalidad jurídica:-** Personas físicas o empresas individuales; **-** Personas jurídicas: **·** Sociedades mercantiles; **·** Sociedades o entidades no mercantiles; .Sociedades o empresas públicas;

Los usuarios de la información serán de dos tipos: **- Usuarios internos:** todas aquellas personas que participan en la toma de decisiones, por ejemplo dirección de la empresa, administradores etc.

**- Usuarios externos:** aquellas personas que no participan en la toma de decisiones, pero se ven afectados por los resultados de la empresa, por ejemplo accionistas, proveedores, acreedores y los poderes públicos.

La contabilidad suministra información de la situación inicial del patrimonio de la empresa (véase *“Patrimonio”*), todas las variaciones que a lo largo del ejercicio económico se van produciendo en él y la situación final al cierre del ejercicio a través de las cuentas anuales (véase *“Cuentas anuales”*) o Estados Financieros:  **-** Balance de Situación -Cuenta de Resultados; - Memoria; **-** Estado de Cambios de Patrimonio Neto; **-** Estado de Flujos de Tesorería;

Estos documentos forman una unidad y deben y mostrar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa, de conformidad con el Código de Comercio, con lo previsto en el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, en la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada y en la Ley de Reforma y Adaptación de la Legislación Mercantil y en el Plan General de Contabilidad. Las Cuentas Anuales se elaboran obligatoriamente una vez al año, al terminar el ejercicio económico. Actualmente, las empresas realizan estados intermedios y complementarios periódicamente con los mismos criterios que las Cuentas Anuales.Legislación Mercantil y en el Plan General de Contabilidad. Las Cuentas Anuales se elaboran obligatoriamente una vez al año, al terminar el ejercicio económico. Actualmente, las empresas realizan estados intermedios y complementarios periódicamente con los mismos criterios que las Cuentas Anuales.El soporte material de esta información son los libros contables (véase *“Libros contables”*).Los libros obligatorios según la legislación mercantil son: **-** El Libro Diario y EL Libro Inventario y Cuentas Anuales. Los libros voluntarios pueden ser: **-** El libro Mayor y Libros Auxiliares (caja, almacenes etc).

**Упражнение 1.***Прочтите и переведите текст, определите в нём предложения, выражающие основные положения текста.*

**Упражнение 2.** *Найдите в тексте эквиваленты следующим словам и выражениям:*

suministrar información,unidades económicas, la producción de bienes, la prestación de servicios, beneficio generado, registrar las operaciones, la composición de su patrimonio, por razón del objeto, transformación de una materia prima, personas físicas o empresas individuales, personas jurídicas, sociedades mercantiles, la toma de decisiones, el patrimonio de la empresa, el cierre del ejercicio, usuarios de la informaciόn, estado de flujos de tesorería, conformidad con el Código de Comercio, el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, legislación Mercantil y en el Plan General de Contabilidad, el soporte material de esta información.

**Упражнение 3.** *Используя материал текста, ответьте на вопросы по содержанию текста:*

1. ¿Cúal es el objetivo de la empresa?
2. ¿ Qué es la riqueza o beneficio generado?
3. ¿ Por qué la empresa tiene necesidad de registrar las operaciones que realiza?
4. ¿Cόmo pueden clasificarse las empresas?
5. ¿ Cόmo podemos clasificar a los usuarios de la información?
6. ¿ Qué documentos forman una unidad y muestrar la imagen fiel del patrimonio?
7. ¿ Cuándo se elabaran las Cuentas Anuales?
8. ¿ Qué libros son obligatorios según la legislación mercantil?

**Упражнение 4.** *Подберите к следующим существительным подходящие по смыслу прилагательные из второй колонки и согласуйте их в роде и числе:*

unidades, prestado, beneficio, empresas, sociedades, jurídicas, usuarios, poderes, cuentas, situación, legislación, libros.

comercial, anuales, económico, generado,servicio,persona, mercantil,externo, públicos, financiero, mercantil, contables.

**Упражнение 5.** *Заполните пропуски в предложениях подходящими словами из списка:*

compra venta, el libro Mayor, registrar las operaciones, la prestación, los libros obligatorios, una vez al año, accionistas, dirección de la empresa,

1. La empresa tiene un claro objetivo, la creación de riqueza a través de la producción de bienes o de ... de servicios.
2. Toda empresa, con independencia de su tamaño o actividad, tiene necesidad de ... que realiza con los clientes, proveedores, etc.
3. Atendiendo a la actividad que desarrollan las empresas comerciales se ocupan de ... de mercancías.
4. Usuarios internos: todas aquellas personas que participan en la toma de decisiones, por ejemplo, ... , administradores etc.
5. Usuarios externos: aquellas personas que no participan en la toma de decisiones, pero se ven afectados por los resultados de la empresa, por ejemplo, ... , proveedores, acreedores y los poderes públicos.
6. Las Cuentas Anuales se elaboran obligatoriamente, ... , al terminar el ejercicio económico.
7. Los libros voluntarios pueden ser: ... - y Libros Auxiliares (caja, almacenes etc).
8. ... según la legislación mercantil son: - El Libro Diario y EL Libro Inventario y Cuentas Anuales.

**Упражнение 6.** *Замените выделенные слова и выражения их синонимами из текстa, произведя, где нужно, необходимые изменения:*

1. La contabilidad, **abastece** información a diferentes unidades económicas.
2. La empresa tiene un claro **fin**, la creación de riqueza a través de la producción de bienes o de la prestación de servicios.
3. La diferencia entre el valor de lo que entrega y el valor de lo que la empresa ha recibido es la riqueza o **ganancia** generada.
4. El registro de las operaciones debe permitir conocer en todo momento la composición de su **propiead** y las modificaciones que se produzcan en el mismo.
5. Atendiendo a la actividad que desarrollan las empresas comerciales se ocupan de compra - venta de **artículos**.
6. Los libros obligatorios según **la ley** mercantil son: **-** El Libro Diario y EL Libro Inventario y Cuentas Anuales.
7. Las Cuentas Anuales **se redactan** obligatoriamente una vez al año, al terminar el ejercicio económico.

**Упражнение 7.** *Вставьте вместо пропусков подходящие по смыслу предлоги:*

1. La diferencia ... el valor ... lo que entrega y el valor ... lo que la empresa ha recibido es la riqueza o beneficio generado.
2. Este registro debe permitir conocer ... todo momento la composición ... su patrimonio y las modificaciones que se produzcan ... el mismo, como consecuencia ... la actividad que realiza e informar sobre ello ... aquellas personas que están relacionadas ... ella.
3. Las empresas pueden clasificarse: ... razón del objeto y ... razón del sujeto.
4. La contabilidad suministra información ... la situación inicial ... el patrimonio ... la empresa, todas las variaciones que ... lo largo ... el ejercicio económico se van produciendo ... él y la situación final ... el cierre ... el ejercicio ... través ... las cuentas anuales.
5. Actualmente, las empresas realizan estados intermedios y complementarios periódicamente ... los mismos criterios que las Cuentas Anuales.
6. El soporte material ... esta información son los libros contables.

**Упражнение 8.** *Продолжите предложения в соответствии с содержанием текста:*

1. La contabilidad, suministra información a ... .
2. La empresa tiene un claro objetivo ... .
3. Toda empresa, con independencia de su tamaño o actividad, tiene necesidad de registrar ... .
4. El registro debe permitir conocer en todo momento ... .
5. Las empresas pueden clasificarse en ... .
6. Las Cuentas Anuales se elaboran obligatoriamente ... .
7. Los libros obligatorios según la legislación mercantil son ... .
8. Los libros voluntarios pueden ser ... .

**Упражнение 9.** *Скажите, каким образом вы можете использовать информацию, содержащуюся в тексте, при работе по специальности.*

**План практического занятия**

*Тема занятия*: «Человеческие ресурсы. Собеседование при приеме на работу» («Recursos humanos. Entrevista de trabajo»).

**Образовательная цель занятия:** совершенствование лексико-грамматических навыков по теме.

***Сопутствующая задача:*** развитие навыков аудирования и закрепление грамм. темы PresentedeSubjuntivo .

**Развивающая цель**: развитие коммуникативной компетенции.

**Воспитательная цель**: формирование у студентов культуры делового общения.

*Оснащение занятия:* учебное пособие Е.В. Дыро «Введение в деловой иностранный», учебное пособие CursoVen 2, интерактивная доска, раздаточный материал, видеозаписи, презентация в PowerPoint и PREZI, фишки и кубик для игры.

**Этапы занятия:**

1. Введение в тему занятия. (Студенты получают индивидуальные карточки в форме лошадей(символ труда!))) с высказываниями известных людей по теме «Работа, занятость и т.д.» и высказывают свое мнение о высказывании).
2. Повторение и закрепление лексики по теме:
3. Студенты составляют предложения со словами на карточке.
4. Студенты высказываются по поводу изображения на слайде (Карикатуры)
5. Проверка д.з. по теме «PresentedeSubjuntivo» на основе лексики по теме «Человеческие ресурсы» + творческое д. з. задание, придуманное студентами для закрепления темы «субхунтив в простых предложениях».
6. Деловая игра «Pasapalabra» Совершенствование лексических навыков по теме. (Студенты должны угадать слово по определению)
7. Упражнение на соотнесение вопросов и ответов на интервью.
8. Просмотр видео «Ошибки, которых не следует допускать на интервью». Цель: активизация лексического и грамматического материала по теме. Развитие умений аудирования, введение новой лексики по теме.
9. Игра с кубиком и фишками. Цель: закрепление навыков поведения и коммуникации на интервью.
10. Просмотр видео «Идеальное собеседование» ». Цель: активизация лексического и грамматического материала по теме, развитие навыков аудирования и устной речи. Задание: предположить, чем закончится видео и высказать мнение по теме видео.
11. Подведение итогов.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ**

**Примерный список тем к зачетам и экзаменам по дисциплине**

**«Профессионально-ориентированный иностранный язык» (испанский)**

ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

1. Маркетинг в меняющемся мире

2. Маркетинговая информационная система. Маркетинговые исследования

3. Сегментирование рынка

4. Покупательское поведение

5. Товар

6. Брэнд и брэндинг

7. Упаковка и маркировка товара

8. Маркетинговые стратегии в условиях конкуренции

9. Цена. Ценообразование

10. Распределение

11. Логистика

12. Продвижение товара

13. Реклама

14. Прямой и интерактивный маркетинг

15. Международный маркетинг

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

**Вопросы**  **к зачету/экзамену 3 семестр**

**Tema1: Funciones económicas del estado**

¿Cuál de las funciones del estado tiene la mayor importancia?

¿En qué consiste la función redistributiva? ¿Y la legislativa?

Comente la función fiscal del estado.

**Tema 2: Protección jurídica del producto**

**¿**De qué manera se puede defender un producto?

¿Qué es el Registro de la Propiedad Industrial?

¿Qué es una patente? ¿Qué es una marca?

¿En qué se diferencia la patente de invención de la de introducción?

¿Qué es la Denominación de origen y para qué sirve?

**Tema 3: Contratos. Contratación laboral**

¿Cuáles son las partes matrices de cualquier contrato?

¿Qué apartados deben constar un contrato de trabajo?

¿Qué es cláusula del contrato?

¿Qué se describe en la cláusula “la jornada de trabajo”? Y en la cláusula “la retribución”?

¿Qué información se indica en la cláusula “datos de la empresa”?

**Tema 4: Empresa. Clasificación de las empresas**

¿Cuáles son los 3 órganos básicos de la empresa y para qué se establecen?

¿A base de qué criterios se puede clasificar las empresas?

¿Qué inconvenientes tienen las empresas privadas en comparación con las públicas?

Nombre los 3 tipos de empresas internacionales y caracterícelos.

¿En qué departamento de la empresa le gustaría trabajar más y por qué?

**Tema 5: Servicios. Transporte y seguros**

¿Qué cláusulas posee un contrato de seguro?

¿Qué seguros obligatorios conoce?

¿Qué seguro le parece el más absurdo de todos?

Si Usted fuera el tomador ¿qué 3 cosas le gustaría asegurar y por qué?

¿En qué se basa la técnica del seguro?

¿Cuál es la situación del transporte marítimo europeo en la actualidad?

Resuma en breve el desarrollo del ferrocarril en España.

¿Qué función tiene IATA?

¿Cuál es el problema de las compañías de vuelo regular?

¿Cuál es la política de las compañías aéreas americanas?

**Tema 6: Aduana**

¿De dónde procede la palabra aduana?

¿Cual es la función de aduanas?

¿Qué es un arancel?

¿Qué tipos de aranceles hay?

¿Hay que pagar siempre los derechos en las aduanas?

¿Cuáles son los rasgos principales de la política arancelaria de la UE?

**Tema 7: Comercio exterior**

¿En qué se difiere el comercio exterior del comercio interior?

¿Qué época fue la del apogeo comercial para España?

¿Cómo se realizan cobros y pagos en el comercio exterior?

¿Qué organizaciones fomentan el comercio exterior?

¿Con qué países realiza Bielorrusia una intensa actividad comercial?

**Tema 8: ¿Qué es una empresa? Tipos de empresas**

1) ¿Por qué es difícil dar la definición de una empresa?

2) ¿Cómo define el autor una empresa?

3) ¿Por qué tales elementos como dinero y personas son tan importantes para una empresa?

4) ¿Qué se conoce como el capital de una empresa?

5) ¿De qué maneras los dueños de las empresas cobran beneficios?

6) ¿Por qué a las personas que trabajan en una empresa las nombran “el capital humano”?

7) ¿Qué es lo más importante para las personas que dirigen una empresa?

¿Cuál es la función de los administradores?

8) ¿A quién pertenece el capital de una empresa?

9) ¿Por qué a los socios de una sociedad limitada se les llama “partícipes”?

10) ¿Cómo son las participaciones sociales de una sociedad limitada?

11) ¿Cómo es la dirección de una SL?

**Tema 9: Organización de una empresa**

1) ¿Para qué se organizan las empresas?

2) ¿Qué es un organigrama?

3) ¿De qué depende el tamaño y el tipo de un organigrama?

4) ¿De qué manera se organizan las empresas normalmente?

5)¿Qué cargos existen en toda empresa?

6) ¿De qué se ocupa el jefe de compras y producción (el de ventas, el de administración)?

7) ¿Qué pasa con la estructura de una empresa si ésta crece?

8) ¿Según qué criterio se agrupan áreas de negocio en la organización de una multinacional?

9) ¿Cómo se organiza un multinegocio?

**Tema 10: Beneficio y rentabilidad**

1) ¿Cuál es el indicio principal del buen funcionamiento de una empresa?

2) ¿De qué manera el tamaño de una empresa influye en sus beneficios?

3) ¿Qué es el beneficio absoluto?

4) ¿En qué consiste la diferencia entre el beneficio absoluto y el relativo?

5) ¿Cómo se calcula el beneficio relativo o la rentabilidad?

6) ¿Cómo están relacionados la rentabilidad y el riesgo?

7) ¿De qué depende la decisión de lanzar un producto nuevo?

8) ¿Por qué no vale la pena lanzar un producto nuevo si la rentabilidad no supera el 5%?

9) ¿Por qué los accionistas de algunas empresas pueden estar satisfechos con la rentabilidad del 10%?

10) ¿Qué puede pasar si los directivos de una empresa no se preocupan por mantener la rentabilidad?

11) ¿De qué manera las empresas suelen contar sus costes?

**Tema 11: Impuestos**

1) ¿Qué clasificaciones de tributos existen?

2) ¿Qué son impuestos indirectos?

3) ¿De qué se compone la base imponible en el caso de IRPF? ¿Cómo se obtiene la base liquidable?

4) ¿Cuál es el tipo del Impuesto de Sociedades?

5)¿Qué grava el impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados?

6) ¿Sobre qué recaen los impuestos especiales?

7) ¿Cuándo fue puesto en práctica el IVA?

8) ¿Qué grava el IVA? ¿Cómo se calcula?

9) ¿Cómo se puede caracterizar las economías de los paraísos fiscales?

10) ¿Por qué se hacen intentos de dificultar la libre circulación de capitales?

**Tema 12: Remuneración del trabajo**

¿Por qué el peso de las nóminas ha bajado últimamente?

2) ¿Para qué abandonan los directivos de grandes empresas sus puestos?

3) ¿De qué está compuesto el salario?

4) ¿Qué se llama “jornal”?

5)¿Por qué es necesario precisar si está hablando de una cifra bruta o neta cuando se define un salario?

6) ¿A qué componentes del salario afectan las retenciones?

7) ¿En qué circunstancias se pagan los complementos salariales?

8) ¿Para qué fija el Estado el SMI?

9) ¿Cómo y con qué periodicidad se realiza el pago del salario?

10) ¿Cuándo se piden los anticipos y de qué depende su cuantía?

**Tema 13: Balance de la empresa**

1) ¿Qué relación muestra un balance?

2) ¿Qué significa el método de partida doble?

3) ¿Cómo se calcula el patrimonio neto?

4) ¿Cuándo la empresa debe “quebrar”?

5)¿Qué comprende el material inmovilizado y financiero?

6) ¿En qué partida de balance figuran las facturas pendientes de cobro?

7) ¿Cómo se calcula el valor contable de los activos inmovilizados?

8) ¿Aumenta o disminuye con el tiempo el valor real de terrenos?

9) ¿De qué tipos pueden ser las deudas de una empresa?

10) ¿En qué dos conceptos aparece englobado el patrimonio neto?

**Tema 14: Márketing**

1) ¿De qué se encarga el marketing?

2) ¿Cuántos pasos sigue el proceso comercial completo?

3) ¿Qué pasos son responsabilidad de la función de marketing?

4) ¿A qué se dedican los responsables de producto?

5) ¿Por qué son esenciales las dos funciones de una empresa?

6) ¿En qué se centra el marketing?

7) ¿Qué significa “fidelizar” al clien­te?

8) ¿Qué es la innovación?

9) ¿Qué significa ofrecer algo “valioso” a la sociedad y a sus clientes?

**Вопросы кзачету 4 семестр**

**Tema 1: Fiestas y tradiciones de España, América Latina, Bielorrusia**

1. ¿Qué fiestas se celebran en Andalucía?
2. ¿Qué organizan las cofradías durante la celebración de la Semana Santa?
3. ¿En qué fiestas españolas se refleja la tradición mariana?
4. ¿Con qué fin los Gigantes y Cabezudos salen todos los días de las fiestas?
5. ¿Cómo se celebra la fiesta de Los Mayos en Murcia?
6. ¿Cuándo y dónde se celebran los Sanfermines? ¿Cuál es la historia de encierros?
7. ¿Cómo son las fiestas tradicionales del País Vasco y las principales competiciones?
8. Analice el tema y el uso del fuego en las fiestas españolas y bielorrusas.

**Tema 2: Vida política de España**

1. ¿Qué partido ganó las últimas elecciones en España?
2. ¿Cuáles son los objetivos y la plataforma del PP y PSOE?
3. ¿Qué es Izquierda Unida y CC.OO?
4. ¿A quiénes considera Ud como políticos más grandes del siglo 20-21 en España y en el mundo?
5. ¿Cuáles son los problemas políticos más agudos en España? ¿Y en nuestro país?

**Tema 3: La infraestructura natural de la economía española**

Preguntas:

1. ¿Qué problema climático se considera número uno para España?
2. ¿Cómo influyen las inclemencias temporales en la agricultura de España?
3. ¿Cómo es la calidad del suelo español?
4. ¿Dispone España de muchos recursos energéticos? ¿Están cubiertas todas las necesidades de energía con fuentes propias?
5. ¿Qué minerales abundan en el suelo español? ¿Qué yacimientos ya están exhaustos y qué tienen un futuro prometedor?
6. ¿Qué comprenden los recursos bióticos?
7. ¿Qué problemas medioambientales alcanzan el nivel de riesgo en España?

**Tema 4: El sector agrario español**

Preguntas:

1. ¿Qué supuso la integración del sector agrario español a la UE?
2. ¿Qué cambios experimentó este sector en la última década?
3. ¿Cuál es el peso del sector en el PIB español?
4. ¿En qué se ha basado la modernización del sector? ¿Qué cambios en la orientación productiva están pasando ahora?
5. ¿Cuáles son los productos agrícolas que destacan España a nivel mundial?
6. Describa los problemas del sector pesquero español. ¿Qué es Pescanova?
7. Haga una breve comparación de los sectores agrarios de España y nuestro país.

**Tema5: El sector industrial español y la construcción**

Preguntas:

1. ¿Qué ha impedido a España que su imagen industrial se haya destacado a nivel mundial?
2. ¿Cómo pasaba el proceso de privatización en España?
3. ¿Qué industrias son más importantes en la economía española?
4. ¿En qué provincias están desarrolladas las siguientes industrias: siderurgia, construcción de automóviles, fabricación de máquinas-herramienta, calzado, muebles?
5. ¿Qué papel juega Cataluña en la industria española?
6. ¿Qué tipos de obras realizan las empresas constructoras españolas?
7. ¿Qué recursos necesitan las empresas constructoras para afrontar los macroproyectos?

**Tema 6: El sistema financiero español**

Preguntas:

1. ¿Cuál es la estructura del sistema financiero español?
2. ¿Cuáles son las funciones principales del Banco de España?
3. ¿Qué transformaciones más importantes experimentó la banca privada española? ¿Cuáles son los bancos más importantes de España?
4. ¿A qué tipos de instituciones crediticias pertenece “Caixa”? ¿Qué sabe sobre la historia de este tipo de instituciones?
5. Compare los sistemas bancarios de España y Belarús. ¿Qué diferencias estructurales ha podido encontrar?
6. ¿Cuál es la diferencia entre el órgano ejecutivo y el órgano consultivo bancario?
7. ¿Qué es la Bolsa?¿ Cómo funciona? ¿Qué organismo supervisa su buen funcionamiento?
8. ¿Qué significa “mercado continuo”?
9. ¿Qué índices bursátiles españoles hay?

**Tema 7: El sector turístico de España**

Preguntas:

1. Enumere y describa las etapas en el desarrollo del turismo en España.
2. ¿Qué organismos supervisan el desarrollo del turismo en España?
3. ¿Cuál es la aportación del turismo en el PIB español?
4. ¿Qué empresas forman el sector turístico español?
5. ¿En qué tipos se clasifican las agencias de viajes?
6. Describe las características principales de diferentes tipos de establecimientos hoteleros (hoteles, hostales, hoteles apartamentos, pensiones, moteles, fondas).
7. Describe las características principales de diferentes tipos de establecimientos extrahoteleros (campamentos, albergues juveniles, casas de labranza, refugios de montaña, ciudades de vacaciones)
8. Caracterice el sector de restauración español (tipos de empresas que lo forman, sistemas de servicio, oferta gastronómica)?
9. Describa los platos típicos de la cocina española.

**Tema 8: Las perspectivas del desarrollo económico de España y nuestro país. La cooperación económica entre España y Bielorrusia**

Preguntas:

1. ¿Qué etapas en el desarrollo de las relaciones económicas entre España y Bielorrusia podemos destacar?
2. ¿Cuáles son las áreas más desarrolladas de la economía bielorrusa que son de interés para los empresarios españoles? ¿Y qué no están bien desarrolladas pero pueden interesar a los posibles inversores?
3. ¿Hay inversiones españolas en la economía bielorrusa?
4. ¿Qué empresas bielorrusas colaboran con las empresas españolas y en qué campos?
5. ¿Cuáles son los obstáculos para una colaboración económica más intensa entre España y nuestro país?

**Tema 9: Medios de pago simples y documentarios**

Preguntas:

1. ¿En qué se distingue la remesa simple de la remesa documentaria?
2. ¿ Quién es el librado de un cheque? ¿Y qué hace el librador del cheque?

¿Qué significa que “el cheque rebotó”?

1. ¿Qué tipos de cheques conoce? ¿A base de qué criterio se definen estos cheques?
2. ¿Cuál es la diferencia entre la letra de cambio y el pagaré? ¿Quién participa en la elaboración de estos documentos?
3. ¿Qué riesgo puede ocurrir con la orden de pago simple?
4. ¿Cuáles son los principales tipos de créditos documentarios?

**Tema 10: Documentación en el comercio exterior**

Preguntas:

1. ¿Qué documentos deben acompañar a la mercancía exportada?
2. ¿Qué datos se recogen en las facturas?
3. ¿Qué se detalla y qué se justifica en el documento de transporte?
4. ¿Qué determina el documento de seguro?
5. ¿Qué documentos accesorios debe remitir el exportador?

**Tema 11: Financiación de las operaciones de comercio exterior**

Preguntas:

1. ¿Qué dos fases se distinguen en el proceso de exportación? ¿Cómo se denominan?
2. ¿En qué casos puede el exportador solicitar la prefinanciación?
3. ¿Cuándo y cómo puede el importador solicitar a su banco la financiación de la compra?
4. ¿Qué debe tener en cuenta el importador eligiendo entre un pago al contado y un aplazamiento en el pago?
5. ¿Qué es un crédito puntual y qué es un límite rotativo? ¿En qué casos se solicitan?
6. ¿Cómo se calcula el límite de crédito que puede solicitar la empresa?

**Tema 12: Factoring. Forfaiting**

Preguntas:

1. ¿Cuál es la diferencia entre el factoring y el crédito tradicional? ¿Cuántas partes participan en el factoraje?
2. ¿Cuáles son los orígenes del factoraje?
3. De un ejemplo del servicio de forfaiting.
4. ¿Cuál es la diferencia principal entre el forfaiting y el factoring?
5. ¿En qué tipo de operaciones se suelen utilizar?

**Tema 13: Riesgos en el comercio exterior. Riesgo de tipo de cambio y su cobertura. Riesgo de impago**

Preguntas:

1. ¿Cuándo aparece el riesgo de tipo de cambio y en qué consiste?
2. ¿Cuándo corre el riesgo de tipo de cambio el exportador? ¿Y el importador?
3. ¿Qué instrumentos existen para eliminar este riesgo?
4. ¿Qué es un contrato forward? ¿Qué es una opción?
5. ¿Qué tipos de opciones hay?
6. ¿Cuál es la diferencia entre el forward y las opciones?
7. ¿Cuáles son las causas del riesgo de impago?
8. ¿Con qué se cubre el riesgo de impago?

**Tema 14: Barreras a la exportación**

Preguntas:

1. ¿Qué obstáculos pueden dificultar la actividad exportadora?
2. ¿De qué depende el nivel de los impuestos que gravan la entrada de mercancías en un país?
3. ¿Para qué se establecen límites de volumen de mercancías para importar? ¿Qué se puede ocurrir cuando se haya superado el límite?
4. ¿Qué requisitos medioambientales deben cumplir los productos extranjeros?
5. ¿Qué barreras son más típicas para los países más /menos avanzados?

**Tema 15: Imposición en el comercio exterior**

Preguntas:

1. Determine las nociones siguientes: base imponible, tipo impositivo, sujeto pasivo y activo de la imposición.
2. ¿Cuáles son las peculiaridades de gravar con el IVA las operaciones intracomunitarias y no comunitarias?
3. ¿Para qué se crean las zonas con régimen fiscal especial? ¿Cuáles son sus características especiales?
4. ¿Qué tipos de zonas especiales se destacan?
5. ¿Cuál es la diferencia entre un depósito franco y un depósito aduanero?

**Tema 16: Incoterms. Operación de compensación y triangular**

Preguntas:

1. ¿Qué es una operación de compensación? ¿En qué casos se realiza?
2. ¿En qué consisten las operaciones triangulares y qué peculiaridad tienen?
3. ¿Cómo puede realizarse el cobro y el pago en una operación triangular?
4. ¿Para qué sirven los Incoterms?
5. ¿Con qué gastos corre el exportador y el importador en el caso de uso de incoterm FOB, DAF, etc?

**Вопросы к экзамену 5 семестр**

**Tema 1: Actividad comercial:**

1. ¿Qué persona puede considerarse como un comerciante?
2. ¿Qué es el comercio?
3. ¿Qué es el comercio interior, exterior, al por mayor, al por menor?
4. ¿Cómo se llaman las rutas que siguen los productos desde el productor al consu­midor y de qué tipo pueden ser?
5. ¿Qué son los bienes de equipo? ¿Que son los bienes de consumo?

**Tema 2: La empresa ante el comercio exterior: análisis de la conveniencia de exportar**

Preguntas:

1. ¿Qué puntos debe analizar la empresa cuando plantea la posibilidad de iniciar la exportación?
2. ¿Qué criterios ayudan a seleccionar los mercados para exportar?
3. ¿Qué magnitudes macroeconómicas debe tener en cuenta el futuro exportador?
4. ¿Qué entidades y fuentes pueden facilitar toda la información necesaria para el futuro exportador?
5. ¿Qué adaptaciones se puede realizar en el producto para poder comercializarlo con éxito en un mercado nuevo?
6. Explica las formas básicas de la implantación de una empresa en el mercado exterior (directa, compartida, subcontratada)

**Tema 3: Derechos y obligaciones del comerciante**

1. ¿Cuáles son las obligaciones de un empresario individual?
2. ¿Dónde tiene que registrarse el empresario individual?
3. ¿Qué tiene que pagar el empresario individual?
4. ¿Dónde se puede recibir la información sobre diferentes empresas?
5. ¿Cuáles son los derechos de un empresario individual?
6. ¿Qué derecho tendrá el empresario individual al inscribirse en la Cámara de Comercio?

**Tema 4: Las decisiones de exportar/importar**

1. ¿En qué caso el empresario puede tomar la decisión de exportar sus productos a otros países?
2. ¿Qué requiere la exportación?
3. ¿Cómo tiene que ser el producto para ser exportado?
4. ¿Según qué criterios debe ser analizado el futuro mercado de exportación?
5. ¿Dónde se puede obtener la información necesaria sobre los mercados de diferentes países?
6. ¿Cuáles son las razones para importar?
7. ¿Que departamento en la empresa se dedica a los asuntos de aprovisionamiento?
8. ¿Por qué la importación puede suponer mejor exportación en el futuro?
9. ¿Cuáles son las posibles variantes para obtener la información sobre los productos a importar?

**Tema 5 : Problemas de exportación/importación**

1. ¿Qué tipos de problemas pueden surgir en la actividad exportadora o importadora?
2. ¿Qué barreras pueden aparecer en las operaciones comerciales internacionales?
3. ¿Qué adaptaciones puede realizar en su empresa el exportador?
4. ¿Qué organismos pueden ayudar a resolver los problemas?

**Tema 6: Políticas de exportación**

1. ¿Cómo se llama el viaje colectivo organizado por un organismo oficial para la prospección de mercados?

2. ¿Qué son antenas colectivas?

3. ¿Con qué fines fue creado el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior)?

4. ¿En qué consisten las expotecnias que organiza el ICEX?

5. ¿Qué bases de datos incluye SIBILA?

6. ¿Qué recurso se usa para desarrollar una política de captación de clientes?

**Tema 7: Economía de América Latina**

Cuente sobre la economía de un país latinoamericano **(**México, Cuba, Ecuador, Perú, Colombia, Argentina, Venezuela y/u otros).

ФАКУЛЬТЕТ ФИНАНСОВ И БАНКОВСКОГО ДЕЛА

**2 курс 3семестр**

1 Банк и банковская система в РБ

2 Банковские счета

3 Деньги. Ценные бумаги

4 Основы бухгалтерского учета в банке

5 Кредиты и кредитные линии. Особенности кредитной политики

6 Страхование вкладов

7 Налоги и налогообложение

8 Международные валютно-кредитные отношения

9 Платежи при внешнеторговых операциях

10 Основные мировые финансовые центры

ФАКУЛЬТЕТ КОММЕРЦИИ И ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

**2 курс 3семестр**

1 Торговля: ее роль и место в экономике

2 Правовые и этические вопросы в торговле

3 Взаимоотношения покупателя и продавца

4 Ключевые факторы успеха в торговле

5 Управление эффективностью работника торговли

6 Менеджеры по продажам в торговой компании

7 Специальная торговая среда и навыки торговли

8 Международная торговля

9 Импорт. Экспорт

10 Продажа и продвижение товара за рубеж

11 Лицензирование. Защита интеллектуальной собственности при торговых операциях

12 Визиты и выставки в торговле

13 Этика в торговле

14 Маркетинговая информация: сектора и страны. Логистика

15 Страхование в торговле

16 Образование собственной торговой компании в РБ

1.Введение в туризм.

2.Турист

3.История и география туризма

4.Туристическая индустрия.

5. Экономика туризма

6. Размещение туристов. Туристические гостиничные предприятия.

7. Ресторанный бизнес.

8. Развитие общественного питания как важного элемента инфраструктуры гостиничного хозяйства.

9. Особенности национальной кухни.

10. Рынок туристических услуг

11. Подготовка к обслуживанию туристов

12. Логистика в сфере обращения туристического продукта

УЧЕТНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

1. Что такое бухгалтерский учет
2. История бухгалтерского учета
3. Пользователи бухгалтерской информации
4. Управленческий и финансовый учет
5. Профессия бухгалтера в зарубежных странах
6. Профессия бухгалтера в Республике Беларусь
7. Балансовое уравнение
8. Принципы бухгалтерского учета
9. Система бухгалтерского учета
10. Документы финансовой отчетности
11. Международные бухгалтерские стандарты
12. Аудит. Принципы аудита.
13. Вопросы профессиональной этики бухгалтеров. Корпоративные скандалы начала 21 века.

**КОНТРОЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В РАМКАХ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ**

***Текущий контроль*** осуществляется в течение семестра в виде письменных контрольных работ (диктантов, тестов, эссе) и устных опросов студентов во время аудиторных занятий.

***Промежуточный контроль*** проводится в виде зачета / экзамена в конце каждого семестра. Объектом контроля являются коммуникативные умения во всех видах речевой деятельности (аудирование, говорение, чтение, письмо), ограниченные тематикой изучаемого материала.

**Итоговый контроль**имеет форму экзамена за весь курс обучения иностранному языку. Объектом контроля являются коммуникативные компетенции, достигнутые в процессе освоения дисциплины «Деловой иностранный язык».

**Контроль** – это совместная деятельность преподавателя и студентов по определению уровня владения языком. Объектами контроля являются: а) речевые навыки студента, приобретённые в ходе обучения (языковая компетенция); б) речевые умения, обеспечивающие возможность пользоваться языком как средством общения (коммуникативная компетенция) – это ведущие объекты контроля; в) знания о стране изучаемого языка и образе жизни носителей языка (социокультурная компетенция).

В качестве наиболее эффективных средств контроля выступают тесты, основу которых составляют тестовые задания, так как отличаются большей объективностью в сравнении с другими средствами контроля благодаря возможности измерить результаты контроля с использованием специальных шкал и матриц.

**Оценивание тестовых заданий текущего контроля по иностранному языку.**

(лексика, грамматика, аудирование, чтение).

Для оценивания тестовых заданий используем рейтинговую шкалу:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № уровня | “Цена заданий  по уровням” | Суммарный  Балл | Отметки |
| I. | 2 | 2 | 1-2 |
| II. | 4 | 6 | 3-4 |
| III. | 6 | 12 | 5-6 |
| IY. | 8 | 20 | 7-8 |
| Y. | 10 | 30 | 9-10 |

Если студентом выполнены задания I,II,III, то суммарный балл составит: 2+4+6=12. Отметка этого студента находится в интервале 5-6 баллов. Итоговая отметка (5 или 6 баллов) выставляется с учётом допущенных ошибок и их характера. При отсутствии ошибок работа студента оценивается в 6 баллов. При составлении уровневых заданий нужно иметь в виду, что “цена” одной позиции заданий первого уровня не может быть выше “цены” одной позиции заданий второго уровня. На практике это выглядит следующим образом: так, если на первом уровне было предложено выполнить два задания по две позиции в каждом, то в сумме мы имеем четыре позиции, выполнив которые правильно, студент получит два балла. “Цена” одной позиции равна 0.5 балла (2: 4=0.5). Если второй уровень состоит из одного задания, в которое включено 5 позиций, то выполнив его правильно, студент получит согласно рейтинговой шкале 4 балла, а стоимость одной позиции равна 0,8 балла (4:5=0,8).

**Перевод тестовых баллов для оценки результатов усвоения материала на этапе текущего контроля.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Количество баллов | | Оценка (результат) |
| 0,5-1,5 | | 1 |
| 2-3,5 | | 2 |
| 4-4,5 | | 3 |
| 6-8,5 | | 4 |
| 9-11,5 | | 5 |
| 12-15,5 | | 6 |
| 16-19,5 | 7 | |
| 20-25,5 | 8 | |
| 26-29 | 9 | |
| 30 | 10 | |

**Образец контрольного теста, проводимого в рамках рейтинговой системы знаний**

**I.Dé equivalentesespaňoles:**

1.Рекламнаякампания

2.Связи с общественностью

3.Политика продвижения товара

4.Целеваяаудитория

**II. Escribesinόnimosalaspalabras:**

1.El marketing

2.La publicidad

3.La venta personal

4.Rebajas

**III.Conteste si es verdadero (+) o falso (-) :**

1. Ante la abundancia de los bienes y servicios se creó un mercado de vendedores en el cual el consumidor ya tenía la posición dominante.

2. El marketing puede entenderse como una mera transacción entre un vendedor y un comprador, ni tampoco como una forma de generar beneficios.

3. La política de producto no es efectiva a menos que se garantice que el cliente también podrá conocer las características de nuestros productos. Para este fin necesitamos la política de comunicación.

4.La política de distribución no se asegura de que los bienes lleguen sin problemas hasta el cliente.

**IY.Complete las frases con las palabras adecuadas:**

1. Las redes sociales se han convertido en herramientas para conocer .... sobre los productos o servicios de una empresa.(el alcance de los clientes, las opinones de los clientes, comportamiento de los clientes).

2.La segmentaciόn del mercado permite optimizar el uso de los recursos, hacer la publicidad más efectiva, y en fin, encontrar ..... en el que se pueda competir exitosamente.(un servicio, un nicho, un sorteo,un precio)

3.La publicidad la pueden declarar engaňosa las autoridades si ..... los aspectos negativos del producto. (declara, omite, dirige)

4. La venta, en una empresa orientada al marketing, comienza desde el momento de .... sobre el segmento o la parte de la población a la que te vas a dirigir.( tomar la decisión, las rebajas, analizar las necesidades de los consumidores).

**Y.Traduzcaalespaňol:**

1.Ценовая политика предприятия зависит также от целевого сегмента, географической зоны, имиджа, который необходимо передать.

2.Клиенты обычно пользуются социальными сетями, чтобы поделиться своим мнением с другими.

3.Чтобы достигнуть успеха в продажах, не достаточно только предложить хорошую цену, а нужно информировать клиента о преимуществах продукта и убедить его, что это будет его лучший выбор.

4.Маркетинг – это полная переориентация предпринимательской инициативы, новая философия предприятия.

**Образецтеста**

**La empresa moderna y las formas de su organizaciόn.**

**I. Выберитеправильныйвариант:**

1.Una empresa individual es:

a) Una empresa con personalidad jurídica propia y capital dividido en acciones.

b) Una empresa propiedad de una sola persona que recibe todos los beneficios y está expuesta al peligro de perderlo todo.

c) Una asociaciόn voluntaria de dos o más personas con la intenciόn de llevar un negocio.

d) Un tipo de sociedad anόnima formada por un único socio.

2. En las sociedades de responsabilidad limitada, los socios se hacen responsables de las deudas:

a) Dentro de los límites de su aporte al capital social.

b) De las bancarias solamente.

c) Con la mitad de su aportaciόn.

d) Con todo su patrimonio embargable.

3. En la empresa individual, desde el punto de vista jurídico de la responsabilidad del empresario frente a terceros:

a) El patrimonio de la empresa y el patrimonio del propietario son interpretados por la Ley como dos bienes distintos.

b) El empresario está exento de responsabilidad por sus deudas frente a terceros.

c) Ni el patrimonio de la empresa ni el del propietario están ligados a la responsabilidad del empresario.

d) Los patrimonios de la empresa y del empresario se fusionan en un solo bien jurídico.

4. Los títulos que garantizan la copropiedad de una sociedad limitada se denominan:

a) Obligaciones.

b) Acciones.

c) Participaciones.

d) Bonos.

5. ¿ Qué son las acciones?

a) Son las aportaciones que hacen a la sociedad los accionistas mayoritarios.

b) El dinero que la sociedad mantiene depositado en el banco.

c) Las partes alícuotas en que se divide el capital de una sociedad anόnima.

d) Son las decisiones de las Juntas Anuales.

6.La principal caracrerística de la sociedad comanditaria es que:

a) Participan dos tipos de socios con derechos y obligaciones diferentes.

b) Los socios son copropietarios del capital con igualdad de derechos.

c) Proliferan en las empresas militares.

d) La responsabilidad es limitada.

7. La principal ventaja de la pequeňa empresa es:

a) Los problemas se resuelven de una manera informal.

b) El gerente conoce bien a sus empleados y puede evaluar mejor su tabajo.

c) Estas empresas tienen un mayor poder de edaptaciόn a los cambios coyunturales del mercado por ser más flexibles.

d) Para que un trabajador solucione un problema no tiene que hacer muchos trámites a varios niveles.

8. La mayor ventaja de la gran empresa es:

a) Que en la empresa trabaja un grupo grande de especialistas que conoce la técnica y las funciones de producciόn.

b) Que proporciona economía de escala.

c) Para tomar una decisiόn, el gerente se vale de informes sobre el estado de la empresa.

d) Que los altos directivos casi no tienen vínculos directos con los empleados.

9. Las empresas según el sector econόmico en el que ejercen su actividad se clasifican en:

a) Sociedades anόnimas y de responsabilidad limitada.

b) Primarias, secundarias y terciarias.

c) Industriales y comerciales.

d) Locales, provinciales e internacionales.

10. La principal funciόn de la empresa es:

a) Proteger el medio ambiente.

b) Desarrollar la economía del país.

c) Maximizar las ganancias.

d) Producir los bienes que necesita la sociedad y recibir beneficios.

11. La empresa es:

a) Una unidad de productores asociados.

b) Una unidad de cooperativistas.

c) Una unidad econόmica de producciόn.

d) Una unidad econόmica de integraciόn.

12) El empresario en esencia es:

a) El director de la empresa

b) El que posee el paquete de control de la sociedad

c) El propietario de empresa.

d) El titular de bonos.

**Тест**

**Empresa: clasificación y organización**

1. ***Complete las definiciones de la empresa:***

Empresa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ o industrial fundada para emprender o llevar a cabo cionstrucciones, negocios o proyectos de importancia.

Empresa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ integrada por el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ como factores de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y dedicada a las actividades industriales, o de prestación de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ con fines \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y con la consiguiente responsabilidad.

Empresa: unidad económica en donde se combinan los factores básicos de la \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_).

1. ***¿Cómo podemos definir el término empresa, utilizando las palabras***

Entidad

Beneficio

Producción

Trabajo

Capital?

***3. Traduzca***

***a) del español al ruso: b) del ruso al español:***

salario имущество

prestarservicios акционерное общество

lucro конкуренция

sociedad de responsabilidad limitada владелец (собственник)

sociedad comanditaria стоимость

empresario individual

mayorista

empresa agropecuaria

sucursal

hombre de negocios

**4.Correlacione los tipos de empresas con los criterios de su clasificación:**

|  |  |
| --- | --- |
| *Por el grado de participación del estado*  *Por la forma jurídica*  *Según el ámbito estatal*  *Por su actividad* | Sociеdad Anónima, empresa transnacional, empresa privada, empresa extractiva, empresa regional, empresa turística, empresa individual, institución financiera, empresa mixta, empresa minera |

**5. 1) Nombre los 3 órganos básicos de la empresa y las funciones de cada uno.**

**2)¿Qué saben sobre las empresas internacionales?**

**3) ¿Cuál es la diferencia entre una Sociedad Limitada y una Sociedad Anónima?**

**4) Explique a un español qué tipos de empresas prevalecen en la economía bielorrusa.**

**Тест**

**Tema: Remuneración del trabajo**

* 1. **Traduzca:**

получать зарплату, воспользоваться компенсацией, основной оклад, надбавки, дополнительные выплаты, договариваться о размере зарплаты, коллективный договор, следует уточнить, налоговые удержания, ежегодная декларация доходов,поступать на расчетный счет, в зависимости от количества детей, при определенных обстоятельствах, стаж, образование, посменная работа, постоянные изменения графика,подать в суд на предприятие, банковский перевод, дать расчетный листок по зарплате, профсоюз, просить аванс

* 1. **Escriba**

**-sinónimos:** compensación, pagar, contrato, retener, venta, tributos, precisar

**-antónimos:**adquisición, abonar, retrasado, pérdida, mínimo, variable.

* 1. **Conteste a las preguntas:**

¿A qué componentes del salario afectan las retenciones?

¿En qué circunstancias se pagan los complementos salariales?

¿Para qué fija el Estado el SMI?

¿Cómo y con qué periodicidad se realiza el pago del salario?

* 1. Explique la diferencia entre los conceptos siguientes:

Sueldo/salario

Salario bruto/salario neto

Salario base/salario mínimo

Complementos salariales/pagas extras

Convenio colectivo/contrato de trabajo

Antigüedad/turnicidad

**5. Complete las frases:**

1. En España el peso de los **salarios** sobre toda la economía es del … .

a) 46% b) 36%

2. … pueden compensarse con días libres.

a) Las horas extras b) Las pagas extras

3. El salario debe definirse por una cantidad de dinero por un tiempo. Normalmente es por años, y se le llama … ***.***

**a) jornal b) sueldo**

4. El sa­lario … es el que realmente ha de pagar la empresa, y el que el empleado debe declarar en su declaración anual de renta.

a) neto b) bruto

5. Las retenciones afectan … .

a) a todo el salario recibido b) al salario base

6. Los complementos salariales se pagan … .

a) si se dan unas cir­cunstancias determinadas b) 2 veces al año

7. El Estado fija … del salario.

a) un máximo y un mínimo b) un mínimo

8. Normalmente … del salario se hace por transferencia bancaria a la cuenta del trabajador.

a) el cobro b) el pago

9. Los trabajadores tienen derecho a pedir … a cuen­ta de su salario.

a) anticipos b) pagas extras

10. El sinónimo de la palabra “compensación” es … .

a) gratificación b) indemnización

11. Los trabajadores pueden cobrar … que les pagan las empresas por los costes en que incurra el trabajador en sus desplazamientos.

a) "dietas" b) “paracaídas”

12. Más vale … queja que … paga.

a) buena, mala b) mala, buena

13. Me quedé sin … .

a) cuarta pregunta b) blanca

14. La ley laboral fija para los empleados una indemnización equivalente a … por año trabajado, en caso de despido sin causa justificada.

a) 45 días b) mil euros

15. Los altos directivos suelen cobrar indemnizaciones millonarias por despido, a las que se suele dar el curioso nombre de … .

a) “salvavidas” b) "paracaídas"

**ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**Методические рекомендации по изучению дисциплины«Профессионально-ориентированный иностранный язык»**

Изучение иностранного языка направлено на достижение следующих целей:

развитие коммуникативной компетенции в совокупности ее составляющих, а именно:

- речевая компетенция - развитие коммуникативных умений в четырех видах речевой деятельности (чтение, аудирование, говорение и письмо);

- языковая компетенция - овладение языковыми средствами (фонетическими, орфографическими, лексическими, грамматическими) в соответствии с темами и ситуациями общения; освоение знаний о языковых явлениях изучаемого языка, разных способах выражения в родном и иностранном языках;

- социокультурная, межкультурная компетенция - приобщение к культуре, традициям, реалиям стран изучаемого языка в рамках тем, сфер и ситуаций общения, отвечающих опыту, интересам, психологическим особенностям учащихся на разных этапах обучения; формирование умения представлять свою страну, ее культуру в условиях межкультурного общения;

- компенсаторная компетенция - развитие умений выходить из положения в условиях дефицита языковых средств при получении и передаче информации;

- учебно-познавательная компетенция - развитие общих и специальных учебных умений, универсальных способов деятельности; ознакомление с доступными способами приемами самостоятельного изучения языков культур, в том числе с использованием новых информационных технологий.

При изучении иностранного языка у студентов формируются и развиваются навыки информационной культуры, что предполагает усилить внимание на развитие коммуникативно-когнитивных умений в процессе изучения предмета. Это касается прежде всего следующих умений: - самостоятельно и мотивированно организовать свою познавательную деятельность;

- участвовать в проектной деятельности и проведении учебно-исследовательской работы;

- осуществлять поиск нужной информации по заданной теме в иноязычных источниках различного типа;

- извлекать необходимую информацию из иноязычных источников, созданных в различных знаковых системах (текст, таблица, график, диаграмма, аудиовизуальный ряд и др.);

- переводить информацию из одной знаковой системы в другую;

- отделять основную информацию от второстепенной;

- критически оценивать достоверность полученной информации;

- передавать содержание информации адекватно поставленной цели;

- развернуто обосновывать суждения, давать определения, приводить доказательства;

- работать продуктивно и целенаправленно с текстами художественного, публицистического и официально-делового стилей, понимать их специфику, адекватно воспринимать язык средств массовой информации;

- создавать материал для устных презентаций с использованием мультимедийных технологий.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса.

При подготовке к занятиям студент должен просмотреть материалы урока, рекомендованную литературу по данной теме; подготовиться к ответу на контрольные вопросы.

Успешное изучение курса требует от студентов посещения практических занятий, работа с ТСО, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой, интернет ресурсами для самостоятельной работы.

Необходимо регулярно отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Постоянная активность на занятиях, готовность ставить и обсуждать актуальные проблемы курса - залог успешной работы и положительной оценки.

Изучение дисциплины предполагает целенаправленное использование тематической лексики, как в устной, так и в письменной формах коммуникации.

Студенты овладевают языком для получения дополнительной информации по специальности, знакомятся с общенаучной и специальной терминологией, близкой к их будущей специальности.

Процесс освоения дисциплины осуществляется в следующих формах: устная презентация тем, написание деловых писем, создание искусственной языковой среды по конкретным темам делового общения (деловая игра, разговор по телефону, встреча гостей, оформление билетов, написание претензий, составление договоров и т.д.).

Задачей практических занятий является создание различных деловых ситуаций в ходе общения.

В процессе изучения дисциплины студенты знакомятся, составляют деловые письма, договоры, ведут переговоры, звонят по телефону, тем самым применяя лексику устного и письменного делового общения на практике, рассказывают о своей будущей работе, приобретают необходимый словарный запас, учатся читать и понимать тексты для получения дополнительной информации по специальности, по практическому использованию делового иностранного языка, как в сфере профессиональной деятельности(экономика, предприятие, бухгалтерский учёт, рынок, деньги, маркетинг), так и для целей дальнейшего самообразования.

**Организациясамостоятельной работы студентов**

Необходимым условием эффективного усвоения дисциплины является организация самостоятельной работы студентов.

**Текущая СРС** направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений. Текущая СРС в рамках дисциплины «Деловой иностранный язык» включает следующие виды работ:

– анализ материала;

– выполнение проблемных домашних заданий;

– подготовка к мини-опросам;

– подготовка к контрольным работам.

**Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа (ТСР)** ориентирована на развитие интеллектуальных умений, комплекса универсальных (общекультурных) и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала студентов, включает следующие виды работ:

– поиск, анализ, структурирование и презентация информации;

– работа над проектом.

**Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине**

1. Работа с материалами практических занятий: повторение материалов, подготовка к занятиям, самостоятельный поиск дополнительной информации (в соответствии с тематикой занятий).

2. Домашние задания: опережающие задания, проблемные задания.

3. Проект, направленный на решение актуальной проблемы межкультурной коммуникации в социальной, научной, деловой, управленческой сферах (на выбор студенческих команд).

**Контроль самостоятельной работы**

1. Качество работы студентов с практическими материалами контролируется на практических занятиях в виде мини-опросов и индивидуальных заданий.

2. Письменные домашние задания проверяются и оцениваются преподавателем. По результатам проверки домашних заданий при необходимости проводятся консультации.

3. Проект оценивается преподавателем и студентами на занятии по результатам защиты проекта в виде презентации.

Текущий контроль проводится в течение изучения дисциплины. В течение семестра проверка осуществляется как в устной, так и в письменной формах. Для устного контроля выбираются такие формы как проверка способности проинтерпретировать прочитанный текст, способность адекватно понимать прослушанную информацию и выполнять задания по ней, способность проявить адекватную лингвистическую реакцию в таких формах устных заданий как ролевые игры и ситуации общения с учетом основ межкультурной коммуникации. В качестве письменной проверки используются различного рода тесты.

Оценка текущей успеваемости студентов осуществляется по результатам:

– проверки письменных домашних заданий (ответы на вопросы для предварительного обсуждения, выполнение проблемных заданий);

– устного / письменного мини-мониторинга на занятии;

– выполнения контрольных работ (тестовые задания, письменные задания с развернутым ответом).

Итоговое задание по дисциплине включают вопросы, ответы на которые дают возможность студенту продемонстрировать, а преподавателю оценить степень усвоения теоретических и фактических знаний и уровень сформированности практических навыков.

**Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов.**

**Самостоятельное изучение материала должно строиться по следующему плану:**

1. Прежде чем читать текст, внимательно прочитайте задание к тексту.

2.Сосредоточьте внимание на первом и последнем предложениях абзаца, которые чаще всего отражают основное в тексте.

3.Следите за развитием основной мысли по *ключевым* словам, которые часто повторяются в тексте.

4.Не возвращайтесь глазами к уже прочитанному, не «застревайте» на отдельных незнакомых словах и старайтесь понять основное содержание.

5. Прочитав текст, проверьте свое понимание по вопросам или другим заданиям после текста, стараясь не заглядывать в текст. Отмечайте незнакомые слова, если они мешают пониманию текста, но если встречается незнакомое слово, не надо торопиться смотреть в словаре его значение: хорошо бы понять смысл предложения, догадавшись о значении слова, либо из контекста, либо по его словообразовательной модели.

6. Затем можно приступить к переводу, консультируясь со словарем по поводу незнакомых слов. Слова необходимо соотносить с контекстом, ни в коем случае не выписывая все значения многозначных слов, а подбирая то значение, которое подходит по смыслу в данном контексте. Закончив перевод текста – отложите его в сторону. После другого вида работы вернитесь к переведенному вами тексту, перечитайте его, обращая особое внимание на то, насколько естественно звучит русский текст.

7. Если в тексте встречаются сложные слова, определите значение сложного слова по его элементам.

8. Прежде чем выполнять грамматические упражнения внимательно прочтите правила.

9. Выделите элементы, которые несут наиболее важную информацию.

10. Выпишите или подчеркните основные термины, определения, обозначения.

11. Составьте предложения из самостоятельно выбранных ключевых фраз.

12. Подготовьтесь к пересказу по ключевым словам.

13. Составьте план пересказа.

14. Воспроизведите текст по плану, введите необходимые средства связности.

15. Заключительным этапом является собственный комментарий по теме прочитанной и проработанной статьи.

**Образцы текстов для самостоятельнойработы**

# Trump apela a la “seguridad nacional” para abrir la guerra tarifaria

América Primero. Fiel a su lema de campaña, Donald Trump apeló este jueves a la "seguridad nacional" para detonar una [guerra comercial](https://elpais.com/internacional/2018/03/02/estados_unidos/1520015170_750712.html?rel=mas) planetaria y anunciar la imposición en 15 días de aranceles al acero (25%) y el aluminio (10%). La medida, [un símbolo del efervescente nacionalismo que se ha apoderado de la Casa Blanca,](https://elpais.com/internacional/2018/03/07/estados_unidos/1520444394_010915.html) vino atemperada por la exclusión temporal de México y Canadá, y la posibilidad de acuerdos con países aliados. Pero no evitó apuntar al corazón de China y Europa y abrir el escenario de un devastador efecto dominó a escala mundial.

Trump retomó la bandera del patriotismo económico. En un movimiento que quedará para los libros de historia, decidió fortificar aún más el islote estadounidense y lanzar una señal al orbe. El golpe, como tantas veces ocurre con el republicano, no fue completo. Canadá (14% de las importaciones de acero de EEUU) y México (9%) quedaron excluidas a la espera de que prospere la negociación del Tratado de Libre Comercio. Y abrió una puerta para que los países aliados puedan ver rebajado el arancel si muestran su disposición a cumplir con el gasto militar que les exige EEUU.

Ese fue el único gesto de buena voluntad para una proclamación que, a la postre, se acogió al discurso más duro: el de la seguridad nacional. El argumento de la Casa Blanca es que la alta dependencia de EEUU en acero y aluminio extranjero (2% de las importaciones totales) pone en riesgo al sector armamentístico y a la propia economía. No es sólo que el país compre fuera cinco más veces aluminio del que produce o que sea el mayor importador del mundo de acero, sino que la industria nacional "ha sido diezmada por décadas de importaciones precios más bajos que el de los productores nacionales". El efecto, para Trump, es doble: amenaza la seguridad en caso de bloqueo exterior y daño al tejido industrial con pérdidas masivas de empleo. Consecuencia: hay que poner barreras arancelarias.

"Durante años hemos sido atacados, hemos vivido un auténtico asalto. Han inundado nuestra tierra con metal barato, subsidiado. Han practicado el dumping[venta por debajo del coste de producción para perjudicar a los competidores]. Millones de trabajadores lo han sufrido, comunidades enteras han sido destruidas. Háganse una idea: en un mes China produce más acero que Estados Unidos en un año", afirmó Trump.

Su discurso fue una vuelta al modo de combate de la campaña electoral. Un regreso al papel que siempre le ha gustado: el del outsider que se enfrenta en solitario a la injusticia universal. Para el presidente, el déficit comercial de EEUU, que él cifra en 800.000 millones anuales, supone la plasmación de un fracaso histórico. Un olvido de los intereses nacionales en favor de otros países. Desde ese punto de vista, el castigo a quienes se aprovechan de Estados Unidos supone una respuesta natural. Lo que para el resto del planeta es puro aislacionismo, para Trump representa justicia. Y, desde luego, votos.

**El desafío del marketing verde para las empresas y consumidores**

Las empresas peruanas tienen el reto de ofrecer productos seguros para el medio ambiente. Algunas ya lo hacen, pero también es necesario que el consumidor local los prefiera. Para el profesor Wakabayashi, las acciones de las empresas que manejan conceptos de sostenibilidad valen 10% más en el Dow Jones, que aquellas que no lo tienen.

En el 2009 se dio a conocer una encuesta del Instituto de Opinión Pública de la Universidad Católica, en la cual se confirma una tendencia: el interés de los peruanos por la conservación del medio ambiente, pero también el poco compromiso real de los consumidores en este tema. Así, el 89% considera muy importante el problema de la conservación ambiental, pero el 56% señala que pocas veces compraba productos ecológicos o no contaminantes."El consumidor peruano aún no es selectivo en este campo por la educación que ha recibido. Le es indiferente", afirmó el ex ministro del Ambiente, Antonio Brack.

Los expertos definen el marketing ecológico como el marketing de productos que son seguros para el medio ambiente, y al consumidor verde como aquel que es consciente de su responsabilidad ecológica como consumidor y que lo demuestra con sus hábitos de compra.

Así, este tipo de público está informado, lee etiquetas, revisa Internet y está dispuesto a pagar un 20% más por un producto o servicio ecológico, explicó la ingeniera ambiental Johanna Poggi.

Según el "ranking verde" de Greenpeace, la compañía Nokia es una de las que más se preocupa de incorporar el marketing ecológico a sus políticas. Este tipo de empresas tecnológicas son medidas en el ranking de acuerdo con su nivel de protección al medio ambiente, mediante la eliminación de químicos tóxicos, el reciclaje y sus soluciones para combatir el cambio climático.

Por su parte, Samsung instauró un plan para que sus fábricas sean amigables con la naturaleza, invirtiendo más de US$ 4,300 millones para reducir en 50% las emisiones de carbono y así colaborar con un futuro más sustentable.

El marketing verde es una respuesta de las empresas para adecuar sus productos y procesos comerciales no solo a satisfacer las necesidades del mercado, sino para que sean compatibles y convivan con el ambiente. Mencionó que en el caso peruano, las empresas del sector bebidas han aplicado estrategias de marketing de este tipo. "Algunas firmas están reduciendo el grosor de los envases, con lo cual, el impacto del plástico en el ambiente se reduce", señaló. Wakabayashi añadió que las empresas toman la decisiόn de desarrollar este nuevo enfoque del marketing no solo con un fin altruista, sino porque responde a una necesidad y deseo de los consumidores y de la sociedad.

**El dinero moderno:las tarjetas de pago, dinero electrónico y el dinero virtual.**

Las tarjetas de crédito y débito que utilizamos en nuestras compras diarias no tienen un origen bien claro. Unos consideran que las tarjetas provienen de Francia y otros argumentan su origen en EEUU. Lo que está claro es que su expansión fue debida gracias a Frank Macnamara cuando en 1950 funda la empresa Diners Club y crea la primera empresa independiente de emisión de tarjetas de crédito.

El uso de las tarjetas de pago sustituyó el metal de las monedas y el papel de los billetes por el plástico, permitiendo transportar y pagar grandes cantidades de dinero mediante un ligero y cómodo rectángulo de plástico.

A lo largo de la historia las tarjetas de pago han cambiado constantemente. Al principio se escribían o se imprimían a mano todos los caracteres. Posteriormente se estampó el número de cuenta así como otros datos de interés. En la década de los años 60 se introdujeron las primeras bandas magnéticas hasta que aparecieron las primeras tarjetas que incorporaron chips de seguridad.

Con la evolución de los ordenadores e Internet, hoy en día disponemos del conocido dinero virtual o electrónico, el cual representa a todo el dinero que se intercambia mediante medios electrónicos como un datáfono, ordenador o smartphone conectado a una red.

Las compras on-line promovidas por empresas tecnológicas como Amazon, Ebay o Apple mediante su Itunes Store han convertido a Internet como el nuevo medio para realizar compras y ventas a través de nuestro ordenador, tablet o smartphone. Así el dinero corresponde a un número electrónico que está almacenado en alguna base de datos de uno o varios servidores. Este nuevo medio de pago ha sustituido al tradicional moneda o billete dejando de ser un dinero tangible (que podemos tocar y verlo) a ser un dinero intangible (un número virtual).

Por último y otra vez debido a Internet está implantándose con gran fuerza una nueva moneda totalmente virtual llamada Bitcoin. Esta moneda no está respaldada por ningún gobierno ni estado. Su éxito se basa en la aceptación de una gran parte de los navegantes o usuarios de Internet así como que su valor está regido por la ley de la oferta y demanda. Este tipo de moneda no se regula por ningún banco central o institución financiera. Existen otros ejemplos de monedas virtuales como Litecoin, Ripple o Terracoin que cada vez están adquiriendo mayor aceptación entre los *usuarios.*

**Contabilidad.**

CONTABILIDAD

I. Concepto.

La contabilidad es el proceso de identificar, medir y comunicar información económica apta para permitir juicios y decisiones documentados a los usuarios de dicha información.

II.Origen y evoluciόn de la contabilidad. Hasta llegar al momento actual, el camino recorrido por la contabilidad no ha sido fácil. Desde los primeros registros contables que se realizaron 4.000 años antes de J.C., la primera evidencia de un sistema completo de teneduría de libros por partida doble fue hallada en los registros de un mercader medieval de Génova. La circunstancia más importante que dio auge a la contabilidad fue el desarrollo del comercio en las ciudades Italianas medievales.La primera obra que se publicó, y que describe el sistema de teneduría de libros por partida doble, fue la escrita por fray Luca Paccioli en 1494 *“Summa de Aritmética, Geometría, Proportioni et Proportionalitá”*. Paccioli fue un fraile franciscano que vivió casi toda su vida como maestro y erudito. En ese momento la finalidad de la contabilidad era:

- Dar información al mercader de su activo y su pasivo

- No existía el concepto de ejercicio económico, y el carácter de continuidad del negocio.

- Tampoco había una unidad monetaria constante estable única.

En los siglos XVII y XVIII se empezó a practicar el cálculo del saldo de pérdidas y ganancias al cierre de cada ejercicio, introduciendo el concepto de ejercicio económico y medio siglo después se aconsejó que los balances se hicieran también en intervalos de tiempo específicos. En los siglos XIX y XX se produjo su desarrollo más rápido y acelerado. La sociedad económica se volvió más compleja y se vió la necesidad de informar no sólo al propietario del negocio (quien tomaba las decisiones) sino también a los accionistas, inversores, acreedores y el gobierno. Los cambios de mayor calado se produjeron de 1800 a 1930, destacando los siguientes:

- La presentación de libros de texto de teneduría de libros y el desarrollo de métodos nuevos de enseñar contabilidad.

- La Revolución Industrial con su influencia en la contabilidad de costes y la contabilización de la depreciación.

- La regulación gubernativa de los negocios.

- La imposición fiscal de las empresas.

- El desarrollo de la sociedad anónima, el crecimiento de los gigantes industriales y financieros mediante fusiones.

- La influencia de la teoría económica.

Hoy en día con el auge de las firmas de auditoria, la evolución ha sido patente y se puede decir que la contabilidad es el lenguaje utilizado en los negocios, y es el medio más adecuado para elaborar la información económico financiera de la empresa necesaria para los usuarios, es decir, las personas encargadas de la toma de decisiones en la empresa.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

**Основная литература:**

1. Гринина Е.А., Микаэлян Ю.И. Español actual / Е.А. Гринина, Ю.И. Микаэлян. – М.: Филоматис, 2015. – 203 с.

2. Душевский, А. A. Испанский для экономистов / А.А. Душевский, Е.В. Дыро, М.Н. Мардыко. БГЭУ, 2012. – 150 с.

3. Иовенко, В.А. Общий перевод с испанского / В.А. Иовенко. – М.: ЧеРо, 2008. – 315 с.

4. Калустова, О.М. Бизнес-курс испанского языка / О.М. Калустова. – К: ООО ИП Логос, 2003. – 230 с.

5. Мигель Арсуага-Герра Испанский язык для делового общения / Мигель Арсуага-Герра. - М.: ЧеРо, 2005.

6. Мигель Арсуага-Герра Испанский язык для современной предпринимательской деятельности / Учебное пособие – M.: Филоматис, 2011.

7. Carmen Rosa de Juan El español en el ámbito jurídico / Carmen Rosa de Juan. – Madrid: Edinumen, 2010. – 280 с.

8. Claudia Fernández, Javier Lahuerta, Ivonne Lerner /Manual de espanol/ Conforme al Plan Curricular del Instituto Cervantes – Madrid, 2012.

9. Lago, A. F. Español para el comercio internacional / A. F. Lago. – Madrid, 2005. – 210 с.

10. Marta Baralo, Marta Genís, M.a Eugenia Santana/ Espaňol Lengua Extranjera, Avanzado B2 – Grupo Anaya, S.A., Madrid,2012. – 294 p.

**Дополнительная литература:**

1. Борисенко, И.И. Грамматика испанской разговорной речи с упражнениями / И.И. Борисенко. – М.: Высшая школа, 2000. – 235 с.

2. Дыро, Е.В. Испанский для экономистов / Е.В. Дыро, М.Н. Мардыко, Н.В. Попок. – Минск: БГЭУ, 2005. – 230 с.

3. Киселёв, A.B. Испания. География. История / A.B. Киселёв. – Санкт-Петербург: КАРО, 2001. – 156 с.

4. Комарова, Ж.Т. Испанский для всех / Ж.Т. Комарова. – М.: Менеджер, 2005. – 185 с.

5. Alonso, R. Gramática básica del estudiante de español / R. Alonso. – Tesys, 2005. – 215 с.

6. Baralo Marta, Genís Marta, Santana M.a Eugenia. Español Lengua Extranjera / Marta Baralo. Madrid: Grupo Anaya, S.A., 2012. – 294 p.

7 Fernández Claudia, Lahuerta Javier, Lerner Ivonne Manual de español / Claudia Fernández. – Madrid: Instituto Cervantes, 2012. – 122 p.

8.Pareja, María José. Temas de empresa / María José Pareja. –Madrid: Edinumen, 2014. – 214 p.