

**ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ**  
**ΤΡΙΤΗ 22 ΙΟΥΝΙΟΥ 2004**  
**ΚΟΙΝΗ ΕΞΕΤΑΣΗ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ**  
**ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΚΗ**  
**ΣΥΝΟΛΟ ΣΕΛΙΔΩΝ: ΤΡΕΙΣ (3)**

- A.** Να αποδώσετε στο τετράδιό σας στην ελληνική γλώσσα το παρακάτω κείμενο, προσδίδοντάς του τη μορφή που θα έπρεπε να έχει, αν επρόκειτο να δημοσιευθεί σε ελληνικό έντυπο:

Nada es casual en una tienda, ni los colores, ni la música, ni la luz, ni el olor, ni la temperatura. Desde que se entra en un establecimiento, sobre todo en las grandes superficies, el cliente está expuesto a una batalla donde cada bala va dirigida al corazón, al cerebro o a los recuerdos. Otra cosa es que consigan dar en el blanco. El vencedor será la marca que consiga hacerle comprar algo que no estaba en sus planes o el producto que consiga metérsele por los ojos en el último momento sin que usted sepa muy bien para qué sirve. Eso se llama compra por impulso, un comportamiento casi normal hoy día, pero que es inducido hasta límites inimaginables por las técnicas de mercado. Ellas son las responsables de que vayamos al súper por leche y volvamos con dos bolsas llenas y con 30 euros menos. El verdadero responsable de que la tentación sea irresistible es el *marketing* y sus técnicas perfectamente medidas y estudiadas y que aparecen en nuestro camino en forma de colores cálidos o fríos, luces tenues o brillantes, música relajante y agradable o estridente e insoportable.

*El País Semanal*, 23-05-2004  
[25 puntos]

**B.** Να απαντήσετε στο τετράδιό σας στην ισπανική γλώσσα στις παρακάτω ερωτήσεις:

**B1. a)** ¿Qué técnicas usa el *marketing* para hacernos comprar impulsivamente, según el texto ? [6 puntos]

**b)** ¿Cuáles son los resultados de la compra impulsiva, según el texto ? [6 puntos]

**c)** ¿Qué título le pondría a este texto? [3 puntos]

**B2. a)** Reescriba la frase: «Eso se llama compra ... por las técnicas de mercado» comenzando con «Dijo que ... » [5 puntos]

**b)** Exprese en futuro la siguiente frase: «el cliente está expuesto a una batalla donde cada bala va dirigida al corazón» . [5 puntos]

**c)** Exprese el contrario de:  
verdadero -  
responsable -  
agradable -  
llenas -  
normal -  
[5 puntos]

**Γ.** Να γράψετε κείμενο 180 - 200 λέξεων σύμφωνα με το παρακάτω θέμα:

Describe para una revista juvenil española las formas más populares de diversión de los jóvenes griegos.

[45 puntos]

**Ο Δ Η Γ Ι Ε Σ**

1. Να δοθούν απαντήσεις σε όλα τα ζητήματα. Κάθε απάντηση που καλύπτει εννοιολογικά και γλωσσικά τα ζητήματα είναι αποδεκτή.
2. Τα θέματα και οι οδηγίες θα αναπραχθούν και θα διανεμηθούν στους υποψηφίους. **Δεν** θα εκφωνηθούν και **δεν** θα γραφούν στον πίνακα.
3. Τα θέματα (ισπανικό κείμενο - ερωτήσεις στα ισπανικά - θέμα «έκθεσης» στα ισπανικά) **δεν** θα αντιγραφούν στο τετράδιο. Στο τετράδιο θα γραφούν **μόνο** τα προκαταρκτικά.
4. Ο τίτλος του περιοδικού **να μη μεταφραστεί**.
5. Οι υποψήφιοι θα επιστρέψουν τις φωτοτυπίες των θεμάτων κατά την αποχώρησή τους στους επιτηρητές, οι οποίοι και θα τις καταστρέψουν.
6. Διάρκεια εξέτασης : Τρεις (3) ώρες.
7. Έναρξη χρόνου εξέτασης : Αμέσως μετά τη διανομή των φωτοτυπιών στους υποψηφίους.
8. Δυνατότητα αποχώρησης: Μία (1) ώρα μετά την έναρξη του χρόνου εξέτασης.
9. Η διάρκεια εξέτασης και ο χρόνος δυνατής αποχώρησης να γραφούν στον πίνακα.

ΚΕΕΜ

ΚΑΛΗ ΕΠΙΤΥΧΙΑ

**ΤΕΛΟΣ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ**

## ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2004

### ΕΙΔΙΚΟ ΜΑΘΗΜΑ : ΙΣΠΑΝΙΚΑ

#### ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

#### A. ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

Τίποτε δεν είναι τυχαίο σε ένα κατάστημα, ούτε τα χρώματα, ούτε η μουσική, ούτε ο φωτισμός, ούτε η μυρωδιά, ούτε η θερμοκρασία. Με το που μπαίνει κανείς στο κατάστημα, κυρίως στους μεγάλους χώρους, ο πελάτης είναι εκτεθειμένος σε ένα ψυχολογικό πόλεμο, όπου κάθε «σφαίρα» στοχεύει την καρδιά του, τον εγκέφαλο του η τις αναμνήσεις του. Το αν πετυχαίνουν διάννα η όχι, είναι άλλο θέμα. Ο νικητής θα είναι η μάρκα που θα καταφέρει να σας κάνει να αγοράσετε κάτι που δεν το είχατε προγραμματίσει, η το προϊόν που θα καταφέρει «να σας χτυπήσει στο μάτι» την τελευταία στιγμή χωρίς να ξέρετε καλά-καλά σε τι χρησιμεύει. Αυτό λέγεται αγορά βάσει παρόρμησης, μία σχεδόν φυσιολογική συμπεριφορά σήμερα, που όμως το εμπόριο, με τις μεθόδους του, ενθαρρύνει (προωθεί) σε αφάνταστο σημείο. Αυτοί οι μέθοδοι είναι η αιτία που πηγαίνουμε στο σούπερ μάρκετ για γάλα και γυρνάμε με δύο γεμάτες σακούλες και με 30 ευρώ λιγότερα. Ο πραγματικός υπαίτιος, αυτός ο οποίος κάνει τον πειρασμό να είναι ακατανίκητος, είναι το μάρκετινγκ και οι καλά μετρημένες και μελετημένες μέθοδοι του και το ότι (μας παρουσιάζονται) εμφανίζονται (εμπρός μας) μπροστά μας σε μορφή κρύων η ζεστών χρωμάτων, απαλού η έντονου φωτισμού, χαλαρωτικής, ευχάριστης, εκκωφαντικής η ανυπόφορης μουσικής.

El Pais Semanal, 23-05-2004

#### B.

##### B.1.

a) *El marketing para hacernos comprar impulsivamente, estudian muy bien los colores, la música, la luz, la temperatura de los establecimientos donde se exponen los productos y a su vez las empresas que quieren promover sus productos, estudian muy bien la manera de presentarlos para que influyan en nuestro cerebro y en nuestros sentimientos a tal punto, de modo que no nos quede otro remedio que comprar productos que no necesitamos, simplemente porque consiguen metersenos por los ojos.*

b) *Como se estudia muy bien lo antedicho, el resultado es que influyen en nuestro cerebro y en nuestros sentimientos a tal punto, de modo que no nos quede otro remedio que comprar productos que no necesitamos, simplemente porque consiguen metersenos por los ojos.*

c) *Se buscan víctimas.*

##### B.2.

a) *“Dijo que esto se llamaba compra por impulso, un comportamiento casi normal hoy en día, pero que era inducido hasta límites inimaginables por las técnicas del mercado”.*

b) *«el cliente estará expuesto a una batalla donde cada bala irá dirigida al corazón, al cerebro, o a los recuerdos»*

c) - verdadero - falso

- responsable - irresponsable

- agradable - desagradable

- llenas – vacías

- normal - anormal

Γ.

Περιγράψτε για ένα νεανικό ισπανικό περιοδικό τους πιο δημοφιλείς τρόπους διασκέδασης της ελληνικής νεολαίας. (180-200 λέξεις).

- **Las formas más populares de diversión son las siguientes:**

- La mayoría de los jóvenes van a bares y cafeterías para conversar, hablar o simplemente para relajarse o para jugar al tavli (un juego de mesa, típico griego que se juega con fichas y dados),.
- Se pueden reunir en la casa de un amigo, especialmente los estudiantes universitarios para escuchar música, conversar, almorzar o cenar juntos, beber algo, jugar juegos de mesa o para quedar en salir por la noche, etc.
- Van a conciertos, a tabernas típicas griegas o para comer y escuchar música en vivo.
- Van al cine, al teatro, pero más al cine, a fiestas y a locales nocturnos donde se oye una gran variedad de música.
- Salen por la mañana o por la tarde con sus amigos o también para conocer a nuevos amigos por la playa, en la universidad, o en cualquier lugar donde se reúnen muchos jóvenes. Por la tarde salen con sus amigos o también para conocer a nuevos amigos en bares, clubes, discotecas, etc.
- Hacen deportes de todo tipo, van al gimnasio, juegan al fútbol, al baloncesto, al vóley, al tenis, al ping pong, practican la vela o el esquí acuático, o hacen windsurf, etc.
- Los chavales, se quedan en casa para ver un partido de fútbol o van al estadio para ver a su equipo.
- Las muchachas pueden quedar para ir de compras o simplemente para dar una vuelta mirando los escaparates y después pueden ir a una cafetería para tomar un café, etc.
- Un grupo de amigos jóvenes puede encontrarse no sólo en una cafetería sino también en un internet café para navegar por la red, para jugar o para sacar informaciones de todo tipo, para ponerse al día sobre nuevos programas, etc.

**ΟΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ  
ΙΔΙΟΚΤΗΤΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ (PALSO)**