



PRINCIPIANTES

¿Cómo se llama las tiendas en húngaro?

Supermercado-
Quiosco-
Mercado-
Pastelería-
Bar-
Carnicería-
Estanco-

2. Busca la pareja:

1. quédese con la vuelta
2. me cobra?
3. qué barbaridad
4. yo aquí no vuelvo
5. qué talla usa?

- a. Micsoda barbárság
- b. Tartsa meg a visszajárót
- c. Ide se jövök vissza
- d. Milyen méretet hord?
- e. mennyit fizetek?

INTERMEDIOS

Agrupar las expresiones según su significado:

Estar a buen precio, costar mucho, una oferta especial, un dineral, rebajado, de costo, estar de saldo, ser una ganga, un ojo de la cara, costar un riñón, vender a precio reducido, ser costoso, tener un precio alto, prohibitivo, inalcanzable, tener descuento,

Barato:

Caro:

AVANZADOS

Lee el texto y busca los significados.

Colgar a personas vivas de una valla publicitaria podría parecer lo último en publicidad agresiva, pero hoy en día los recursos de que se sirven los gurús del “¡Cómprame!” derrochan extravagancia y sofisticación: la empresa Harris Hynd ya comercializa el equipo Turning Heads (cabezas que se giran), un dispositivo que hace hablar a cualquier superficie publicitaria con la calidad de un CD, y el empeño de crear la llamada “conciencia de marca” ha llevado a Panasonic a abrir en Tokio su Dinosaur Factory, un centro de exposición mezcla de museo y parque jurásico en el que se pueden probar sus últimos productos.



Según la empresa Mediaedge:cia, el pasado septiembre se emitió una media diaria de 8.408 anuncios televisivos en todo el territorio nacional. Por tanto, para conquistar la voluntad del consumidor, los estrategas del marketing tienen que aguzar al máximo el ingenio. Su última vuelta de tuerca es infiltrarse directamente en el cerebro de sus objetivos. En sentido literal. Cuentan para ello con una herramienta inesperada, pero muy poderosa: el neuromarketing, que es la aplicación de los descubrimientos científicos sobre cómo percibimos el mundo y cómo tomamos decisiones en la elaboración de estrategias empresariales.

http://www.nestorbraidot.com/upload/461_quo11-04.pdf

Televíziós hirdetések

Hirdető tábla

Tudományos felfedezések alkalmazása

A reklám csapdájában/hálójában

Döntést hozni

Kifinomult stratégiák

Szó szerint

Legújabb termékek

Forgalmazza

Hírdetési felület

Meghódítja a fogyasztót