

Lexicul panlatin al marketingului

economic

Lèxic panllatí de màrqueting

econòmic

Léxico panlatino del marketing

económico

Lexique panlatin du marketing

économique

O léxico panlatino do márketing

económico

Lessico panlatino del marketing

economico

Léxico panlatino do marketing

econômico

Glossary of Economic Marketing



București, 2011

Autori și colaboratori

Nomenclatura inițială (Română)

ANGELA BIDU-VRĂNCEANU (coordonator), Universitatea din București

ROXANA CIOLĂNEANU (redactor), Academia de Studii Economice din București

ALICE TOMA, Universitatea din București

ELENA MUSEANU, Universitatea Româno-Americană

Catalană

JORDI BOVER, Centre de Terminologia TERM CAT

ADRIEN BAGARRY, Centre de Terminologia TERM CAT

ELISABETH LLOPART, Centre de Terminologia TERM CAT

CARLES TORRECILLA, ESADE

GABRIEL GENESCÀ, Servei Lingüístic d'ESADE

Spaniolă (Spania)

BETTINA SCHNELL, Universidad Pontificia Comillas

NADIA RODRIGUEZ, Universidad Pontificia Comillas

Spaniolă (Argentina)

ESTELA SERVENTE, Colegio de Traductores Públicos de la Ciudad de Buenos Aires

Spaniolă (Mexic)

MARIA POZZI PARDO, El Colegio de México

Franceză (Franța)

MIHAELA IVAN, Academia de Studii Economice din București

Franceză (Canada)

GABRIEL HUARD, Bureau de la Traduction, Direction de la normalisation terminologique

ILIANA AUVERANA, Bureau de la Traduction, Sciences humaines

Italiană

FRANCO BERTACCINI, SSLMIT Forlì, Università di Bologna

CLAUDIA LECCI, SSLMIT Forlì, Università di Bologna

Galiciană

MANUEL GONZÁLEZ GONZÁLEZ, Servizo de Terminoloxia Galega TERMIGAL

Portugheză (Brazilia)

IEDA MARIA ALVES, Universidade de São Paulo

CUPRINS

INTRODUCERE	5
Lexicul panlatin al marketingului economic	25
Index catalană	53
Index spaniolă (Spania)	56
Index spaniolă (Argentina)	59
Index spaniolă (Mexic)	62
Index franceză (Franța)	65
Index franceză (Canada)	68
Index galiciană	71
Index italiană	74
Index portugheză (Brazilia)	77
Index engleză	80
Surse	83

INTRODUCERE

Lexicul panlatin al marketingului economic a fost elaborat în cadrul Rețelei Panlatine de Terminologie (Realiter) și coordonat de prof. dr. Angela Bidu Vrănceanu, Universitatea din București. Sinteza și redactarea finală a materialului a fost făcută de lect. dr. Roxana Ciolăneanu.

Domeniul **Marketingului economic** este relativ nou, iar dinamica lui este continuă. Interesul aplicativ al acestui domeniu este complex și vizează aspecte din economie, comerț, publicitate, comunicare. Lista de termeni ilustrativă pentru acest domeniu a fost selecționată și limitată la aproximativ 150 de termeni, considerați reprezentativi. Întrucât **marketingul** este un domeniu complex și eterogen, ale cărui limite sunt greu de stabilit, am încercat să acoperim diferite zone ale marketingului prin selectarea de termeni aparținând mai multor sub-domenii ale acestuia, precum: *cercetarea de marketing, politica de promovare, comportamentul consumatorului, politica de distribuție*. Această selecție este motivată și de evoluția diacronică a marketingului, discutată în literatura de specialitate ca desfășurându-se pe parcursul a trei etape: 1) 1900-1920: **marketingul** se ocupa de desfacerea produselor pe piață (*vânzare*); 2) din 1950 a mai adăugat o dimensiune, și anume, *reclama*; 3) datorită avântului economic din anii 50 și 60, care a determinat o creștere a concurenței, orientarea spre vânzări a **marketingului** s-a transformat în orientarea spre client (*comportamentul consumatorului*) (cf. Zollondz 2007: 14-20).

Elaborarea lexicului de Marketing a avut ca punct de plecare limba română, termenii fiind selectați din dicționarele specializate de marketing românești și verificați în texte de specialitate (texte științifice, texte didactice) și în articole de presă economică. Pentru fiecare termen s-au dat echivalente în șase limbi romanice (ținând cont de repartitia lor teritorială acolo unde a fost cazul): catalană, spaniolă (Spania, Argentina, Mexic), franceză (Franța, Canada),

galiciană, italiană, portugheză (Brazilia). De asemenea, pentru fiecare termen este furnizat și echivalentul englezesc.

Termenii cuprinși în **Lexicul panlatin al marketingului economic** se pot consulta în fiecare dintre limbile mai sus menționate prin utilizarea indexului alfabetic alcătuit pentru fiecare limbă în parte. Toți termenii beneficiază de indicarea categoriei gramaticale corespunzătoare. Pentru unii termeni s-au înregistrat cvasi(sinonime) și/sau variante de scriere. (Cvasi)sinonimele în limba română apar imediat sub termenul-titlu, iar pentru celelalte limbi romanice, sunt enumerate unul sub altul. Săgeata (→) semnifică trimiterea la alt termen-titlu (cvasi)sinonim din listă.

Inventarul de termeni cuprinde atât termeni simpli, cât și sintagme terminologice. Acestea din urmă au fost preluate ca atare din dicționarele de specialitate românești. Pentru unii termeni simpli, cu circulație în alte limbaje de specialitate, precum și în limba comună, au fost adăugate contexte de dezambiguizare, extrase din texte de specialitate și articole din presă și marcate prin paranteze pătrate [].

Fiecare din colaboratorii la proiectul **Lexicul panlatin al marketingului economic** este responsabil pentru termenii furnizați ca echivalenți în limba respectivă.

Considerăm că **lexicul panlatin al marketingului** va facilita comunicarea interlinguală și va satisface interesul complex (extralingvistic, lingvistic și terminologic) pentru acest domeniu. Publicul vizat este reprezentat de specialiști în mai multe domenii: economie, comerț, publicitate, media și, nu în ultimul rând, terminologii și lingviști.

Coordonatorii

INTRODUCCIÓ

El **Lèxic panllatí de màrqueting econòmic** ha estat elaborat en el marc de la Xarxa Panllatina de Terminologia (Realiter) durant dos anys, en el període 2008-2010. El director del projecte és la doctora Angela Bidu Vranceanu, professora de la Universitat de Bucarest. La síntesi i la redacció final del material han anat a càrrec de la Sra. Roxana Ciolăneanu, mestra assistent de l'Acadèmia d'Estudis Econòmics de Bucarest.

El domini del **màrqueting econòmic** és relativament nou, i la seva dinàmica no deixa d'aportar-li canvis. Els àmbits d'aplicació d'aquest domini són complexos, ja que s'hi inclouen aspectes d'altres camps com ara l'economia, el comerç, la publicitat, la comunicació en les relacions públiques i d'altres. De la llista de termes de **màrqueting** buidats inicialment s'ha fet una selecció de 150 termes, que es consideren representatius de l'àmbit. Tenint en compte que el màrqueting és un domini complex i heterogeni, amb una especificitat estricta difícil d'establir, la solució proposada en l'elecció de l'inventari de termes ha estat tractar d'incloure diversos aspectes del màrqueting, seleccionant termes procedents de diferents subàrees, com ara la investigació de màrqueting, la política de promoció, el comportament del consumidor o la política de distribució. La selecció de termes a la llista té com a raó subjacent l'evolució diacrònica del màrqueting. La literatura especialitzada distingeix tres etapes: 1) 1900-1920: el **màrqueting** té en compte principalment la presentació dels productes en el mercat (*la venda*); 2) a partir de 1950 hi afegeix una nova dimensió: la publicitat; 3) gràcies al desenvolupament econòmic dels anys 50 i 60, que condueix a una competència més gran, l'orientació del màrqueting cap a la venda s'ha convertit en una orientació cap al client (el *comportament del consumidor*) (cf. Zollondz 2007: 14-20).

L'elaboració del lèxic de màrqueting ha tingut com a punt de partida la llengua romanesa: els termes han estat extrets de diccionaris romanesos de màrqueting i verificats en textos especialitzats (textos científics, textos didàctics) i en articles de revistes econòmiques de divulgació. Per a cada terme es donen els equivalents en sis llengües romàniques (tenint en compte la seva distribució geogràfica, segons el cas): català, castellà (Espanya, Argentina, Mèxic), francès (França, Canadà), gallec, italià i portuguès (Brasil). També es facilita l'equivalent anglès.

Els termes del **Lèxic panllatí de màrqueting econòmic** es poden consultar a partir d'un índex alfabètic per a cada una de les llengües esmentades anteriorment, per separat. Totes les denominacions estan acompanyades per la seva categoria gramatical. Per a alguns termes s'han recollit (quasi)sinònims i/o variants ortogràfiques. Els (quasi)sinònims, en romanès, apareixen immediatament després de l'entrada i, per a les altres llengües romàniques, es mostren un sota l'altre. La fletxa (→) indica la remissió a una altra entrada, també un (quasi)sinònim.

L'inventari de termes inclou tant denominacions simples com denominacions sintagmàtiques. Aquestes darreres s'han extret de diccionaris especialitzats romanesos. Per a alguns termes simples, que s'utilitzen també en altres llenguatges d'especialitat o en la llengua comuna, s'han afegit contextos que permeten la desambiguació, contextos procedents de textos especialitzats i d'articles de divulgació científica. Els contextos apareixen en el nostre lèxic entre claudàtors [].

Cada col·laborador del projecte del **Lèxic panllatí de màrqueting econòmic** és responsable de les denominacions proposades en la seva llengua.

Considerem que el **Lèxic panllatí de màrqueting econòmic** facilitarà la comunicació entre llengües i satisfarà l'interès complex (extralingüístic, lingüístic

i terminològic) cap a aquest domini. L'obra està destinada principalment als especialistes de diversos camps: economia, comerç, publicitat, mitjans de comunicació; però també a terminòlegs, traductors, lingüistes i totes aquelles persones interessades en aquest àmbit.

Els coordinadors del projecte

INTRODUCCIÓN

El léxico panlatino de marketing económico se ha elaborado en el marco de la Red Panlatina de Terminología (Realiter) durante dos años, entre los años 2008 y 2010. La directora del proyecto es la profesora Dra. Angela Bidu Vranceanu, de la Universidad de Bucarest. La profesora ayudante Roxana Ciolăneanu, de la Academia de Estudios Económicos de Bucarest, se ha ocupado de la compilación y la elaboración del documento final.

El campo del marketing económico es relativamente nuevo y, al ser tan dinámico, cambia constantemente. El interés aplicativo de este campo es complejo ya que también recoge aspectos de otros campos como la economía, el comercio, la publicidad, la comunicación en las relaciones públicas, entre otros. Los términos de marketing que componen esta lista ilustrativa han sido seleccionados y se han limitado a 150 aproximadamente, ya que son los más representativos del campo. Dado que el marketing es un campo complejo y heterogéneo, con una especificidad estricta difícil de establecer, se han elegido estos términos en concreto para intentar abarcar varios aspectos del marketing. De esta manera, se han conservado términos pertenecientes a diferentes subcampos del campo analizado, como por ejemplo la investigación en marketing, la política de promoción, el comportamiento del consumidor y la política de distribución. La razón subyacente de la selección de los términos de la lista es la evolución diacrónica del marketing. Existen tres etapas de este campo que hay que tener en cuenta: 1. 1900-1920: el marketing se centra principalmente en la presentación de los productos en el mercado (*la venta*); 2. a partir de 1950, se añade una nueva dimensión, que es *la publicidad*; 3. gracias al desarrollo económico de los años 50 y 60, que provocó el aumento de la competencia, la orientación del marketing hacia la venta pasa a dirigirse al cliente (*el comportamiento del consumidor*) (cf. Zollondz 2007: 14-20).

La lengua rumana ha sido el punto de partida para la elaboración del léxico de marketing. Se eligieron términos de diccionarios de marketing rumanos y se comprobaron en textos especializados (textos científicos, textos didácticos,...) y en artículos de revistas de divulgación económica. Cada término tiene su equivalente en seis lenguas románicas (teniendo en cuenta su repartición geográfica, según el caso): el catalán, el español (España, Argentina, México), el francés (Francia, Canadá), el gallego, el italiano y el portugués (Brasil). Además, se presenta el equivalente de cada término en inglés.

Los términos del **Léxico panlatino de marketing económico** se pueden consultar partiendo de índices alfabéticos separados en cada una de las lenguas mencionadas anteriormente. Junto a cada término se indica su categoría gramatical. En algunos términos se han añadido (cuasi-) sinónimos y/o variantes de escritura. En rumano, los (cuasi-) sinónimos aparecen inmediatamente tras el término y en las otras lenguas, se enumeran uno tras otro. La flecha (→) indica (cuasi-) remite a otro término (cuasi-) sinónimo de la lista.

El inventario de términos está constituido tanto por términos simples como por sintagmas terminológicos. Estos últimos se han extraído tal cual de los diccionarios rumanos especializados. En algunas entradas de términos simples, también utilizados en otros lenguajes especializados y/o en el lenguaje cotidiano, se han añadido contextos que permiten una desambiguación del sentido, contextos extraídos de textos especializados y de artículos de divulgación científica. Los contextos aparecen entre corchetes [].

Cada colaborador del proyecto del **Léxico panlatino de marketing económico** es responsable de los términos propuestos como equivalentes de la lengua en cuestión.

Consideramos que el léxico panlatino de marketing resultará de gran ayuda en la comunicación entre lenguas y satisfará el complejo interés (extra lingüístico, lingüístico y terminológico) en este campo. El público destinatario de este léxico

está formado principalmente por especialistas de diversos campos: economía, comercio, publicidad, los medios de comunicación, pero también terminólogos, traductores, lingüistas y todos aquellos a quienes les interesa el marketing.

Los coordinadores del proyecto

INTRODUCTION

Le **lexique panlatin du marketing économique** a été élaboré dans le cadre du Réseau Panlatin de Terminologie (Realiter) pendant deux années, dans la période 2008-2010. Le directeur du projet est Mme Prof. Dr. Angela Bidu Vranceanu, Université de Bucarest. La synthèse et la rédaction finale du matériel ont été assurées par Mme Maître assistant Roxana Ciolăneanu, Académie des Etudes Economiques de Bucarest.

Le domaine du **Marketing économique** est relativement nouveau, et sa dynamique ne cesse pas de lui apporter des changements. L'intérêt applicatif de ce domaine est complexe, car il vise des aspects d'autres domaines tels que l'économie, le commerce, la publicité, la communication dans les relations publiques et pas seulement. La liste illustrative des termes de **marketing** retenus pour l'analyse a été sélectionnée et limitée à environ 150 termes, qu'on considère en tant que termes représentatifs du domaine. Etant donné le fait que le **marketing** est un domaine complexe et hétérogène, dont la spécificité stricte est difficile à établir, la solution proposée dans le choix de l'inventaire des termes a essayé de comprendre plusieurs aspects du marketing, en retenant des termes provenant de différents sous domaines du domaine d'analyse, comme: *la recherche en marketing, la politique de promotion, le comportement du consommateur, la politique de distribution*. La sélection des termes de la liste a pour raison sous-jacente l'évolution diachronique du marketing. La littérature de spécialité convient sur la distinction de trois étapes: 1) 1900-1920: le **marketing** vise principalement la présentation des produits sur le marché (*la vente*); 2) à partir de 1950 il ajoute une nouvelle dimension, à savoir, la *publicité*; 3) grâce au développement économique des années '50 et '60, qui a induit une augmentation de la concurrence, l'orientation du **marketing** vers la vente a devenue une

orientation vers le client (le *comportement du consommateur*) (cf. Zollondz 2007: 14-20).

L'élaboration du lexique de Marketing a eu pour point de départ la langue roumaine, les termes étant tirés des dictionnaires roumains de marketing et vérifiés dans les textes de spécialité (des textes scientifiques, des textes didactiques) et dans les articles de revues économiques de vulgarisation. Pour chaque terme on a donné des équivalents de six langues romanes (en tenant compte de leur répartition géographique, selon le cas): le catalan, l'espagnole (Espagne, Argentine, Mexique), le français (France, Canada), le galicien, l'italien, le portugais (Brésil). En outre, pour chaque terme, on fournit son équivalent anglais.

Les termes du **Lexique panlatin du marketing économique** sont consultables à partir d'un index alphabétique pour chaque langue que nous venons de mentionner ci-dessus, séparément. Tous les termes sont accompagnés de leur propre catégorie grammaticale. Pour certains termes on a enregistré des (quasi)synonymes et/ ou des variants d'écriture. Les (quasi) synonymes, en langue roumaine, apparaissent immédiatement après le terme-vedette, et, pour les autres langues romanes, ils sont énumérés l'un au-dessous de l'autre. La flèche (→) indique l'envoi vers un autre terme-vedette de la liste, lui aussi un (quasi)synonyme.

L'inventaire des termes comprend aussi bien des termes simples, que des syntagmes terminologiques. Ces derniers ont été extraits tels quels des dictionnaires roumains spécialisés. Pour certains termes simples, qui sont utilisés aussi dans d'autres langages de spécialité et/ ou en langue commune, on a ajouté des contextes qui permettent la désambiguïsation, contextes provenant des textes de spécialité et des articles de vulgarisation scientifique. Les contextes apparaissent dans notre lexique entre crochets [].

Chaque collaborateur du projet du **Lexique panlatin marketing économique** est responsable pour les termes proposés en tant qu'équivalents pour la langue concernée.

On considère que le **lexique panlatin du marketing** facilitera la communication inter langagière et satisfera l'intérêt complexe (extra linguistique, linguistique et terminologique) pour ce domaine. Le public visé est formé principalement des représentants des spécialistes de plusieurs domaines: l'économie, le commerce, la publicité, les media, mais aussi des terminologues, des traducteurs, des linguistes et tous ceux qui s'intéressent à ce domaine.

Les coordinateurs du projet

INTRODUCCIÓN

O léxico panlatino do **márketing económico** foi elaborado no marco da Rede Panlatina de Terminoloxía (Realiter) ao longo de dous anos, no período 2008-2010. A directora do proxecto é a Prof^a. Dra. Angela Bidu Vranceanu, da Universidade de Bucarest. A síntese e a redacción final do material foron realizadas pola Prof^a. asistente Roxana Ciolăneanu, da Academia de Estudos Económicos de Bucarest.

O dominio do **Márketing económico** é relativamente novo, e o seu dinamismo non para de achegarlle cambios. O interese aplicado deste dominio é complexo, porque está relacionado con aspectos doutros dominios como a economía, o comercio, a publicidade, a comunicación nas relacións públicas etc. A lista ilustrativa dos termos de **márketing** escollidos para a análise limitouse a unha selección de ao redor de 150 termos, considerados representativos do dominio. Dado que o **márketing** é un dominio complexo e heteroxéneo, do que é difícil establecer a súa especificidade estrita, a solución proposta na escolha do inventario dos termos procurou comprender diversos aspectos do **márketing**, dándolles cabida a termos provenientes de diferentes subdominios do dominio de análise, como: *a pescuda en márketing, a política de promoción, o comportamento do consumidor, a política de distribución*. A selección dos termos da lista ten como razón subxacente a evolución diacrónica do **márketing**. A literatura de especialidade adoita establecer a distinción de tres etapas: 1) 1900-1920: o **márketing** está orientado principalmente á presentación dos produtos no mercado (*a venda*); 2) a partir de 1950 engade unha nova dimensión, *a publicidade*; 3) debido ao desenvolvemento económico dos anos 1950 e 1960, que produciu un aumento da competencia, a orientación do **márketing** cara á venda transformouse nunha orientación cara ao cliente (*o comportamento do consumidor*) (cf. Zollondz 2007: 14-20).

A elaboración do léxico de Márketing tivo como punto de partida a lingua romanese, os termos foron extraídos dos dicionarios romaneses de márketing e verificados nos textos de especialidade (textos científicos, textos didácticos) e nos artigos de revistas económicas e de divulgación. Para cada termo déronse os equivalentes en seis linguas románicas (tendo en conta a súa distribución xeográfica, cando era pertinente): o catalán, o español (España, Arxentina, México), o francés (Francia, Canadá), o galego, o italiano, o portugués (Brasil). Ademais, para cada termo, proporciónase o seu equivalente inglés.

Os termos do **Léxico panlatino do márketing económico** son consultables a partir dun índice alfabético para cada unha das linguas que acabamos de mencionar, por separado. Todos os termos van acompañados da súa categoría gramatical. Para algúns termos rexistráronse (case)sinónimos e/ou variantes de escritura. Os (case)sinónimos, en lingua romanese, aparecen inmediatamente despois do termo principal, e, para as outras linguas románicas, enuméranse un a continuación do outro. A frecha (→) indica a remisión a outro termo principal da lista, do que é (case)sinónimo.

O inventario de termos comprende tanto termos simples coma sintagmas terminolóxicos. Estes últimos foron extraídos tal cal dos dicionarios romaneses especializados. Para certos termos simples, que son utilizados tamén noutras linguas de especialidade e/ou na lingua común, engadíronse contextos que permiten a desambiguación, contextos provenientes dos textos de especialidade e dos artigos de divulgación científica. Os contextos aparecen no noso léxico entre corchetes [].

Cada colaborador do proxecto do **Léxico panlatino do márketing económico** é responsable dos termos propostos como equivalentes para a lingua correspondente.

Consideramos que o **Léxico panlatino do márketing** facilitará a comunicación interlingüística e satisfará o interese complexo (extralingüístico, lingüístico e terminolóxicos) neste dominio. O público destinatario está constituído principalmente por especialistas representantes de diversos dominios: a economía, o comercio, a publicidade, os medios de comunicación, pero tamén terminólogos, tradutores, lingüistas e todos cantos se interesan polo márketing.

Os coordinadores do proxecto

INTRODUZIONE

Il lessico panlatino del marketing economico è stato elaborato nel quadro della Rete Panlatina di terminologia (Realiter) nel corso di due anni, nel periodo 2008-2010. Il direttore del progetto è Mme Prof. Dr. Angela Bidu Vranceanu, dell'Università di Bucarest. La sintesi e la redazione finale del materiale sono stati curati da Mme Maître assistant Roxana Ciolăneanu, Accademia degli Studi Economici di Bucarest.

Il dominio del **Marketing economico** è relativamente nuovo, e si tratta di un lessico molto dinamico ed in continua evoluzione. L'interesse applicativo di questo dominio è complesso, perché implica anche aspetti appartenenti ad altri domini, quali l'economia, il commercio, la pubblicità, la comunicazione all'interno delle relazioni pubbliche, e non solo. La lista illustrativa dei termini del **marketing** presi in analisi è stata selezionata e ristretta a circa 150 termini, che abbiamo considerato i termini rappresentativi del dominio. Dal momento che quello del **marketing** è un dominio complesso ed eterogeneo, la cui specificità è difficile da stabilire, la soluzione proposta nella scelta dei termini ha cercato di comprendere vari aspetti del marketing, includendo termini provenienti dai diversi sottodomini che fanno parte del dominio analizzato, come ad esempio: *la ricerca nel marketing, la politica di promozione, il comportamento del consumatore, la politica di distribuzione*. La selezione dei termini della lista ha avuto come principio l'evoluzione diacronica del marketing. La letteratura specialistica distingue tre tappe principali: 1) 1900-1920: il **marketing** si occupa principalmente della presentazione dei prodotti sul mercato (*vendita*); 2) a partire dal 1950 si aggiunge una nuova dimensione, quella della *pubblicità*; 3) grazie allo sviluppo economico degli anni '50 e '60, che ha generato un aumento della concorrenza, l'orientamento del **marketing** verso la vendita si è trasformato

in orientamento verso il cliente (il *comportamento del consumatore*) (cf. Zollondz 2007: 14-20).

L'élaborazione del lessico del marketing ha avuto come punto di partenza la lingua rumena, in quanto i termini sono stati selezionati a partire da dizionari rumeni di marketing, poi verificati nei testi specialistici (scientifici e didattici) e negli articoli di riviste economiche divulgative. Per ogni termine sono stati individuati gli equivalenti in sei lingue romanze (sulla base della loro ripartizione geografica, a seconda dei casi): il catalano, lo spagnolo (Spagna, Argentina, Messico), il francese (Francia, Canada), il galiziano, l'italiano, il portoghese (Brasile). Inoltre, per ogni termine, è stato fornito il suo equivalente in inglese.

I termini del **Lessico panlatino del marketing economico** sono consultabili a partire da un indice alfabetico disponibile per ognuna delle lingue sopra citate. Tutti i termini sono accompagnati dalla loro categoria grammaticale. Per alcuni sono stati individuati dei (quasi)sinonimi e/o delle varianti ortografiche. I (quasi) sinonimi in lingua rumena appaiono immediatamente dopo il termine vedette, invece per le altre lingue romanze sono elencati uno sotto l'altro. La freccia (→) indica il rinvio verso un altro termine vedette della lista, anche questo un (quasi)sinonimo.

L'elenco dei termini comprende sia termini semplici, che complessi. Questi ultimi sono stati estratti da dizionari specialistici di rumeno. Per alcuni termini semplici, utilizzati anche in altri linguaggi specialistici e/o nella lingua comune, sono stati aggiunti dei contesti, provenienti da testi specialistici e da articoli scientifico-divulgativi, che ne permettono la disambiguazione. Nel nostro lessico i contesti sono inseriti tra parentesi quadre [].

Tutti i collaboratori del progetto del **Lessico panlatino del marketing economico** sono responsabili per gli equivalenti proposti nella loro lingua.

Siamo certi che **il lessico panlatino del marketing** faciliterà la comunicazione interlinguistica e soddisferà l'interesse (extra linguistico, linguistico e terminologico) per questo dominio. Il pubblico al quale è indirizzato è formato principalmente da specialisti di vari domini: economico, commerciale, pubblicitario, dei media, ma anche da terminologi, traduttori, linguisti e da tutti coloro che abbiano interesse per questo dominio.

I coordinatori del progetto

INTRODUÇÃO

O **léxico panlatino do marketing econômico** foi elaborado no âmbito da Rede Panlatina de Terminologia (Realiter) durante dois anos, no período de 2008-2010. O diretor do projeto é a Profa. Dra. Angela Bidu Vranceanu, Universidade de Bucareste. A síntese e a redação final do material foram realizadas pela Profa. Assistente Roxana Ciolăneanu, Academia dos Estudos Econômicos de Bucareste.

O domínio do **Marketing econômico** é relativamente novo e sua dinâmica não cessa de mudar. O interesse aplicativo deste domínio é complexo, pois ele abrange aspectos de outros domínios como a economia, o comércio, a publicidade, a comunicação nas relações públicas, entre outros. A lista ilustrativa dos termos do **marketing** escolhidos para a análise foi selecionada e limitada a cerca de 150 termos, que foram considerados como termos representativos do domínio. Considerando o fato de que o **marketing** é um domínio complexo e heterogêneo, cuja especificidade estrita é difícil de ser estabelecida, a solução proposta para a escolha do inventário dos termos buscou compreender diversos aspectos do marketing, optando-se por termos provenientes de diversos subdomínios do domínio analisado, a exemplo de: a *pesquisa de marketing*, a *política de promoção*, o *comportamento do consumidor*, a *política de distribuição*. A seleção dos termos da lista tem como razão subjacente a evolução diacrônica do marketing. A literatura de especialidade distingue três etapas: 1) 1900-1920: o **marketing** visa principalmente à apresentação dos produtos no mercado (a *venda*); 2) a partir de 1950 acrescenta-se a essa finalidade uma nova dimensão, a *publicidade*; 3) graças ao desenvolvimento econômico dos anos 50 e 60, que provoca um aumento na concorrência, a orientação do **marketing** para a venda tornou-se uma orientação para o cliente (o *comportamento do consumidor*) (cf. Zollondz 2007: 14-20).

A elaboração do léxico do Marketing teve como partida a língua romena, sendo os termos extraídos dos dicionários romenos de marketing e validados em textos de especialidade (textos científicos, textos didáticos) e em artigos de revistas econômicas de divulgação. Para cada termo foram apresentados equivalentes em seis línguas românicas (considerando-se suas repartições geográficas, em alguns casos): o catalão, o espanhol (Espanha Argentina, México), o francês (França, Canadá), o galego, o italiano, o português (Brasil). Além disso, para cada termo foi apresentado seu equivalente inglês.

Os termos do **Léxico panlatino do marketing econômico** são consultáveis separadamente a partir de um índice alfabético para cada uma das línguas mencionadas. Todos os termos são seguidos de sua respectiva categoria gramatical. Para certos termos foram registrados (quase)sinônimos e/ ou variantes ortográficas. Os (quase)sinônimos, em romeno, aparecem em seguida ao termo-entrada, e, nas outras línguas românicas, são listados um abaixo do outro. A flecha (→) remete a um outro termo-entrada da lista, que é também um (quase)sinônimo.

O inventário dos termos compreende tanto termos simples como sintagmas terminológicos. Estes últimos foram extraídos de dicionários romenos especializados no domínio. Em relação a certos termos simples, que são também empregados em outras línguas de especialidade e/ ou na língua comum, foram acrescentados contextos que permitem a desambiguação, contextos estes provenientes de textos de especialidade e de artigos de divulgação científica. Os contextos aparecem em nosso léxico entre colchetes [].

Cada colaborador do projeto **Léxico panlatino do marketing econômico** é responsável pelos termos propostos como equivalentes em sua língua.

Considera-se que o **léxico panlatino do marketing** facilitará a comunicação entre línguas e satisfará o interesse complexo (extralinguístico, linguístico et terminológico) relativamente a este domínio. O público visado é formado principalmente por representantes dos especialistas de diversos domínios: a economia, o comércio, a publicidade, os meios de comunicação, mas também os terminólogos, os tradutores, os linguistas e todos os que se interessam por este domínio.

Os coordenadores do projet

Lexicul panlatin al marketingului economic

A

1 acoperire a pieței (s.f.)

cat cobertura de mercat (n.f.)
esp área de influencia (s.f.) [ES]
esp cobertura de mercado (n.f.) [ARG]
esp cobertura del mercado (n.f.) [MEX]
fra couverture du marché (n.f.) [FR]
fra couverture du marché (n.f.) [CAN]
glg área de mercado (s.f.)
glg área comercial (s.f.)
ita copertura del mercato (s.f.)
por cobertura de mercado (s.f.) [BRA]

eng. market coverage

2 achiziție impulsivă (s.f.)

ron cumpărare de impuls (s.f.)
ron cumpărare impulsivă (s.f.)
cat compra per impuls (n.f.)
esp compra por impulso (s.f.) [ES]
esp compra impulsiva (n.f.) [ARG]
esp compra impulsiva (n.f.) [MEX]
fra achat impulsif (n.m.) [FR]
fra achat impulsif (n.m.) [CAN]
glg compra por impulso (s.f.)
glg compra impulsiva (s.f.)
ita acquisto d'impulso (s.m.)
por compra por impulso (s.f.) [BRA]

eng impulse buying

3 acroșaj publicitar (s.n.)

cat titular (n.m.)
esp gancho publicitario (s.m.) [ES]
esp gancho publicitario (n.m.) [ARG]

esp gancho publicitario (n.m.) [MEX]
fra accroche publicitaire (n.f.) [FR]
fra accrochage (n.m.) [FR]
fra accroche publicitaire (n.f.) [CAN]
glg reclamo publicitario (s.m.)
ita aggancio pubblicitario (s.m.)
por título de anúncio (s.m.) [BRA]

eng headline
eng catch phrase
eng catchline

4 adaptare [a produsului] (s.f.)

cat adaptació (n.f.)
esp adaptación (s.f.) [ES]
esp adaptación (n.f.) [ARG]
esp adaptación (n.f.) [MEX]
fra adaptation (n.f.) [FR]
fra adaptation (n.f.) [CAN]
glg adaptación (s.f.)
ita adattamento (s. m.)
port adaptação (s.f.) [BRA]

eng adaptation

5 advertising (s.n.) → publicitate (s.f.)

6 afiș publicitar (s.n.)

ron poster (s.n.)
cat cartell (n.m.)
cat pôster (n.m.)
esp cartel publicitario (s.m.) [ES]
esp póster (s.m.) [ES]
esp affiche (n.m.) [ARG]
esp cartel (n.m.) [ARG]
esp cartel de publicidad (n.m.) [MEX]
esp cartel publicitario (n.m.) [MEX]
esp anuncio publicitario (n.m.) [MEX]

Lexicul panlatin al marketingului economic

esp póster (n.m.) [MEX]
fra affiche publicitaire (n.f.) [FR]
fra affiche publicitaire (n.f.) [CAN]
fra affiche promotionnelle (n.f.) [CAN]
glg cartel publicitario (s.m.)
glg póster publicitario (s.m.)
ita manifesto (s.m.)
ita poster (s.m.)
por cartaz (s.m.) [BRA]
por pôster (s.m.) [BRA]

eng. poster
eng advertising poster

7 afișaj [publicitar] (s.n.)

cat afixació (n.f.)
esp publicidad exterior (s.f.) [ES]
esp publicidad en valla (s.f.) [ES]
esp publicidad visual (n.f.) [ARG]
esp colocación de carteles (n.f.) [MEX]
fra affichage (n.m.) [FR]
fra affichage (n.m.) [CAN]
glg publicidade exterior (s.f.)
ita affissione di manifesti (s.f.)
por afixação [de cartazes] (s.f.) [BRA]

eng billposting

8 agenție de publicitate (s.f.)

cat agència de publicitat (n.f.)
esp agencia de publicidad (s.f.) [ES]
esp agencia de publicidad (n.f.) [ARG]
esp agencia publicitaria (n.f.) [MEX]
esp agencia de publicidad (n.f.) [MEX]
fra agence de publicité (n.f.) [FR]
fra agence de publicité (n.f.) [CAN]
glg axencia de publicidade (s.f.)
ita agenzia di pubblicità (s.f.)

por agência de publicidade (s.f.) [BRA]

eng advertising agency
eng publicity agency

9 agromarketing (s.n.)

ron marketing agroalimentar (s.n.)
cat agromàrqueting (n.m.)
esp agromarketing (s.m.) [ES]
esp marketing agrícola (s.m.) [ES]
esp agromarketing (n.m.) [ARG]
esp marketing de productos agrícolas (n.f.) [ARG]
esp agromarketing (n.m.) [MEX]
esp mercadotecnia de productos agrícolas (n.f.) [MEX]
fra agromarketing (n.m.) [FR]
fra agromarketing (n.m.) [CAN]
fra agro-marketing (n.m.) [CAN]
glg márketing agrícola (s.m.)
glg agromárketing (s.m.)
ita agromarketing (s.n.)
por agromarketing (s.m.) [BRA]

eng agromarketing

10 ambalaj (s.n.)

cat embalatge (n.m.)
esp embalaje (s.m.) [ES]
esp embalaje (n.m.) [ARG]
esp embalaje (n.m.) [MEX]
fra conditionnement (n.m.) [FR]
fra emballage (n.m.) [FR]
fra packaging (n.m.) [FR]
fra emballage (n.m.) [CAN]
glg embalaxe (s.f.)
ita imballaggio (s.m.)
por embalagem (s.f.) [BRA]

eng package
eng packaging

Lexicul panlatin al marketingului economic

11 analiză cluster (s.f.) → *analiză tipologică* (s.f.)

12 analiză de grup (s.f.) → *analiză tipologică* (s.f.)

13 analiză tipologică (s.f.)

ron analiză de grup (s.f.)
ron analiză cluster (s.f.)
cat anàlisi d'agrupaments (n.f.)
esp análisis cluster (s.m.) [ES]
esp análisis de cluster (n.m.) [ARG]
esp análisis de conglomerados (n.m.) [ARG]
esp análisis de grupos (n.m.) [MEX]
esp cluster analysis (n.m.) (angl.) [MEX]
fra analyse typologique (n.f.) [FR]
fra analyse par segmentation (n.f.) [FR]
fra analyse typologique (n.f.) [CAN]
glg análise de grupos (s.f.)
glg análise de acios (s.f.)
ita analisi di gruppo (s.f.)
por análise tipológica (s.f.) [BRA]

eng cluster analysis
eng clustering analysis

14 angrosist (s.m.)

cat majorista (n.m.f.)
esp mayorista (s.m.) [ES]
esp distribuidor mayorista (s.m.) [ES]
esp mayorista (n.m.) [ARG]
esp distribuidor mayorista (n.m.) [ARG]
esp mayorista (n.) [MEX]
fra marchand de gros (n.m.) [FR]
fra marchand en gros (n.m.) [CAN]
fra grossiste (n.m.) [CAN]
glg distribuidor por xunto (s.)

ita grossista (s.m.f.)
por atacadista (s.m.f.) [BRA]

eng wholesaler

15 antimarketing (s.n.)

cat antimàrqueting (n.m.)
esp antimarketing (s.m.) [ES]
esp antimarketing (n.m.) [ARG]
esp antimarketing (n.m.) [MEX]
fra antimarketing (n.m.) [FR]
fra antimarketing (n.m.) [CAN]
glg contramárketing (s.m.)
glg antimárkeging (s.m.)
ita antimarketing (s.m.)
por antimarketing (s.m.) [BRA]

eng antimarketing

16 atribute [ale produsului] (s.n. pl.)

cat atribut (n.m.)
esp atributos (de producto) (s.m.pl.) [ES]
esp atributos (del producto) (n.m.pl.) [ARG]
esp atributos (n.m.pl.) [MEX]
fra attributs (n.m.pl.) [FR]
fra attributs (n.m.pl.) [CAN]
glg atributos (s.m.pl.)
ita caratteristica (s.f.)
por atributos (s.m.pl.) [BRA]

eng attributes

17 avantaj competitiv (s.n.)

cat avantatge competitiv (n.m.)
esp ventaja competitiva (s.f.) [ES]
esp ventaja competitiva (n.f.) [ARG]
esp ventaja competitiva (n.f.) [MEX]
fra avantage compétitif (n.m.) [FR]
fra avantage compétitif (n.m.) [CAN]

Lexicul panlatin al marketingului economic

fra avantage concurrentiel (n.m.)
[CAN]
glg vantaxe competitiva (s.f.)
ita vantaggio competitivo (s.m.)
por vantagem competitiva (s.f.)
[BRA]

eng competitive advantage

B

18 banner [publicitar] (s.n.)

cat pancarta (n.f.)
esp pancarta (s.f.) [ES]
esp enara (s.f.) [ES]
esp banner [publicitario] (s.m.) [ES]
esp pancarta (n.f.) [ARG]
esp banner (n.m.) [ARG]
esp anuncio espectacular (n.m.)
[MEX]
esp espectacular (n.m.) [MEX]
fra bannière (n.f.) [FR]
fra bannière (n.f.) [CAN]
glg pancarta (s.f.)
ita banner (s.m.)
por banner (s.m.) [BRA]

eng banner

19 brand (s.n.) → *marcă* (s.f.)

20 branding (s.n.)

cat construcció de marca (n.f.)
esp branding (s.m.) [ES]
esp gestión y creación (s.f.) [ES]
esp branding (n.m.) (angl.) [ARG]
esp branding (n.m.) (angl.) [MEX]
fra branding (n.m.) [FR]
fra stratégie de marque (n.f.) [FR]
fra branding (n.m.) [CAN]
fra stratégie de marque (n.f.) [CAN]

glg creación de marca (s.f.)
ita branding (s.m.)
por branding (s.m.) [BRA]

eng branding

C

21 cadou promoțional (s.n.)

cat regal publicitari (n.m.)
esp regalo promocional (s.m.) [ES]
esp regalo promocional (n.m.)
[ARG]
esp regalo promocional (n.m.)
[MEX]
fra cadeau promotionnel (n.m.) [FR]
fra cadeau promotionnel (n.m.)
[CAN]
glg agasallo promocional (s.m.)
glg regalo promocional (s.m.)
ita campione gratuito (s.m.)
por brinde (s.m.) [BRA]

eng freebee

eng freebie

22 campanie publicitară (s.f.)

cat campanya publicitària (n.f.)
esp campaña publicitaria (s.f.) [ES]
esp campaña publicitaria (n.f.)
[ARG]
esp campaña publicitaria (n.f.)
[MEX]
esp campaña de publicidad (n.f.)
[MEX]
fra campagne publicitaire (n.f.) [FR]
fra campagne publicitaire (n.f.)
[CAN]
glg campanha publicitaria (s.f.)
ita campagna pubblicitaria (s.f.)
por campanha publicitária (s.f.)
[BRA]

Lexicul panlatin al marketingului economic

eng advertising campaign
eng publicity campaign

23 canal de distribuție (s.n.)

cat canal de distribució (n.m.)
esp canal de distribución (s.m.) [ES]
esp canal de distribución (n.m.) [ARG]
esp canal de distribución (n.m.) [MEX]
fra canal de distribution (n.m.) [FR]
fra réseau de distribution (n.m.) [FR]
fra canal de distribution (n.m.) [CAN]
fra réseau de distribution (n.m.) [CAN]
glg canle de distribución (s.f.)
ita canale di distribuzione (s.m.)
por canal de distribuição (s.m.) [BRA]

eng distribution channel
eng channel of distribution
eng distribution network

24 canibalizarea [produsului] (s.f.)

cat canibalisme (n.m.)
esp canibalización [de mercado], [de canales de distribución] (s.f.) [ES]
esp canibalización (n.f.) [ARG]
esp canibalización (n.f.) [MEX]
fra cannibalisation (n.f.) [FR]
fra cannibalisation (n.f.) [CAN]
glg canibalización (s.f.)
ita cannibalizzazione (s.f.)
por canibalização [de mercado], [de produtos] (s.f.) [BRA]

eng cannibalisation
eng cannibalization

25 centru de distribuție (s.n.)

cat centre de distribució (n.m.)

esp plataforma (s.f.) [ES]
esp centro de distribución (n.m.) [ARG]
esp centro de distribución (n.m.) [MEX]
fra centre de distribution (n.m.) [FR]
fra centre de distribution (n.m.) [CAN]
glg centro de distribución (s.m.)
ita centro di distribuzione (s.m.)
por centro de distribuição (s.m.) [BRA]

eng distribution centre

26 cercetare de marketing (s.f.)

cat investigaó de mârqueting (n.f.)
cat investigaó comercial (n.f.)
esp investigaó de marketing (s.f.) [ES]
esp análisis de marketing (n.f.) [ARG]
esp estudio de marketing (n.f.) [ARG]
esp investigaó de marketing (n.f.) [MEX]
esp investigaó de mercadotecnia (n.f.) [MEX]
esp estudio de marketing (n.m.) [MEX]
esp estudio de mercadotecnia (n.m.) [MEX]
fra étude de marketing (n.f.) [FR]
fra étude de marketing (n.f.) [CAN]
fra recherche mercatique (n.f.) [CAN]
fra recherche commerciale (n.f.) [CAN]
fra recherche en marketing (n.f.) [CAN]
glg investigaó de márketing (s.f.)
ita ricerche di marketing (s.f. pl.)
por pesquisa de marketing (s.f.) [BRA]

Lexicul panlatin al marketingului economic

eng marketing research

27 cercetare de piață (s.f.)

ron studiu de piață (s.n.)
cat estudi de mercat (n.m.)
esp estudio de mercado (s.m.) [ES]
esp investigación de mercados (s.f.) [ES]
esp análisis de mercado (n.f.) [ARG]
esp estudio de mercado (n.m.) [ARG]
esp investigación de mercado (n.m.) [ARG]
esp investigación de mercado (n.f.) [MEX]
esp estudio de mercado (n.m.) [MEX]
fra étude de marché (n.f.) [FR]
fra étude de marché (n.f.) [CAN]
glg estudo de mercado (s.m.)
ita ricerche di mercato (s.f. pl.)
ita studio di mercato (s.m.)
por estudo de mercado (s.m.) [BRA]
por pesquisa de mercado (s.f.) [BRA]
por pesquisa mercadológica (s.f.) [BRA]

eng market research
eng market study

28 cercetare motivațională (s.f.)

cat investigació motivacional (n.f.)
cat investigació de motivació (n.f.)
esp investigación de motivaciones (s.f.) [ES]
esp estudio de motivación (n.f.) [ARG]
esp motivación del consumidor (n.m.) [ARG]
esp investigación de motivación (n.f.) [MEX]
esp estudio de motivación (n.m.) [MEX]

fra étude de motivation (n.f.) [FR]
fra étude de motivation (n.f.) [CAN]
fra recherche sur les motivations (n.f.) [CAN]
glg estudo de motivación (s.m.)
ita indagini motivazionali (s.f. pl.)
por pesquisa motivacional (s.f.) [BRA]
por pesquisa de motivação (s.f.) [BRA]

eng motivation research
eng motivational research

29 cibermarketing (s.n.)

ron e-marketing (s.n.)
ron internet marketing (s.n.)
ron marketing electronic (s.n.)
cat màrqueting electrònic (n.m.)
esp cibermarketing (s.m.) [ES]
esp cibercomercialización (n.f.) [ARG]
esp cibermarketing (n.m.) [ARG]
esp comercialización electrónica (n.f.) [ARG]
esp marketing electrónico (n.m.) [ARG]
esp e-marketing (n.m.) (angl.) [MEX]
esp cibermarketing (n.m.) [MEX]
esp marketing online (n.m.) [MEX]
fra cybermarketing (n.m.) [FR]
fra mercatique électronique [FR]
fra marketing en ligne (n.m.) [FR]
fra cybermarketing (n.m.) [CAN]
fra marketing sur Internet (n.m.) [CAN]
fra Netmarketing (n.m.) [CAN]
fra webmarketing (n.m.) [CAN]
fra marketing en ligne (n.m.) [CAN]
glg márketing electrónico (s.m.)
glg márketing en liña (s.m.)
glg mercadotenia electrónica (s.f.)
glg mercadotecnia en liña (s.f.)
glg cibermárketing (s.m.)

Lexicul panlatin al marketingului economic

ita cybermarketing (s.m.)
por cibermarketing (s.m.) [BRA]

eng cybermarketing

30 ciclul de viață al produsului (s.n.)

ron CVP (s.n.)
cat cycle de vida d'un producte (n.m.)
esp ciclo de vida del producto (s.m.) [ES]
esp ciclo de vida del producto (n.m.) [ARG]
esp ciclo de vida del producto (n.m.) [MEX]
fra cycle de vie du produit (n.m.) [FR]
fra CVP (n.m.) [FR]
fra cycle de vie du produit (n.m.) [CAN]
fra CVP (n.m.) [CAN]
glg ciclo de vida do produto (s.m.)
ita ciclo di vita del prodotto (s.m.)
ita CVP (s.m.)
por ciclo de vida do produto (s.m.) [BRA]

eng product life cycle

eng PLC

31 comportamentul consumatorului (s.n.)

cat comportament del consumidor (n.m.)
esp comportamiento del consumidor (s.m.) [ES]
esp comportamiento del consumidor (n.m.) [ARG]
esp comportamiento del consumidor (n.m.) [MEX]
fra comportement du consommateur (n.m.) [FR]
fra comportement du consommateur (n.m.) [CAN]

glg comportamento do consumidor (s.m.)
ita comportamento del consumatore (s.m.)
por comportamento do consumidor (s.m.) [BRA]

eng consumer behaviour

eng consumer behavior

32 consumator (s.m.)

cat consumidor -a (n.m.f.)
esp consumidor (s.m.) [ES]
esp consumidor (n.m.) [ARG]
esp consumidor (n.m.) [MEX]
fra consommateur (n.m.) [FR]
fra consommateur (n.m.) [CAN]
glg consumidor (s.)
ita consumatore (s.m.)
por consumidor (s.m.) [BRA]

eng consumer

33 consumerism (s.n.)

cat consumidorisme (n.m.)
esp consumerismo (s.m.) [ES]
esp movimiento de protección de los consumidores (s.m.) [ES]
esp protección del consumidor (n.m.) [ARG]
esp consumerismo (n.m.) [MEX]
fra consumérisme (n.m.) [FR]
fra consumérisme (n.m.) [CAN]
glg consumidorismo (s.m.)
glg defesa do consumidor (s.f.)
ita tutela del consumatore (s.f.)
por consumismo (s.m.) [BRA]

eng consumerism

34 cotă de piață (s.f.)

cat participació de mercat (n.f.)
cat quota de mercat (n.f.)

Lexicul panlatin al marketingului economic

esp cuota de mercado (s.f.) [ES]
esp cuota de mercado (n.f.) [ARG]
esp participación del mercado (n.f.) [MEX]
fra part de marché (n.f.) [FR]
fra part de marché (n.f.) [CAN]
glg cota de mercado (s.f.)
ita quota di mercato (s.f.)
por cota de mercado s.f. [BRA]
por participação no mercado (s.f.) [BRA]

eng market share

35 cotă de vânzări (s.f.)

cat quota de vendas (n.f.)
esp cuota mercado relativa (s.f.) [ES]
esp cuota de mercado relatvia (n.f.) [ARG]
esp cuota de ventas (n.f.) [MEX]
fra quota de vente (n.m.) [FR]
fra quota de vente (n.m.) [CAN]
glg cota de vendas (s.f.)
ita quota di vendita (s.f.)
por cota de venda (s.f.) [BRA]

eng sales quota

36 cumpărare de impuls (s.f.) →

achiziție impulsivă (s.f.)

37 cumpărare impulsivă (s.f.) →

achiziție impulsivă (s.f.)

38 CVP (s.n.) → *ciclu de viață al*

produsului (s.n.)

D

39 decizie de cumpărare (s.f.)

cat decisió de compra (n.f.)
esp decisión de compra (s.f.) [ES]
esp decisión de compra (n.f.) [ARG]
esp decisión de compra (n.f.) [MEX]
esp decisión de comprar (n.f.) [MEX]
fra décision d'achat (n.f.) [FR]
fra décision d'achat (n.f.) [CAN]
glg decisión de compra (s.f.)
ita decisione di acquisto (s.f.)
por decisão de compra (s.f.) [BRA]

eng buying decision

40 demarketing (s.n.)

cat desmàrqueting (n.m.)
esp desmarketing (s.m.) [ES]
esp desmarketing (n.m.) [ARG]
esp desmarketing (n.m.) [MEX]
fra demarketing (n.m.) [FR]
fra démarketing (n.m.) [FR]
fra démarketing (n.m.) [CAN]
fra publicité dissuasive (n.f.) [CAN]
fra publicité de dissuasion (n.f.) [CAN]
glg demárketing (s.m.)
glg publicidade de disuasió (s.f.)
glg publicidade disuasoria (s.f.)
ita demarketing (s.m.)
por demarketing (s.m.) [BRA]

eng demarketing

41 deprindere de cumpărare (s.f.)

cat hàbit de compra (n.m.)
esp hábito de compra (s.m.) [ES]
esp hábito de compra (n.m.) [ARG]
esp hábito de compra (n.m.) [MEX]
fra habitude d'achat (n.f.) [FR]
fra habitude d'achat (n.f.) [CAN]

Lexicul panlatin al marketingului economic

glg hábito de compra (s.m.)
ita abitudine d'acquisto (s.f.)
por hábito de compra (s.m.) [BRA]

eng buying habit

42 desegmentare (s.f.)

cat dessegmentació (n.f.)
esp política indiferenciada (s.f.) [ES]
esp dessegmentación (n.f.) [ARG]
esp dessegmentación (n.f.) [MEX]
fra déségmentation (n.f.) [FR]
fra déségmentation (n.f.) [CAN]
glg dessegmentación (s.f.)
ita desegmentazione (s.f.)
por dessegmentação (s.f.) [BRA]

eng dessegmentation

43 detailist (s.m.)

ron retailer (s.m.)
cat detallista (n.m.f.)
esp minorista (s.m.) [ES]
esp detallista (s.m.) [ES]
esp minorista (n.m.) [ARG]
esp minorista (n.m.) [MEX]
fra détaillant (n.m.) [FR]
fra détaillant (n.m.) [CAN]
glg comerciante polo miúdo (s.m.f.)
glg retallista (s.m.f.)
ita dettagliante (s.m.f.)
por varejista (s.m.f.) [BRA]

eng retailer

44 distribuție fizică (s.f.) → *logistică de marketing* (s.f.)

45 diversificarea [gamei de produse] (s.f.)

cat diversificació (n.f.)

esp diversificación [de servicios] (s.f.) [ES]
esp diversificación (n.f.) [ARG]
esp diversificación (n.f.) [MEX]
fra diversification (n.f.) [FR]
fra diversification (n.f.) [CAN]
glg diversificación (s.f.)
ita diversificazione (s.f.)
por diversificação [de produtos] (s.f.) [BRA]

eng diversification

E

46 e-marketing (s.n.) → *cibermarketing* (s.n.)

47 ecomarketing (s.n.)

ron marketing ecologic (s.n.)
ron marketing verde (s.n.)
cat ecomàrqueting (n.m.)
esp ecomarketing (s.m.) [ES]
esp marketing ecológico (s.m.) [ES]
esp marketing verde (s.m.) [ES]
esp ecomarketing (n.m.) [ARG]
esp eco marketing (n.m.) [ARG]
esp ecomarketing (n.m.) [MEX]
esp eco marketing (n.m.) [MEX]
fra écomarketing (n.m.) [FR]
fra éco-marketing (n.m.) [FR]
fra mercatique écologique (n.f.) [FR]
fra écomarketing (n.m.) [CAN]
fra éco-marketing (n.m.) [CAN]
fra marketing environnemental (n.m.) [CAN]
fra mercatique écologique (n.f.) [CAN]
glg márketing ecolóxico (s.m.)
glg mercadotecnia ecolóxica (s.f.)
ita ecomarketing (s.m.)

Lexicul panlatin al marketingului economic

por ecomarketing (s.m.) [BRA]
por marketing ecológico (s.m.) [BRA]

eng ecomarketing

48 etichetă (s.f.)

cat etiqueta (n.f.)
esp etiqueta (s.f.) [ES]
esp etiqueta (n.f.) [ARG]
esp marbete (n.m.) [ARG]
esp etiqueta (n.f.) [MEX]
fra étiquette (n.f.) [FR]
fra étiquette (n.f.) [CAN]
glg etiqueta (s.f.)
ita etichetta (s.f.)
por etiqueta (s.f.) [BRA]

eng label

49 euromarketing (s.n.)

ron marketing european (s.n.)
cat euromàrqueting (n.m.)
esp euromarketing (s.m.) [ES]
esp euromarketing (n.m.) [ARG]
esp euromarketing (n.m.) [MEX]
fra euromarketing (n.m.) [FR]
fra euromercatique (n.f.) [FR]
fra euromarketing (n.m.) [CAN]
glg euromárketing (s.m.)
ita euromarketing (s.m.)
por euromarketing (s.m.) [BRA]

eng Euromarketing

50 extindere de marcă (s.f.)

cat extensió de marca (n.f.)
esp extensión de marca (s.f.) [ES]
esp extensión de marca (n.f.) [ARG]
esp extensión de marca (n.f.) [MEX]
fra extension de marque (n.f.) [FR]
fra extension de marque (n.f.) [CAN]
glg extensión de marca (s.f.)

ita estensione del marchio (s.f.)
por extensão de marca (s.f.) [BRA]

eng brand extension

F

51 fidelitatea [clienților] (s.f.)

cat fidelitat (n.f.)
esp fidelidad [del cliente] (s.f.) [ES]
esp fidelidad (n.f.) [ARG]
esp lealtad (n.f.) [ARG]
esp lealtad (n.f.) [MEX]
fra loyauté (n.f.) [FR]
fra fidélité (n.f.) [CAN]
glg fidelidade (s.f.)
glg lealdade (s.f.)
ita fedeltà (s.f.)
por fidelidade (s.f.) [BRA]

eng loyalty

52 forță de vânzare (s.f.)

cat forța de vendas (n.f.)
esp fuerza de venta (s.f.) [ES]
esp fuerza de venta (n.f.) [ARG]
esp fuerza de ventas (n.f.) [ARG]
esp fuerza de ventas (n.f.) [MEX]
esp fuerza de venta (n.f.) [MEX]
fra force de vente (n.f.) [FR]
fra force de vente (n.f.) [CAN]
glg forza de venda (s.f.)
ita forza di vendita (s.f.)
por força de vendas (s.f.) [BRA]

eng sales force

53 franciză (s.f.)

cat franquícia (n.f.)
esp franquicia (s.f.) [ES]
esp franquicia (n.f.) [ARG]

Lexicul panlatin al marketingului economic

esp sistema de franquicias (n.m.)
[MEX]

fra franchise (n.f.) [FR]

fra franchise (n.f.) [CAN]

glg franquía (s.f.)

ita franchising (s.m.)

por franquia (s.f.) [BRA]

eng franchising

G

54 gamă de produse (s.f.)

cat gamma de productos (n.f.)

esp cartera de productos (s.f.) [ES]

esp cartera de productos (n.f.) [ARG]

esp portfolio de productos (n.m.)

[ARG]

esp gama de productos (n.f.) [MEX]

esp rango de productos (n.m.)

[MEX]

fra gamme de produits (n.f.) [FR]

fra gamme de produits (n.f.) [CAN]

glg gama de produtos (s.f.)

ita gamma di prodotti (s.f.)

por gama de produtos (s.f.) [BRA]

eng product range

55 geomarketing (s.n.)

cat geomàrqueting (n.m.)

esp geomarketing (s.m.) [ES]

esp geomarketing (n.m.) [ARG]

esp geomarketing (n.m.) [MEX]

fra géomarketing (n.m.) [FR]

fra géomarketing (n.m.) [CAN]

glg xeomárketing (s.m.)

glg márketing xeográfico (s.m.)

glg xeomercadotecnia (s.f.)

glg mercadotecnia xeográfica (s.f.)

ita geomarketing (s.m.)

por geomarketing (s.m.) [BRA]

eng geomarketing

I

56 identitate [de marcă], [de produs], [vizuală], [de corporație] (s.f.)

cat identitat (n.f.)

esp identidad [de marca],

[corporativa] (s.f.) [ES]

esp identidad (corporativa) (n.f.)

[ARG]

esp identidad (n.f.) [MEX]

fra identité (n.f.) [FR]

fra identité (n.f.) [CAN]

glg identidade (s.f.)

ita identità (s.f.)

por identidade [visual], [de produtos]

(s.f.) [BRA]

eng identity

57 imagine [de marcă], [de produs] (s.f.)

cat imatge (n.f.)

esp imagen [de marca] (s.f.) [ES]

esp imagen (n.f.) [ARG]

esp imagen (n.f.) [MEX]

fra image (n.f.) [FR]

fra image (n.f.) [CAN]

glg imaxe (s.f.)

ita immagine (s.f.)

por imagem [de marca], [de

marketing] (s.f.) [BRA]

eng image

58 implantarea [punctului de vânzare]

(s.f.)

ron localizare (s.f.)

cat implantació (n.f.)

Lexicul panlatin al marketingului economic

esp implantación (de puntos de venta) (s.f.) [ES]
esp penetración (s.f.) [ES]
esp implantación (n.f.) [ARG]
esp penetración (n.f.) [ARG]
esp implantación (n.f.) [MEX]
fra implantation (n.f.) [FR]
fra implantation (n.f.) [CAN]
glg penetración de mercado (s.f.)
ita impianto (s.m.)
por implantação (s.f.) [BRA]

eng location

59 influențatori (s.m.pl.)

cat influenciador -a (n.m.f.)
esp referentes (s.m.pl.) [ES]
esp referente (n.m.) [ARG]
esp influenciador (n.m.) [MEX]
fra influenceur (n.m.) [FR]
fra influenceur (n.m.) [CAN]
glg influenciador (s.m.)
ita influenzatori (s.m. pl.)
por influenciadores [de compra] (s.m.pl.) [BRA]

eng influencer

60 insert [publicitar] (s.n.)

cat inserció (n.f.)
esp inserción [publicitaria], [de publicidad] (s.f.) [ES]
esp inserción (n.f.) [ARG]
esp inserción (n.f.) [MEX]
fra insertion (n.f.) [FR]
fra insertion (n.f.) [CAN]
glg inserción de anuncio (s.f.)
glg inserción publicitaria (s.f.)
ita inserzione (s.f.)
por inserção [de marketing] (s.f.) [BRA]

eng insert

61 internet marketing (s.n.) →

cibermarketing (s.n.)

L

62 lansare a produselor noi (s.f.)

cat llançament de nous productes (n.m.)
esp lanzamiento de nuevos productos (s.m.) [ES]
esp lanzamiento de nuevos productos (n.m.) [ARG]
esp lanzamiento de nuevos productos (n.m.) [MEX]
esp lanzamiento de productos nuevos (n.m.) [MEX]
fra lancement de nouveaux produits (n.m.) [FR]
fra lancement de nouveaux produits (n.m.) [CAN]
glg lanzamiento de produto (s.m.)
glg introducción de produto (s.f.)
ita lancio di nuovi prodotti (s.m.)
por lançamento de novos produtos (s.m.) [BRA]

eng new products launching

63 lider de opinie (s.m)

cat líder d'opinió (n.m.f.)
esp líder de opinión (s.m.) [ES]
esp líder de opinión (n.m.) [ARG]
esp prescriptor (n.m.) [ARG]
esp líder de opinión (n.) [MEX]
fra leader d'opinion (n.m.) [FR]
fra leader d'opinion (n.m.) [CAN]
glg líder de opinión (s.m.f.)
ita opinion leader (s.m.)
ita leader di opinione (s.m.)
por líder de opinião (s.m.f.) [BRA]

Lexicul panlatin al marketingului economic

eng opinion leader

64 lider de piață (s.m.)

cat líder de mercat (n.m.)
esp líder de mercado (s.m.) [ES]
esp líder del mercado (n.m.) [ARG]
esp líder de mercado (n.m.) [MEX]
fra leader de marché (n.m.) [FR]
fra leader de marché (n.m.) [CAN]
glg líder de mercado (s.m.f.)
ita leader di mercato (s.m.)
por líder de mercado (s.m.f.) [BRA]

eng market leader

65 linie de produse (s.f.)

cat linia de productes (n.f.)
esp gama de productos (s.f.) [ES]
esp línea de productos (s.f.) [ES]
esp gama de productos (n.f.) [ARG]
esp línea de productos (n.f.) [ARG]
esp línea de productos (n.f.) [MEX]
fra gamme de produits (n.f.) [FR]
fra gamme de produits (n.f.) [CAN]
glg liña de produtos (s.f.)
ita linea di prodotti (s.f.)
por linha de produtos (s.f.) [BRA]

eng product line

66 localizare (s.f.) → *implantare* (s.f.)

67 logistică de marketing (s.f.)

ron distribuție fizică (s.f.)
cat logística de màrqueting (n.f.)
esp logística de marketing (s.f.) [ES]
esp logística de marketing (n.f.) [ARG]
esp logística de marketing (n.f.) [MEX]
esp logística de mercadotecnia (n.f.) [MEX]

fra logistique de marketing (n.f.) [FR]

fra logistique de marketing (n.f.) [CAN]

glg loxística de màrketing (s.f.)
glg loxística de mercadotecnia (s.f.)
ita logistica di marketing (s.f.)
por logística de marketing (s.f.) [BRA]

eng marketing logistics

68 logo (s.n.)

ron logotip (s.n.)
cat logotip (n.m.)
esp logo (s.m.) [ES]
esp logotipo (s.m.) [ES]
esp logo (n.m.) [ARG]
esp logotipo (n.m.) [ARG]
esp logo (n.m.) [MEX]
fra logo (n.m.) [FR]
fra logo (n.m.) [CAN]
glg logotipo (s.m.)
glg logo (s.m.)
ita logo (s.m.)
por logo (s.m.) [BRA]
por logotipo (s.m.) [BRA]

eng logo

69 logotip (s.n.) → *logo* (s.n.)

M

70 macromarketing (s.n.)

cat macromàrqueting (n.m.)
esp macromarketing (s.m.) [ES]
esp macromarketing (n.m.) [ARG]
esp macro marketing (n.m.) [MEX]
esp macromarketing (n.m.) [MEX]
fra macromarketing (n.m.) [FR]

Lexicul panlatin al marketingului economic

fra macromarketing (n.m.) [CAN]
glg macromárketing (s.m.)
ita macromarketing (s.m.)
por macromarketing (s.m.) [BRA]

eng macromarketing

71 marcă [comercială] (s.f.)

ron brand (s.n.)
cat marca (n.f.)
esp marca [comercial], [registrada] (s.f.) [ES]
esp marca [comercial] (n.f.) [ARG]
esp marca [comercial] (n.f.) [MEX]
fra marque [commerciale] (n.f.) [FR]
fra marque [commerciale] (n.f.) [CAN]
fra marque de commerce (n.f.) [CAN]
glg marca [comercial] (s.f.)
ita marchio di fabbrica (s.m.)
por marca (s.f.) [BRA]

eng brand
eng trademark

72 marcă dublă (s.f.)

cat associació de marques (n.f.)
esp co-branding (s.m.) [ES]
esp co.branding (n.f.) [ARG]
esp doble marca comercial (n.f.) [MEX]
fra double marque (n.f.) [FR]
fra alliance de marques (n.f.) [FR]
fra double marque (n.f.) [CAN]
fra co-marquage (n.m.) [CAN]
fra comarquage (n.m.) [CAN]
fra cogriffage (n.m.) [CAN]
glg dobre marca (s.f.)
ita co-branding (s.m.)
por dupla marca (s.f.) [BRA]

eng co-branding

73 marketer (s.m.)

cat comercialitzador -a (n.m.f.)
esp comercializador (s.m.) [ES]
esp vendedor (n.m.) [ARG]
esp vendedor (n.m.) [MEX]
esp marketer (n.m.) [MEX]
fra marketer (n.m.) [FR]
fra marchand (n.m.) [FR]
fra vendeur (n.m.) [FR]
fra spécialiste du marketing (n.m.f.) [FR]
fra spécialiste en commercialisation (n.m.) [FR]
fra commercialiste (n.m.) [FR]
fra mercaticien (n.m.) [FR]
fra spécialiste du marketing (n.m.f.) [CAN]
glg vendedor (s.m.)
ita marketer (s.m.)
por marqueteiro (s.m.) [BRA]

eng marketer

74 marketing (s.n.)

cat màrqueting (n.m.)
esp marketing (s.m.) [ES]
esp mercadotecnia (s.f.) [ES]
esp marketing (n.m.) [ARG]
esp marketing (n.m.) [MEX]
esp mercadotecnia (n.f.) [MEX]
fra marketing (n.m.) [FR]
fra mercatique (n.f.) [FR]
fra marketing (n.m.) [CAN]
fra mercatique (n.f.) [CAN]
glg márketing (s.m.)
glg mecadotecnia (s.f.)
ita marketing (s.m.)
por marketing (s.m.) [BRA]

eng marketing

75 marketing agroalimentar (s.n.) →

agromarketing (s.n.)

Lexicul panlatin al marketingului economic

76 marketing direct (s.n.)

cat mărqueting directe (n.m.)
esp marketing directo (s.m.) [ES]
esp marketing directo (n.m.) [ARG]
esp marketing directo (n.m.) [MEX]
esp mercadotecnia directa (n.f.) [MEX]
fra marketing direct (n.m.) [FR]
fra vente directe (n.f.) [FR]
fra marketing direct (n.m.) [CAN]
fra mercatique directe (n.f.) [CAN]
glg mărqueting directo (s.m.)
glg mercadotecnia directa (s.f.)
ita marketing diretto (s.m.)
por marketing direto (s.m.) [BRA]

eng direct marketing

77 marketing ecologic (s.n.) →

ecomarketing (s.n.)

78 marketing electronic (s.n.) →

cibermarketing (s.n.)

79 marketing european (s.n.) →

euromarketing (s.n.)

80 marketing prin telefon (s.n.) →

telemarketing (s.n.)

81 marketing verde (s.n.) →

ecomarketing (s.n.)

82 mediul de marketing (s.n.)

cat entorn de mărqueting (n.m.)
esp entorno de marketing (s.m.) [ES]

esp entorno de marketing (n.m.) [ARG]
esp ambiente de marketing (n.m.) [MEX]
esp ambiente de mercadotecnia (n.m.) [MEX]
fra environnement de marketing (n.m.) [FR]
fra environnement de marketing (n.m.) [CAN]
glg contorno de mărqueting (s.f.)
ita ambiente di marketing (s.m.)
por ambiente de marketing (s.m.) [BRA]
por marketing ambiental (s.m.) [BRA]

eng marketing environment

83 metamarketing (s.n.)

cat metamărqueting (n.m.)
esp metamarketing (s.m.) [ES]
esp meta.marketing (n.m.) [ARG]
esp metamarketing (n.m.) [MEX]
esp metamercaotecnia (n.f.) [MEX]
esp meta mercadotecnia (n.f.) [MEX]
fra métamarketing (n.m.) [FR]
fra méta-marketing (n.m.) [FR]
fra métamarketing (n.m.) [CAN]
fra métammercatique (n.f.) [CAN]
glg metamărqueting (s.m.)
glg metamercaotecnia (s.f.)
ita metamarketing (s.m.)
por metamarketing (s.m.) [BRA]

eng metamarketing

eng meta-marketing

84 micromarketing (s.n.)

cat mărqueting personalitzat (n.m.)
esp micromarketing (s.m.) [ES]
esp micromarketing (n.m.) [ARG]
esp micro-marketing (n.m.) [ARG]
esp micro marketing (n.m.) [MEX]

Lexicul panlatin al marketingului economic

esp micromarketing (n.m.) [MEX]
esp micromercadotecnia (n.f.) [MEX]
esp micro mercadotecnia (n.f.) [MEX]
fra micromarketing (n.m.) [FR]
fra mercatique personnalisée (n.f.) [FR]
fra micromarketing (n.m.) [CAN]
glg micromárketing (s.m.)
glg micromercadotecnia (s.f.)
ita micromarketing (s.m.)
por micromarketing (s.m.) [BRA]

eng micromarketing

85 miopie de marketing (s.f.)

cat miopia de màrqueting (n.f.)
esp miopía de marketing (s.f.) [ES]
esp miopía de marketing (n.f.) [ARG]
esp miopía de marketing (n.f.) [MEX]
esp miopía del marketing (n.f.) [MEX]
esp miopía de mercadotecnia (n.f.) [MEX]
esp miopía de la mercadotecnia (n.f.) [MEX]
fra myopie de marketing (n.f.) [FR]
fra myopie marketing (n.f.) [CAN]
glg miopía de márketing (s.f.)
glg miopía comercial (s.f.)
ita miopia di marketing (s.f.)
por miopia em marketing (s.f.) [BRA]
por miopia de marketing (s.f.) [BRA]

eng marketing myopia

86 misiune [de marketing] (s.f.)

cat missió (n.f.)
esp misión [marketing] (s.f.) [ES]

esp misión (n.f.) [ARG]
esp misión (n.f.) [MEX]
fra mission (n.f.) [FR]
fra mission (n.f.) [CAN]
glg misión (s.f.)
ita missione (s.f.)
por missão [do marketing] (s.f.) [BRA]

eng mission

87 mix de marketing (s.n.)

ron 4P (s.m.pl.)
ron marketing mix (s.n.)
cat màrqueting mix (n.m.)
esp marketing mix (s.m.) [ES]
esp las 4 P (s.f.) [ES]
esp mezcla de marketing (n.f.) [ARG]
esp marketing mix (n.m.) [ARG]
esp las 4 p (n.f.pl.) [ARG]
esp marketing mix (n.m.) (angl.) [MEX]
esp mezcla de marketing (n.f.) [MEX]
esp mezcla de mercadotecnia (n.f.) [MEX]
fra marketing mix (n.m.) [FR]
fra marchéage (n.m.) [FR]
fra marketing mix (n.m.) [CAN]
fra marchéage (n.m.) [CAN]
glg mestura de márketing (s.f.)
glg mestura de mercadotecnia (s.f.)
ita marketing mix (s.m.)
ita le 4 P
por mix de marketing (s.m.) [BRA]
por marketing mix (s.m.) [BRA]

eng marketing mix

88 mix de comunicare (s.n.)

ron mix promoțional (s.n.)
cat mix de comunicació (n.m.)
esp mix de comunicación (s.m.) [ES]

Lexicul panlatin al marketingului economic

esp mix promocional (s.m.) [ES]
esp mezcla de comunicación de marketing (n.f.) [ARG]
esp mezcla de promoción (n.f.) [ARG]
esp mezcla promocional (n.f.) [MEX]
esp mezcla de comunicación de marketing (n.f.) [MEX]
esp mezcla de comunicación de mercadotecnia (n.f.) [MEX]
fra mix de communication (n.m.) [FR]
fra composition promotionnelle (n.f.) [CAN]
fra mix promotionnel (n.m.) [CAN]
glg mestura de promoción (s.f.)
glg mestura promocional (s.f.)
ita communication mix (s.m.)
por mix de comunicação (s. m.) [BRA]

eng communication mix
eng promotional mix

89 mix promoțional (s.n.) → *mix de comunicare* (s.n.)

N

90 nișă de piață (s.f.)

cat veta de mercat (n.f.)
esp nicho de mercado (s.m.) [ES]
esp nicho de mercado (n.m.) [ARG]
esp nicho de mercado (n.m.) [MEX]
esp nicho del mercado (n.m.) [MEX]
fra créneau de marché (n.m.) [FR]
fra niche (n.f.) [FR]
fra créneau de marché (n.m.) [CAN]
fra créneau commercial (n.m.) [CAN]

fra créneau (n.m.) [CAN]
fra niche commerciale (n.f.) [CAN]
fra niche (n.f.) [CAN]
glg oco (s.m.)
glg oco de mercado (s.m.)
ita nicchia di mercato (s.f.)
por nicho de mercado (s.m.) [BRA]

eng market niche

91 nonconsumator [absolut], [relativ] (s.m.)

cat no consumidor –a [absolut -a], [relativ -iva] (n.m.f.)
esp no-consumidor [absoluto], [relativo] (s.m.) [ES]
esp no consumidor (n.m.) [ARG]
esp no consumidor (n.m.) [MEX]
fra non-consommateur (n.m.) [FR]
fra non-consommateur (n.m.) [CAN]
glg non consumidor (s.m.)
ita non consumatore (s.m.)
por não-consumidor (s.m.) [BRA]

eng non-consumer

92 nonutilizator (s.m.)

cat no utilizator -ăria (n.m.f.)
esp no-usuario (s.m.) [ES]
esp no usuario (n.m.) [ARG]
esp no usuario (n.m.) [MEX]
fra non-utilisateur (n.m.) [FR]
fra non-utilisateur (n.m.) [CAN]
glg non usuario (s.m.)
ita non-utilizzatore (s.m.)
por não-usuário (s.m.) [BRA]

eng non-user

Lexicul panlatin al marketingului economic

O

93 **obsolescența [produsului] (s.f.)**

cat obsolescència (n.f.)
esp obsolescencia (s.f.) [ES]
esp obsolescencia (n.f.) [ARG]
esp obsolescencia (n.f.) [MEX]
fra obsolescence (n.f.) [FR]
fra obsolescence (n.f.) [CAN]
glg obsolescencia (s.f.)
ita obsolescenza (s.f.)
por obsolescência (s.f.) [BRA]

eng obsolescence

94 **ofertă specială (s.f.)**

cat oferta especial (n.f.)
cat promoció (n.f.)
esp comunicaci3n (s.f.) [ES]
esp oferta especial (s.f.) [ES]
esp oferta especial (n.f.) [ARG]
esp promoci3n especial (n.f.) [ARG]
esp oferta especial (n.f.) [MEX]
esp promoci3n (n.f.) [MEX]
fra offre sp3ciale (n.f.) [FR]
fra promotion (n.f.) [FR]
fra offre sp3ciale (n.f.) [CAN]
glg oferta especial (s.f.)
ita offerta speciale (s.f.)
por oferta especial (s.f.) [BRA]
por promoç3o (s.f.) [BRA]

eng special offer

95 **outdoor (s.n.)** → *publicitate stradală* (s.f.)

P

96 **4P (s.m.pl.)** → *mix de marketing* (s.n.)

97 **panel de consumatori (s.n.)**

cat panel de consumidores (n.m.)
esp panel de consumidores (s.m.) [ES]
esp panel de consumidores (n.m.) [ARG]
esp muestra de consumidores (n.f.) [ARG]
esp pánel de consumidores (n.m.) [MEX]
esp muestra de consumidores (n.f.) [MEX]
fra panel de consommateurs (n.m.) [FR]
fra groupe-témoin de consommateurs (n.m.) [CAN]
fra groupe-témoin (n.m.) [CAN]
glg panel de consumidores (s.m.)
ita panel di consumatori (s.m.)
por painel de consumidores (s.m.) [BRA]

eng consumer panel

eng consumer jury

98 **panou de afișaj (s.n.)**

ron panou publicitar (s.n.)
cat tanca publicitària (n.f.)
esp valla publicitaria (s.f.) [ES]
esp valla publicitaria (n.f.) [ARG]
esp cartelera (n.f.) [MEX]
fra panneau d'affichage (n.m.) [FR]
fra panneau d'affichage (n.m.) [CAN]
fra panneau-réclame (n.m.) [CAN]
fra tableau d'affichage (n.m.) [CAN]
fra babillard (n.m.) [CAN]

Lexicul panlatin al marketingului economic

glg valo publicitario (s.m.)
ita pannello di affissione (s.m.)
por cartaz (s.m.) [BRA]

eng billboard

99 panou publicitar (s.n.) → *panou de afișaj* (s.n.)

100 panotaj (s.n.) → *publicitate stradală* (s.f.)

101 penetrarea pieței (s.f.)

cat penetració de mercat (n.f.)
esp penetración de mercado (s.f.) [ES]
esp penetración en el mercado (n.f.) [ARG]
esp penetración de mercado (n.f.) [ARG]
esp penetración en el mercado (n.f.) [MEX]
esp penetración del mercado (n.f.) [MEX]
fra pénétration du marché (n.f.) [FR]
fra présence sur le marché (n.f.) [FR]
fra percée sur le marché (n.f.) [FR]
fra pénétration du marché (n.f.) [CAN]
fra présence sur le marché (n.f.) [CAN]
fra percée sur le marché (n.f.) [CAN]
glg penetración de mercado (s.f.)
ita penetrazione del mercato (s.f.)
por penetração de mercado (s.f.) [BRA]

eng market penetration

102 piață (s.f.)

cat mercat (n.m.)
esp mercado (s.m.) [ES]

esp mercado (n.m.) [ARG]
esp mercado (n.m.) [MEX]
fra marché (n.m.) [FR]
fra marché (n.m.) [CAN]
glg mercado (s.m.)
ita mercato (s.m.)
por mercado (s.m.) [BRA]

eng market

103 piață-țintă (s.f.)

ron piață vizată (s.f.)
cat mercat objectiu (n.m.)
esp mercado diana (s.m.) [ES]
esp público objetivo (s.m.) [ES]
esp mercado meta (n.m.) [ARG]
esp mercado objetivo (n.m.) [ARG]
esp mercado meta (n.m.) [MEX]
fra marché cible (n.m.) [FR]
fra marché cible (n.m.) [CAN]
glg mercado obxectivo (s.m.)
ita mercato target (s.m.)
por mercado-alvo (s.m.) [BRA]

eng target market

104 piață vizată (s.f.) → *pieșă-țintă* (s.f.)

105 plan de marketing (s.n.)

cat pla de mărqueting (n.m.)
esp plan de marketing (s.m.) [ES]
esp plan de marketing (n.m.) [ARG]
esp plan de marketing (n.m.) [MEX]
esp plan de mercadotecnia (n.m.) [MEX]
fra plan de marketing (n.m.) [FR]
fra plan de marketing (n.m.) [CAN]
fra plan de commercialisation (n.m.) [CAN]
glg plan de márketing (s.m.)
glg plan de mercadotecnia (s.m.)
ita piano di marketing (s.m.)

Lexicul panlatin al marketingului economic

por plano de marketing (s.m.) [BRA]

eng marketing plan

106 PLV (s.f.) → *publicitate la locul de vânzare* (s.f.)

107 politică de distribuție (s.f.)

cat política de distribució (n.f.)

esp política de distribución (s.f.) [ES]

esp política de distribución (n.f.) [ARG]

esp política de distribución (n.f.) [MEX]

fra politique de distribution (n.f.) [FR]

fra politique de distribution (n.f.) [CAN]

glg política de distribución (s.f.)

ita politica di distribuzione (s.f.)

por política de distribuição (s.f.) [BRA]

eng distribution policy

108 politică de marcă (s.f.)

cat política de marca (n.f.)

esp política de marca (s.f.) [ES]

esp política de marcas (n.f.) [ARG]

esp política de marca (n.f.) [MEX]

fra politique de marque (n.f.) [FR]

fra politique de marque (n.f.) [CAN]

glg política de marca (s.f.)

ita politica di marchio (s.f.)

por política de marca (s.f.) [BRA]

eng brand policy

109 politică de marketing (s.f.)

cat política comercial (n.f.)

esp política de marketing (s.f.) [ES]

esp políticas de marketing (n.f.) [ARG]

esp política de marketing (n.f.) [MEX]

esp política de mercadotecnia (n.f.) [MEX]

fra politique de marketing (n.f.) [FR]

fra politique de marketing (n.f.) [CAN]

glg política de márketing (s.f.)

glg política de mercadotecnia (s.f.)

ita politica di marketing (s.f.)

por política de marketing (s.f.) [BRA]

eng marketing policy

110 politică de preț (s.f.)

cat política de preus (n.f.)

esp política de precios (s.f.) [ES]

esp política de precios (n.f.) [ARG]

esp política de precios (n.f.) [MEX]

esp política de precio (n.f.) [MEX]

fra politique de prix (n.f.) [FR]

fra politique de prix (n.f.) [CAN]

glg política de prezos (s.f.)

ita politica di prezzo (s.f.)

por política de preços (s.f.) [BRA]

eng price policy

111 politică de produs (s.f.)

cat política de producte (n.f.)

esp política de producto (s.f.) [ES]

esp política de producto (n.f.) [ARG]

esp política de productos (n.f.) [ARG]

esp política de productos (n.f.) [MEX]

esp política del producto (n.f.)

[MEX]

fra politique de produit (n.f.) [FR]

fra politique de produit (n.f.) [CAN]

glg política de produto (s.f.)

Lexicul panlatin al marketingului economic

ita politica di prodotto (s.f.)
por política de produto (s.f.) [BRA]

eng product policy

112 poster (s.n.) → *afiș publicitar* (s.n.)

113 poziționarea mărcii (s.f.)

ron poziționarea produsului (s.f.)
cat posicionament (n.m.)
esp posicionamiento de la marca (s.m.) [ES]
esp posicionamiento del producto (s.m.) [ES]
esp posicionamiento de la marca (n.m.) [ARG]
esp posicionamiento del producto (n.m.) [ARG]
esp posicionamiento de la marca (n.m.) [MEX]
esp posicionamiento del producto (n.m.) [MEX]
fra positionnement de la marque (n.m) [FR]
fra positionnement du produit (n.m) [FR]
fra positionnement de la marque (n.m) [CAN]
fra positionnement du produit (n.m) [CAN]
glg posicionamento do produto (s.m.)
ita posizionamento del marchio (s.m.)
ita posizionamento del prodotto (s.m.)
por posicionamento da marca (s.m.) [BRA]
por posicionamento do produto (s.m.) [BRA]

eng brand positioning
eng product positioning

114 poziționarea produsului (s.f.) →
poziționarea mărcii (s.f.)

115 PR (s.f.pl.) → *relații publice* (s.f.pl.)

116 prescriptor (s.m.)

cat prescriptor -a (n.m.f.)
esp prescriptor (s.m.) [ES]
esp prescriptor (n.m.) [ARG]
esp prescriptor (n.m.) [MEX]
fra prescripteur (n.m.) [FR]
fra prescripteur (n.m.) [CAN]
glg prescritor (s.m.)
ita prescrittore (s.m.)
por prescritor (s.m.) [BRA]

eng prescriber
eng key influencer

117 prescripție (s.f.)

cat prescripció (n.f.)
esp prescripción (s.f.) [ES]
esp prescripción (n.f.) [ARG]
esp prescripción (n.f.) [MEX]
fra prescription (n.f.) [FR]
fra prescription (n.f.) [CAN]
glg prescrición (s.f.)
ita prescrizione (s.f.)
por prescrição (s.f.) [BRA]

eng prescription

118 pretest [publicitar] (s.n.)

cat pretest (n.m.)
esp pre-test [publicitario] (s.m.) [ES]
esp pre-test publicitario (n.m.) [ARG]
esp pre testeo publicitario (n.m.) [ARG]

Lexicul panlatin al marketingului economic

esp pre-test de publicidad (n.m.)
[MEX]

fra pré-test (n.m.) [FR]

fra pré-test (n.m.) [CAN]

glg pretest (s.m)

ita pre-test (s.m.)

por pré-teste [de mercado], [de
propaganda] (s.m.) [BRA]

eng pretest

eng pre-testing

119 preț de penetrație (s.n.)

cat preu de penetració (n.m.)

esp estrategia de penetración basada
en precios (s.f.) [ES]

esp precio de introducción (n.m.)
[ARG]

esp estrategia de precio de
penetración (n.f.) [ARG]

esp precio de introducción (n.m.)
[MEX]

esp precio de penetración (n.m.)
[MEX]

fra prix de pénétration (n.m.) [FR]

fra prix de pénétration (n.m.) [CAN]

glg prezo de penetración (s.m.)

ita prezzo di penetrazione (s.m.)

por preço de penetração (s.m.)
[BRA]

eng penetration pricing

120 preț de vânzare (s.n.)

cat preu de venda (n.m.)

esp precio de venta (s.m.) [ES]

esp precio de venta (n.m) [ARG]

esp precio de venta (n.m) [MEX]

fra prix de vente (n.m.) [FR]

fra prix de vente (n.m.) [CAN]

glg prezo de venda (s.m.)

ita prezzo di vendita (s.m.)

por preço de venda (s.m.) [BRA]

eng selling price

121 promoție (s.f.) → ofertă specială

(s.f.)

122 promovare [a produsului], [a mărcii] (s.f.)

cat promoció (n.f.)

esp actividades promocionales (s.f.)
[ES]

esp actividades promocionales
(n.f.pl.) [ARG]

esp promoción (n.f.) [ARG]

esp promoción (n.f.) [MEX]

fra promotion (n.f.) [FR]

fra promotion (n.f.) [CAN]

glg promoción (s.f.)

ita promozione (s.f.)

por promoção (s.f.) [BRA]

eng promotion

123 prospect (s.n.) (1)

cat catàleg (n.m.)

esp prospecto (s.m.) [ES]

esp catálogo (s.m.) [ES]

esp catálogo (n.m.) [ARG]

esp prospecto (n.m.) [ARG]

esp prospecto (n.m.) [MEX]

fra prospectus (n.m.) [FR]

fra prospectus (n.m.) [CAN]

glg catálogo (s.m.)

ita prospetto (s.m.)

por catálogo (s.m.) [BRA]

por prospecto (s.m.) [BRA]

eng flyer

eng circular

124 prospect (s.m.) (2)

cat client -a potencial (n.m.f)

esp - [ES]

Lexicul panlatin al marketingului economic

esp - [ARG]
esp - [MEX]
fra client potentiel (n.m.) [FR]
fra client potentiel (n.m.) [CAN]
fra client éventuel (n.m.) [CAN]
fra client en vue (n.m.) [CAN]
glg cliente potencial (s.m.)
ita potenziale cliente (s.m.)
por - [BRA]

eng prospect

125 prospectare (s.f.)

cat prospecció (n.f.)
esp prospección (s.f.) [ES]
esp investigación (s.f.) [ES]
esp prospección (n.f.) [ARG]
esp sondeo (n.m.) [ARG]
esp sondeo (n.m.) [MEX]
fra prospection (n.f.) [FR]
fra prospection (n.f.) [CAN]
fra recherche de clients (n.f.) [CAN]
glg prospección (s.f.)
ita prospezione (s.f.)
por prospecção (s.f.) [BRA]

eng canvassing
eng prospecting

126 publicitate (s.f.)

ron advertising (s.n.)
cat publicitat (n.f.)
esp publicidad (s.f.) [ES]
esp publicidad (n.f.) [ARG]
esp publicidad (n.f.) [MEX]
fra publicité (n.f.) [FR]
fra publicité (n.f.) [CAN]
glg publicidade (s.f.)
ita pubblicità (s.f.)
por publicidade (s.f.) [BRA]

eng publicity
eng advertising

127 publicitate exterioară (s.f.)

cat publicitat exterior (n.f.)
esp publicidad exterior (s.f.) [ES]
esp publicidad exterior (n.f.) [ARG]
esp publicidad exterior (n.f.) [MEX]
esp publicidad al aire libre (n.f.) [MEX]
fra publicité extérieure (n.f.) [FR]
fra publicité extérieure (n.f.) [CAN]
glg publicidade exterior (s.f.)
ita pubblicità esterna (s.f.)
por publicidade externa (s.f.) [BRA]

eng outdoor advertising

128 publicitate la locul de vânzare (s.f.)

ron PLV (s.f.)
cat publicitat en el punt de venda (n.f.)
cat PLV (n.f.)
esp publicidad en el punto de venta (s.f.) [ES]
esp publicidad en el punto de venta (n.f.) [ARG]
esp publicidad en el punto de venta (n.f.) [MEX]
fra publicité sur le lieu de vente (n.f.) [FR]
fra PLV (n.f.) [FR]
fra publicité sur le lieu de vente (n.f.) [CAN]
fra PLV (n.f.) [CAN]
glg publicidade no punto de venda (s.f.)
ita pubblicità sul punto vendita (s.f.)
ita PPV (s.f.)
por publicidade em pontos-de-venda (s.f.) [BRA]
por PDV (s.f.) [BRA]

eng point-of-sale advertising
eng POS advertising

Lexicul panlatin al marketingului economic

eng point-of-purchase advertising
eng POP advertising

129 publicitate stradală (s.f.)

ron outdoor (s.n.)
ron panotaj (s.n.)
cat publicitat exterior (n.f.)
esp publicidad al aire libre (s.f.) [ES]
esp publicidad exterior (s.f.) [ES]
esp publicidad exterior (n.f.) [ARG]
esp publicidad exterior (n.f.) [MEX]
esp publicidad al aire libre (n.f.) [MEX]
fra publicité outdoor (n.f.) [FR]
fra publicité extérieure (n.f.) [CAN]
glg publicidade exterior (s.f.)
ita pubblicità outdoor (s.f.)
por outdoor (s.m.) [BRA]

eng outdoor
eng outdoor advertising
eng outdoor publicity
eng out-of-home advertising

R

130 rebranding (s.n.)

cat reconstrucció de marca (n.f.)
esp rebranding (s.m.) [ES]
esp rebranding (n.m.) (angl.) [ARG]
esp replanteo de la marca (n.m.) [ARG]
esp cambio de marca (n.m.) [MEX]
fra rebranding (n.m.) [FR]
fra changement de marque (n.m.) [CAN]
glg redeseño de marca (s.m.)
ita rebranding (s.m.)
por rebranding (s.m.) [BRA]

eng rebranding

131 reclamă (s.f.)

cat anunci (n.m.)
esp reclamo publicitario (s.m.) [ES]
esp anuncio (n.m.) [ARG]
esp aviso publicitario (n.m.) [ARG]
esp anuncio (n.m.) [MEX]
fra réclame (n.f.) [FR]
fra réclame (n.f.) [CAN]
fra annonce publicitaire (n.f.) [CAN]
fra annonce (n.f.) [CAN]
glg anuncio (s.m.)
ita pubblicità (s.f.)
por reclame (s.m.) [BRA]
por publicidade (s.f.) [BRA]

eng advertisement

132 relații publice (s.f. pl.)

ron RP (s.f.pl.)
ron PR (s.f.pl.)
cat relacions públiques (n.f.pl.)
cat RP (n.f.pl.)
esp relaciones públicas (s.f.pl.) [ES]
esp relaciones públicas (n.f.pl.) [ARG]
esp relaciones públicas (n.f.pl.) [MEX]
fra relations publiques (n.f.pl.) [FR]
fra relations publiques (n.f.pl.) [CAN]
fra RP (n.f.pl.) [CAN]
glg relacions públicas (s.f.pl.)
ita pubbliche relazioni (s.f. pl.)
ita PR (s.f. pl.)
por relações públicas (s.f.pl.) [BRA]

eng public relations
eng PR

133 remarketing (s.n.)

cat relançament (n.m.)
esp relanzamiento (s.m.) [ES]
esp remarketing (n.m.) [ARG]
esp remarketing (n.m.) [MEX]

Lexicul panlatin al marketingului economic

fra remarketing (n.m.) [FR]
fra mercatique de relance (n.f.) [FR]
fra remarketing (n.m.) [CAN]
fra marketing de relance (n.m.) [CAN]
glg relanzamento (s.m.)
glg remárketing (s.m.)
ita remarketing (s.m.)
por remarketing (s.m.) [BRA]

eng remarketing

134 re poziționare [a mărcii] (s.f.)

cat reposicionament (n.m.)
esp reposicionamiento [de marca] (s.m.) [ES]
esp reposicionamiento (n.m.) [ARG]
esp reposicionamiento (n.m.) [MEX]
fra repositionnement (n.m.) [FR]
fra repositionnement (n.m.) [CAN]
glg reposicionamento (s.m.)
ita riposizionamento (s.m.)
por reposicionamento (s.m.) [BRA]

eng repositioning

135 retailer (s.m.) → *detailist* (s.m.)

136 RP (s.f.pl.) → *relații publice* (s.f.pl.)

S

137 segment de piață (s.n.)

cat segment de mercat (n.m.)
esp segmento de mercado (s.m.) [ES]
esp segmento de mercado (n.m.) [ARG]

esp segmento del mercado (n.m.) [MEX]
esp sector del mercado (n.m.) [MEX]
fra segment du marché (n.m.) [FR]
fra segment du marché (n.m.) [CAN]
glg segmento de mercado (s.m.)
ita segmento di mercato (s.m.)
por segmento de mercado (s.m.) [BRA]

eng market segment

138 segmentarea [pieței], [consumatorilor] (s.f.)

cat segmentació (n.f.)
esp segmentación [de mercado], [de clientes], [de consumo] (s.f.) [ES]
esp segmentación del mercado (n.f.) [ARG]
esp segmentación [del mercado] (n.f.) [MEX]
fra segmentation [du marché] (n.f.) [FR]
fra segmentation [de marché] (n.f.) [CAN]
glg segmentación de mercado (s.f.)
ita segmentazione (s.f.)
por segmentação [de mercado] (s.f.) [BRA]

eng segmentation
eng market segmentation

139 SIM (s.n.) → *sistem informațional de marketing* (s.n.)

140 sincromarketing (s.n.)

cat desestacionalització (n.f.)
esp sincromarketing (s.m.) [ES]
esp regularización de la demanda (n.m.) [ARG]
esp sincromarketing (n.m.) [MEX]

Lexicul panlatin al marketingului economic

fra sincromarketing (n.m.) [FR]
fra marketing de synchronisation (n.m.) [CAN]
glg sincromárketing (s.m.)
ita sincromarketing (s.m.)
por sincromarketing (s.m.) [BRA]

eng synchromarketing
eng synchro marketing

141 sistem informațional de marketing (s.n.)

ron SIM (s.n.)
cat sistema d'informació de màrqueting (n.m.)
esp sistema de información de marketing (s.m.) [ES]
esp sistema de información de marketing (n.m.) [ARG]
esp sistema de información de marketing (n.m.) [MEX]
esp sistema de información de mercadotecnia (n.m.) [MEX]
fra système informationnel de marketing (n.m.) [FR]
fra système d'information marketing (n.m.) [CAN]
fra S.I.M. (n.m.) [CAN]
fra SIM (n.m.) [CAN]
glg sistema de información de márketing (s.m.)
glg sistema de información mercadológica (s.m.)
ita sistema informativo di marketing (s.m.)
ita SIM (s.m.)
por sistema de informação de marketing (s.m.) [BRA]
por SIM (s.m.) [BRA]

eng marketing information system
eng MIS

142 slogan [publicitar] (s.n.)

cat eslògan (n.m.)
esp eslogan [publicitario] (s.m.) [ES]
esp eslogan (n.m.) [ARG]
esp eslogan (n.m.) [MEX]
esp slogan (n.m.) (angl.) [MEX]
fra slogan (n.m.) [FR]
fra slogan (n.m.) [CAN]
glg slogan publicitario (s.m.)
glg lema publicitario (s.m.)
ita slogan (s.m.)
por slogan (s.m.) [BRA]

eng slogan

143 soldare (s.f.)

cat liquidació (n.f.)
esp [ES] rebajas (n.pl.) [ES]
esp saldos y liquidaciones (s.pl.)
esp liquidación (n.f.) [ARG]
esp rebajas (n.f.pl.) [ARG]
esp liquidación (n.f.) [MEX]
esp venta de liquidación (n.f.) [MEX]
fra vente en solde (n.f.) [FR]
fra soldes (n.m.pl.) [CAN]
fra vente au rabais (n.f.) [CAN]
fra liquidation (n.f.) [CAN]
glg liquidación (s.f.)
glg venda en liquidación (s.f.)
ita vendita di liquidazione (s.f.)
por venda de saldos (s.f.) [BRA]
por liquidação (s.f.) [BRA]

eng clearance sale

144 sondaj [de opinie] (s.n.)

cat enquesta (n.f.)
esp encuesta [de opinión] (s.f.) [ES]
esp sondeo de opinión (n.m.) [ARG]
esp sondeo (n.m.) [MEX]
esp sondeo de opinión (n.m.) [MEX]
fra sondage (n.m.) [FR]
fra sondage (n.m.) [CAN]

Lexicul panlatin al marketingului economic

glg enquisa (s.f.)
glg sondaxe (s.f.)
ita sondaggio (s.m.)
por sondagem [de opinião], [de mercado] (s.f.) [BRA]

eng survey

145 spot publicitar (s.n.)

cat espot (n.m.)
esp spot publicitario (s.m.) [ES]
esp spot publicitario (n.m.) (angl.) [ARG]
esp espot publicitario (n.m.) [MEX]
esp spot publicitario (n.m.) [MEX]
fra spot publicitaire (n.m.) [FR]
fra spot publicitaire (n.m.) [CAN]
fra message publicitaire (n.m.) [CAN]
glg mensaxe publicitaria (s.f.)
ita spot pubblicitario (s.m.)
por comercial (s.m.) [BRA]

eng advertising spot
eng publicity spot
eng commercial spot

146 strategie de marketing (s.f.)

cat estratègia de màrqueting (n.f.)
esp estrategia de marketing (s.f.) [ES]
esp estrategia de marketing (n.f.) [ARG]
esp estrategia de marketing (n.f.) [MEX]
esp estrategia de mercadotecnia (n.f.) [MEX]
fra stratégie de marketing (n.f.) [FR]
fra stratégie de marketing (n.f.) [CAN]
fra stratégie de commercialisation (n.f.) [CAN]
fra stratégie commerciale (n.f.) [CAN]

fra stratégie de mercatique (n.f.) [CAN]
glg estratexia de márketing (s.f.)
glg estratexia de mercadotecnia (s.f.)
ita strategia di marketing (s.f.)
por estratégia de marketing (s.f.) [BRA]

eng marketing strategy

147 strategie de piață (s.f.)

cat estratègia de mercat (n.f.)
esp estrategia de mercado (s.f.) [ES]
esp estrategia de mercado (n.f.) [ARG]
esp estrategia de mercado (n.f.) [MEX]
fra stratégie de marché (n.f.) [FR]
fra stratégie de marché (n.f.) [CAN]
glg estratexia de mercado (s.f.)
ita strategia di mercato (s.f.)
por estratégia de mercado (s.f.) [BRA]

eng market strategy

148 studiu de piață (s.n.) → cercetare de piață (s.f.)

T

149 telemarketing (s.n.)

ron marketing prin telefon (s.n.)
cat màrqueting telefònic (n.m.)
cat telemàrqueting (n.m.)
esp telemarketing (s.m.) [ES]
esp telemarketing (n.m.) [ARG]
esp telemarketing (n.m.) [MEX]
fra télémarketing (n.m.) [FR]
fra télémercatique (n.f.) [FR]

Lexicul panlatin al marketingului economic

fra télémartketing (n.m.) [CAN]
fra télémercatique (n.f.) [CAN]
glg telemárketing (s.m.)
ita telemarketing (s.m.)
por telemarketing (s.m.) [BRA]

eng telemarketing

V

150 vânzare directă (s.f.)

cat venda directa (n.f.)
esp venta directa (s.f.) [ES]
esp venta directa (n.f.) [ARG]
esp venta directa (n.f.) [MEX]
fra vente directe (n.f.) [FR]
fra vente directe (n.f.) [CAN]
glg venda directa (s.f.)
ita vendita diretta (s.f.)
por venda direta (s.f.) [BRA]

eng direct selling

151 vânzare personală (s.f.)

cat venda personal (n.f.)
esp venta personal (s.f.) [ES]
esp venta personal (n.f.) [ARG]
esp venta personal (n.f.) [MEX]
fra vente personnelle (n.f.) [FR]
fra vente personnelle (n.f.) [CAN]
glg venda persoal (s.f.)
ita vendita personale (s.f.)
por venda pessoal (s.f.) [BRA]

eng personal selling

152 vânzare prin corespondență (s.f.)

ron VPC (s.f.)
cat venda per correu (n.f.)
cat VPC (n.f.)
esp venta por correo (s.f.) [ES]

esp venta por correspondencia (n.f.) [ARG]
esp venta por correspondencia (n.f.) [MEX]
fra vente par correpondance (n.f.) [FR]
fra vente par correpondance (n.f.) [CAN]
glg venda por correspondencia (s.f.)
ita vendita per corrispondenza (s.f.)
ita VPC (s.f.)
por venda por correspondência (s.f.) [BRA]

eng mail-order sale
eng mail-order selling

153 viziune [de marketing], [de brand]

(s.f.)

cat visió (n.f.)
esp visión [de marketing], [de marca] (s.f.) [ES]
esp visión (n.f.) [ARG]
esp visión (n.f.) [MEX]
fra vision (n.f.) [FR]
fra vision (n.f.) [CAN]
glg visión (s.f.)
ita visione (s.f.)
por visão [de marketing] (s.f.) [BRA]

eng vision

154 VPC (s.f.) → vânzare prin corespondență (s.f.)

Index catalană

adaptació, 4
afixació, 7
agència de publicitat, 8
agromàrqueting, 9
anàlisi d'agrupaments, 11, 12, 13
antimàrqueting, 15
anunci, 131
associació de marques, 72
atribut, 16
avantatge competitiu, 17
campanya publicitària, 22
canal de distribució, 23
canibalisme, 24
cartell, 6, 112
catàleg, 123
centre de distribució, 25
cicle de vida d'un producte, 30, 38
client -a potencial, 124
cobertura de mercat, 1
comercialitzador -a, 73
comportament del consumidor, 31
compra per impuls, 2, 36, 37
construcció de marca, 20
consumidor -a, 32
consumidorisme, 33
decisió de compra, 39
desestacionalització, 140
desmàrqueting, 40
dessegmentació, 42

detallista, 43, 135
diversificació, 45
ecomàrqueting, 47, 77, 81
embalatge, 10
enquesta, 144
entorn de màrqueting, 82
eslògan, 142
espot, 145
estratègia de màrqueting, 146
estratègia de mercat, 147
estudi de mercat, 27, 148
etiqueta, 48
euromàrqueting, 49, 79
extensió de marca, 50
fidelitat, 51
força de vendes, 52
franquícia, 53
gamma de productes, 54
geomàrqueting, 55
hàbit de compra, 41
identitat, 56
imatge, 57
implantació, 58, 66
influenciador -a, 59
inserció, 60
investigació comercial, 26
investigació de màrqueting, 26
investigació de motivació, 28
investigació motivacional, 28

- líder de mercat, 64
líder d'opinió 63
línia de productes, 65
liquidació, 143
llançament de nous productes, 62
logística de màrqueting, 44, 67
logotip, 68, 69
macromàrqueting, 70
majorista, 14
marca, 19, 71
màrqueting, 74
màrqueting directe, 76
màrqueting electronic, 29, 46, 61, 78
màrqueting mix, 87, 96
màrqueting personalitzat, 84
màrqueting telephonic, 80, 149
mercat, 102
mercat objectiu, 103, 104
metamàrqueting, 83
miopia de màrqueting, 85
missió, 86
mix de comunicació, 88, 89
no consumidor –a, 91
no usuari –ària, 92
obsolescència, 93
oferta especial, 94
pancarta, 18
panel de consumidors, 97
participació de mercat, 34
penetració de mercat, 101
pla de màrqueting, 105
PLV, 106, 128
política commercial, 109
política de distribució, 107
política de marca, 108
política de preus, 110
política de producte, 111
posicionament, 113, 114
pòster, 6, 112
prescripció, 117
prescriptor –a, 116
pretest, 118
preu de penetració, 119
preu de venda, 120
promoció, 121, 122
prospecció, 125
publicitat, 5, 126
publicitat exterior, 127, 129
publicitat en el punt de venda, 106, 128
quota de mercat, 34
quota de vendes, 35
reconstrucció de marca, 130
regal publicitari, 21
relacions públiques, 115, 132, 136
rellançament, 133
reposicionament, 134
RP, 115, 132, 136
segment de mercat, 137
segmentació, 138
sistema d'informació de màrqueting,
139, 141
tanca publicitària, 98, 99

telemàrqueting, 80, 149

titular, 3

venda directa, 150

venda personal, 151

venda per correu, 152, 154

veta de mercat, 90

visió, 153

VPC, 152, 154

Index spaniolă (Spania)

- actividades promocionales, 122
- adaptación, 4
- agencia de publicidad, 8
- agromarketing, 9
- análisis cluster, 11, 12, 13
- antimarketing, 15
- área de influencia, 1
- atributos (de producto), 16
- banner, 18
- branding, 20
- campana publicitaria, 22
- canal de distribución, 23
- canibalización, 24
- cartel publicitario, 6, 112
- cartera de productos, 54
- catálogo, 123
- cibermarketing, 29, 46, 61, 78
- ciclo de vida del producto, 30, 38
- co-branding, 72
- comercializador, 73
- comportamiento del consumidor, 31
- compra por impulse, 2, 36, 37
- comunicación, 121
- consumerismo, 33
- consumidor, 32
- cuota de mercado, 34
- cuota mercado relativa, 35
- decisión de compra, 39
- desmarketing, 40
- detallista, 43, 135
- distribuidor mayorista, 14
- diversificación, 45
- ecomarketing, 47, 77, 81
- embalaje, 10
- enara, 18
- encuesta, 144
- entorno de marketing, 82
- eslogan, 142
- estrategia de marketing, 146
- estrategia de mercado, 147
- estrategia de penetración basada en precios, 119
- estudio de mercado, 27, 148
- etiqueta, 48
- euromarketing, 49, 79
- extensión de marca, 50
- fidelidad, 51
- franquicia, 53
- fuerza de venta, 52
- gama de productos, 65
- gancho publicitario, 3
- geomarketing, 55
- gestión y creación, 20
- hábito de compra, 41
- identidad, 56
- imagen, 57
- implantación (de puntos de venta), 58, 66
- inserción (publicitaria), 60
- investigación, 125

Index spaniolă (Spania)

- investigación de marketing, 26
- investigación de mercados, 27, 148
- investigación de motivaciones, 28
- lanzamiento de nuevos productos, 62
- las 4 P, 87, 96
- líder de mercado, 64
- líder de opinion, 63
- línea de productos, 65
- logística de marketing, 44, 67
- logo, 68, 69
- logotipo, 68, 69
- macromarketing, 70
- marca, 19, 71
- marca (comercial), 19, 71
- marketing, 74
- marketing agrícola, 9
- marketing directo, 76
- marketing ecológico, 47, 77, 81
- marketing mix, 87, 96
- marketing verde, 47, 77, 81
- mayorista, 14
- mercado, 102
- mercado diana, 103, 104
- mercadotecnia, 74
- metamarketing, 83
- micromarketing, 84
- minorista, 43, 135
- miopía de marketing, 85
- misión, 86
- mix de comunicación, 88, 89
- mix promocional, 88, 89
- movimiento de protección de los consumidores, 33
- nicho de mercado, 90
- no-consumidor, 91
- no-usuario, 92
- obsolescencia, 93
- oferta especial, 94, 121
- pancarta, 18
- panel de consumidores, 97
- penetración, 58, 66
- penetración de mercado, 101
- plan de marketing, 105
- plataforma, 25
- política de distribución, 107
- política de marca, 108
- política de marketing, 109
- política de precios, 110
- política de producto, 111
- política indiferenciada, 42
- posicionamiento de la marca, 113, 114
- posicionamiento del producto, 113, 114
- póster, 112
- precio de venta, 120
- prescripción, 117
- prescriptor, 116
- pre-test, 118
- prospección, 125
- prospecto, 123
- publicidad, 5, 126
- publicidad al aire libre, 95

Index spaniolă (Spania)

- publicidad en el punto de venta, 106, 128
- publicidad en valla, 7
- publicidad exterior, 7, 95, 100, 127, 129
- público objetivo, 103, 104
- rebajas, 143
- rebranding, 130
- reclamo publicitario, 131
- referents, 59
- regalo promocional, 21
- relaciones públicas, 115, 132, 136
- relanzamiento, 133
- reposicionamiento (de marca), 134
- saldos y liquidaciones, 143
- segmentación, 138
- segmento de mercado, 137
- sincromarketing, 140
- sistema de información de marketing, 139, 141
- spot publicitario, 145
- telemarketing, 80, 149
- valla publicitaria, 98, 99
- venta directa, 150
- venta personal, 151
- venta por correo, 152, 154
- ventaja competitiva, 17
- visión, 153

Index spaniolă (Argentina)

- actividades promocionales, 122
- adaptación, 4
- afiche, 6, 112
- agencia de publicidad, 8
- agromarketing, 9
- análisis de cluster, 11, 12, 13
- análisis de conglomerados, 11, 12, 13
- análisis de marketing, 26
- análisis de mercado, 27, 148
- antimarketing, 15
- anuncio, 131
- atributos (del producto), 16
- aviso publicitario, 131
- banner, 18
- branding, 20
- campana publicitaria, 22
- canal de distribución, 23
- canibalización, 24
- cartel, 6, 112
- cartera de productos, 54
- catálogo, 123
- centro de distribución, 25
- cibercomercialización, 29, 46, 61, 78
- cibermarketing, 29, 46, 61, 78
- ciclo de vida del producto, 30, 38
- cobertura de mercado, 1
- co.branding, 72
- comercialización electrónica, 29, 46, 61, 78
- comportamiento del consumidor, 31
- compra impulsiva, 2, 36, 37
- consumidor, 32
- cuota de mercado, 34
- cuota de mercado relativa, 35
- decisión de compra, 39
- desegmentación, 42
- desmarketing, 40
- distribuidor mayorista, 14
- diversificación, 45
- eco marketing, 47, 77, 81
- ecomarketing, 47, 77, 81
- embalaje, 10
- entorno de marketing, 82
- eslogan, 142
- estrategia de marketing, 146
- estrategia de mercado, 147
- estrategia de precio de penetración, 119
- estudio de marketing, 26
- estudio de mercado, 27, 148
- estudio de motivación, 28
- etiqueta, 48
- euromarketing, 49, 79
- extensión de marca, 50
- fidelidad, 51
- franquicia, 53
- fuerza de venta, 52
- fuerza de ventas, 52
- gama de productos, 65
- gancho publicitario, 3
- geomarketing, 55

Index spaniolă (Argentina)

- hábito de compra, 41
- identidad (corporativa), 56
- imagen, 57
- implantación, 58, 66
- inserción, 60
- investigación de mercado, 27, 148
- lanzamiento de nuevos productos, 62
- las 4 p, 87, 96
- lealtad, 51
- líder del mercado, 64
- líder de opinion, 63
- línea de productos, 65
- liquidación, 143
- logística de marketing, 44, 67
- logo, 68, 69
- logotipo, 68, 69
- macromarketing, 70
- marca, 19, 71
- marca (comercial), 19
- marbete, 48
- marketing, 74
- marketing de productos agrícolas, 9
- marketing directo, 76
- marketing electrónico, 29, 46, 61
- marketing mix, 87, 96
- mayorista, 14
- mercado, 102
- mercado meta, 103, 104
- mercado objetivo, 103, 104
- meta.marketing, 83
- mezcla de comunicación de marketing, 88, 89
- mezcla de marketing, 87, 96
- mezcla de promoción, 88, 89
- micromarketing, 84
- micro-marketing, 84
- minorista, 43, 135
- miopía de marketing, 85
- misión, 86
- motivación del consumidor, 28
- muestra de consumidores, 97
- nicho de mercado, 90
- no consumidor, 91
- no usuario, 92
- obsolescencia, 93
- oferta especial, 94, 121
- pancarta, 18
- panel de consumidores, 97
- penetración, 58, 66
- penetración de mercado, 101
- penetración en el mercado, 101
- plan de marketing, 105
- política de distribución, 107
- política de marcas, 108
- políticas de marketing, 109
- política de precios, 110
- política de producto, 111
- política de productos, 111
- portfolio de productos, 54
- posicionamiento del producto, 113, 114
- posicionamiento de la marca, 113, 114

Index spaniolă (Argentina)

- precio de introducción, 119
- precio de venta, 120
- prescripción, 117
- prescriptor, 63, 116
- pre-test publicitario, 118
- pre testeo publicitario, 118
- promoción, 122
- promoción especial, 121
- prospecto, 123
- prospección, 125
- protección del consumidor, 33
- publicidad, 5, 126
- publicidad exterior, 95, 100, 127, 129
- publicidad en el punto de venta, 106, 128
- publicidad visual, 7
- rebajas, 143
- rebranding, 130
- referente, 59
- regalo promocional, 21
- regularización de la demanda, 140
- relaciones públicas, 115, 132, 136
- remarketing, 133
- replanteo de la marca, 130
- reposicionamiento, 134
- segmentación del mercado, 138
- segmento de mercado, 137
- sistema de información de marketing, 139, 141
- sondeo, 125
- sondeo de opinion, 144
- spot publicitario, 145
- telemarketing, 80, 149
- valla publicitaria, 98, 99
- vendedor, 73
- venta directa, 150
- venta personal, 151
- venta por correspondencia, 152, 154
- ventaja competitiva, 17
- visión, 153

Index spaniolă (Mexic)

adaptación, 4
agencia de publicidad, 8
agencia publicitaria, 8
agromarketing, 9
ambiente de marketing, 82
ambiente de mercadotecnia, 82
análisis de grupos, 11, 12, 13
antimarketing, 15
atributos, 16
anuncio, 131
anuncio espectacular, 18
anuncio publicitario, 6, 112
branding, 20
cambio de marca, 130
campaña de publicidad, 22
campaña publicitaria, 22
canal de distribución, 23
canibalización, 24
cartel de publicidad, 6, 112
cartel publicitario, 6, 112
cartelera, 98, 99
centro de distribución, 25
cibermarketing, 29, 46, 61, 78
ciclo de vida del producto, 30, 38
cluster analysis, 11, 12, 13
cobertura del mercado, 1
colocación de cartels, 7
comportamiento del consumidor, 31
compra impulsiva, 2, 36, 37
consumerismo, 33

consumidor, 32
cuota de ventas, 35
decisión de compra, 39
decisión de comprar, 39
desegmentación, 42
desmarketing, 40
diversificación, 45
doble marca commercial, 72
eco marketing, 47, 77, 81
ecomarketing, 47, 77, 81
e-marketing, 29, 46, 61, 78
embalaje, 10
eslogan, 142
espectacular, 18
espot publicitario, 145
estrategia de marketing, 146
estrategia de mercado, 147
estrategia de mercadotecnia, 146
estudio de marketing, 26
estudio de mercado, 27, 148
estudio de mercadotecnia, 26
estudio de motivación, 28
etiqueta, 48
euromarketing, 49, 79
extensión de marca, 50
identidad, 56
imagen, 57
implantación, 58, 66
influenciador, 59
inserción, 60

Index spaniolă (Mexic)

- investigación de marketing, 26
- investigación de mercado, 27, 148
- investigación de mercadotecnia, 26
- investigación de motivación, 28
- fuerza de venta, 52
- fuerza de ventas, 52
- gama de productos, 54
- gancho publicitario, 3
- geomarketing, 55
- hábito de compra, 41
- lanzamiento de nuevos productos, 62
- lanzamiento de productos nuevos, 62
- lealtad, 51
- líder de mercado, 64
- líder de opinion, 63
- línea de productos, 65
- liquidación, 143
- logística de marketing, 44, 67
- logística de mercadotecnia, 44, 67
- logo, 68, 69
- macro marketing, 70
- macromarketing, 70
- marca, 19, 71
- marca commercial, 19
- marketer, 73
- marketing, 74
- marketing directo, 76
- marketing online, 29, 46, 61, 78
- marketing mix, 87, 96
- mayorista, 14
- mercado, 102
- mercado meta, 103, 104
- mercadotecnia, 74
- mercadotecnia de productos agrícolas, 9
- mercadotecnia directa, 76
- metamarketing, 83
- meta mercadotecnia, 83
- metamercadotecnia, 83
- mezcla de comunicación de marketing, 88, 89
- mezcla de comunicación de mercadotecnia, 88, 89
- mezcla de marketing, 87, 96
- mezcla de mercadotecnia, 87, 96
- mezcla promocional, 88, 89
- micro marketing, 84
- micro mercadotecnia, 84
- micromercadotecnia, 84
- micromarketing, 84
- minorista, 43, 135
- miopía de marketing, 85
- miopía de mercadotecnia, 85
- miopía de la mercadotecnia, 85
- miopía del marketing, 85
- misión, 86
- muestra de consumidores, 97
- nicho de mercado, 90
- nicho del mercado, 90
- no consumidor, 91
- no usuario, 92
- obsolescencia, 93
- oferta especial, 94, 121

Index spaniolă (Mexic)

- pánel de consumidores, 97
participación del mercado, 34
penetración del mercado, 101
penetración en el mercado, 101
plan de marketing, 105
plan de mercadotecnia, 105
política de distribución, 107
política de marca, 108
política de marketing, 109
política de mercadotecnia, 109
política de precio, 110
política de precios, 110
política del producto, 111
política de productos, 111
posicionamiento de la marca, 13
posicionamiento del producto, 113, 114
póster, 6, 112
precio de introducción, 119
precio de penetración, 119
precio de venta, 120
prescripción, 117
prescriptor, 116
pre-test de publicidad, 118
promoción, 121, 122
prospecto, 123
publicidad, 5, 126
publicidad al aire libre, 95, 100, 127, 129
publicidad en el punto de venta, 106, 128
publicidad exterior, 95, 100, 127, 129
rango de productos, 54
regalo promocional, 21
relaciones públicas, 115, 132, 136
remarketing, 133
reposicionamiento, 134
sector del mercado, 137
segmentación, 138
segmento del mercado, 137
sincromarketing, 140
sistema de franquicias, 53
sistema de información de marketing, 139, 141
sistema de información de mercadotecnia, 139, 141
slogan, 142
sondeo, 125, 144
sondeo de opinion, 144
spot publicitario, 145
telemarketing, 80, 149
vendedor, 73
venta de liquidación, 143
venta directa, 150
venta personal, 151
venta por correspondencia, 152, 154
ventaja competitiva, 17
visión, 153

Index franceză (Franța)

- accroche publicitaire, 3
achat impulsive, 2, 36, 37
adaptation, 4
affichage, 7
affiche publicitaire, 6, 112
agence de publicité, 8
agromarketing, 9
alliance de marques, 72
analyse par segmentation, 11, 12, 13
analyse typologique, 11, 12, 13
antimarketing, 15
attributs, 16
avantage compétitif, 17
bannière, 18
branding, 20
cadeau promotionnel, 21
campagne publicitaire, 22
canal de distribution, 23
cannibalisation, 24
centre de distribution, 25
commercialiste, 73
comportement du consommateur, 31
conditionnement, 10
consommateur, 32
consumérisme, 33
couverture du marché, 1
créneau de marché, 90
CVP, 30, 38
cybermarketing, 29, 46, 61, 78
cycle de vie du produit, 30, 38
décision d'achat, 39
demarketing, 40
démarketing, 40
désegmentation, 42
détaillant, 43, 135
diversification, 44
double marque, 72
ecomarketing, 47, 77, 81
emballage, 10
environnement de marketing, 82
étiquette, 48
étude de marché, 27, 148
étude de marketing, 26
étude de motivation, 28
euromarketing, 49, 79
euromercatique, 49, 79
extension de marque, 50
force de vente, 52
franchise, 53
gamme de produits, 54, 65
géomarketing, 55
habitude d'achat, 41
identité, 56
image, 57
implantation, 58, 66
influenceur, 59
insertion, 60
lancement de nouveaux produits, 62
leader de marché, 64
leader d'opinion, 63

Index franceză (Franța)

- logistique de marketing, 44, 67
- logo, 68, 69
- loyauté, 51
- macromarketing, 70
- marchand de gros, 14
- marché, 102
- marché cible, 103, 104
- marchéage, 87, 96
- marketer, 73
- marketing, 74
- marketing direct, 76
- marketing mix, 87, 96
- marque, 19, 71
- mercaticien, 73
- mercatique, 74
- mercatique de relance, 133
- mercatique écologique, 47, 77, 81
- mercatique électronique, 29, 46, 61, 78
- mercatique personnalisée, 84
- méta-marketing, 83
- métamarketing, 83
- micromarketing, 84
- mission, 86
- mix de communication, 88, 89
- myopie de marketing, 85
- niche, 90
- non-consommateur, 91
- non-utilisateur, 92
- obsolescence 93
- offre spéciale, 94, 121
- panel de consommateurs, 97
- panneau d'affichage, 98, 99
- part de marché, 34
- pénétration du marché, 101
- percée sur le marché, 101
- plan de marketing, 105
- politique de distribution, 107
- politique de marketing, 109
- politique de marque, 108
- politique de prix, 110
- politique de produit, 111
- positionnement de la marquee, 113, 114
- positionnement du produit, 113, 114
- prescripteur, 116
- prescription, 117
- pré-test, 118
- présence sur le marché, 101
- prix de penetration, 119
- prix de vente, 120
- promotion, 121, 122
- prospection, 125
- prospectus, 123
- publicité, 5, 126
- publicité extérieure, 127
- publicité outdoor, 95, 100, 129
- publicité sur le lieu de vente, 106, 128
- PLV, 106, 128
- quota de vente, 35
- rebranding, 130
- réclame, 131
- relations publiques, 115, 132, 136
- remarketing, 133

Index franceză (Franța)

- repositionnement, 134
- segment du marché, 137
- segmentation, 138
- sincromarketing, 140
- slogan, 142
- sondage, 144
- spécialiste du marketing, 73
- spécialiste en commercialization, 73
- spot publicitaire, 145
- stratégie de marché, 147
- stratégie de marketing, 146
- stratégie de marque, 20
- système informationnel de marketing, 139, 141
- télémarketing, 80, 149
- télémercatique, 80, 149
- vente directe, 76, 80, 149
- vente en solde, 143
- vente par correspondance, 152, 154
- vente personnelle, 151
- vision, 153

Index franceză (Canada)

- accroche publicitaire, 3
achat impulsive, 2, 36, 37
adaptation, 4
affichage, 7
affiche promotionnelle, 6, 112
affiche publicitaire, 6, 112
agence de publicité, 8
agromarketing, 9
agro-marketing, 9
analyse typologique, 11, 12, 13
annonce, 131
annonce publicitaire, 131
antimarketing, 15
attributs, 16
avantage compétitif, 17
avantage concurrentiel, 17
babillard, 98, 99
bannière, 18
branding, 20
cadeau promotionnel, 21
campagne publicitaire, 22
canal de distribution, 23
cannibalisation, 24
centre de distribution, 25
changement de marque, 130
client en vue, 124
client éventuel, 124
client potentiel, 124
cogriffage, 72
co-marquage, 72
comarquage, 72
comportement du consommateur, 31
composition promotionnelle, 88, 89
consommateur, 32
consumérisme, 33
couverture du marché, 1
créneau, 90
créneau commercial, 90
créneau de marché, 90
CVP, 30, 38
cybermarketing, 29, 46, 61, 78
cycle de vie du produit, 30, 38
décision d'achat, 39
démarketing, 40
désegmentation, 42
détaillant, 43, 135
diversification, 44
double marque, 72
éco-marketing, 47, 77, 81
écomarketing, 47, 77, 81
emballage, 10
environnement de marketing, 82
étiquette, 48
étude de marché, 27, 148
étude de marketing, 26
étude de motivation, 28
euromarketing, 49, 79
extension de marque, 50
fidélité, 51
force de vente, 52

Index franceză (Canada)

- franchise, 53
- gamme de produits, 54, 65
- géomarketing, 55
- grossiste, 14
- groupe-témoin, 97
- groupe-témoin de consommateurs, 97
- habitude d'achat, 41
- identité, 56
- image, 57
- implantation, 58, 66
- influenceur, 59
- insertion, 60
- lancement de nouveaux produits, 62
- leader de marché, 64
- leader d'opinion, 63
- liquidation, 143
- logistique de marketing, 44, 67
- logo, 68, 69
- macromarketing, 70
- marchand de gros, 14
- marché, 102
- marché cible, 103, 104
- marchéage, 87, 96
- marketing, 74
- marketing de relance, 133
- marketing de synchronisation, 140
- marketing direct, 76
- marketing en ligne, 29, 46, 61, 78
- marketing environnemental, 47, 77, 81
- marketing mix, 87, 96
- marketing sur Internet, 29, 46, 61, 78
- marque, 19, 71
- marque de commerce, 19, 71
- mercatique, 74
- mercatique directe, 76
- mercatique écologique, 47
- méta-marketing, 83
- métamarketing, 83
- métammercatique, 83
- micromarketing, 84
- mission, 86
- mix promotionnel, 88, 89
- myopie de marketing, 85
- Netmarketing, 29, 46, 61, 78
- niche, 90
- niche commerciale, 90
- non-consommateur, 91
- non-utilisateur, 92
- obsolescence, 93
- offre spéciale, 94, 121
- panneau d'affichage, 98, 99
- panneau-réclame, 98, 99
- part de marché, 34
- pénétration du marché, 101
- percée sur le marché, 101
- plan de commercialization, 105
- plan de marketing, 105
- politique de distribution, 107
- politique de marketing, 109
- politique de marque, 108
- politique de prix, 110
- politique de produit, 111

Index franceză (Canada)

- positionnement de la marquee, 113, 114
- positionnement du produit, 113, 114
- prescripteur, 116
- prescription, 117
- pré-test, 118
- présence sur le marché, 101
- prix de penetration, 119
- prix de vente, 120
- promotion, 122
- prospection, 125
- prospectus, 123
- publicité, 5, 126
- publicité de dissuasion, 40
- publicité dissuasive, 40
- publicité extérieure, 95, 100, 127, 129
- publicité sur le lieu de vente, 106, 128
- PLV, 106, 128
- quota de vente, 35
- recherche commerciale, 26
- recherche de clients, 125
- recherche en marketing, 26
- recherche mercatique, 26
- recherche sur les motivations, 28
- réclame, 131
- relations publiques, 115, 132, 136
- remarketing, 133
- repositionnement, 134
- réseau de distribution, 23
- RP, 115, 132, 136
- segment du marché, 137
- segmentation, 138
- SIM, 141
- S.I.M., 141
- slogan, 142
- solde, 143
- sondage, 144
- spécialiste du marketing, 73
- spot publicitaire, 145
- stratégie commerciale, 146
- stratégie de commercialization, 146
- stratégie de marché, 147
- stratégie de marketing, 146
- stratégie de marque, 20
- stratégie de mercatique, 146
- système d'information marketing, 141
- tableau d'affichage, 98, 99
- télémarketing, 80, 149
- télémercatique, 80, 149
- vente au rabais, 143
- vente directe, 80, 149
- vente par correpondance, 152, 154
- vente personnelle, 151
- vision, 153
- webmarketing, 29, 46, 61, 78

Index galiciană

adaptación, 4
agasallo promocional, 21
agromárketing, 9
análise de acios, 11, 12, 13
análise de grupos, 11, 12, 13
antimárketing, 15
anuncio, 131
área comercial, 1
área de mercado, 1
atributos, 16
axencia de publicidade, 8
campaña publicitaria, 22
canibalización, 24
canle de distribución, 23
cartel publicitario, 6, 112
catálogo, 123
centro de distribución, 25
cibermárketing, 29, 46, 61, 78
ciclo de vida do produto, 30, 38
cliente potencial, 124
comerciante polo miúdo, 43, 135
comportamento do consumidor, 31
compra impulsiva, 2, 36, 37
compra por impulso, 2, 36, 37
consumidor, 32
consumidorismo, 33
contorno de márketing, 82
contramárketing, 15
cota de mercado, 34
cota de vendas, 35

creación de marca, 20
decisión de compra, 39
defensa do consumidor, 33
demárketing, 40
desegmentación, 42
distribuidor por xunto, 14
diversificación, 45
dobre marca, 72
embalaxe, 10
enquisa, 144
estratexia de márketing, 146
estratexia de mercado, 147
estratexia de mercadotecnia, 146
estudo de mercado, 27, 148
estudo de motivación, 28
etiqueta, 48
euomárketing, 49, 79
extensión de marca, 50
fidelidade, 51
forza de venda, 52
franquía, 53
gama de produtos, 54
hábito de compra, 41
identidade, 56
imaxe, 57
influenciador, 59
inserción de anuncio, 60
inserción publicitaria, 60
introdución de produto, 62
investigación de márketing, 26

- lanzamento de produto, 62
- lealdade, 51
- lema publicitario, 142
- líder de mercado, 64
- líder de opinión, 63
- liña de produtos, 65
- liquidación, 143
- logo, 68, 69
- logotipo, 68, 69
- loxística de márketing, 44, 67
- loxística de mercadotecnia, 44, 67
- macromárketing, 70
- marca, 19, 71
- márketing, 74
- márketing agrícola, 9
- márketing directo, 76
- márketing ecolóxico, 47, 77, 81
- márketing electrónico, 29, 46, 61, 78
- márketing en liña, 29, 46, 61, 78
- márketing xeográfico, 55
- mensaxe publicitaria, 145
- mercado, 102
- mercado obxectivo, 103, 104
- mercadotecnia, 74
- mercadotecnia directa, 76
- mercadotecnia ecolóxica, 47, 77, 81
- mercadotenia electrónica, 29, 46, 61, 78
- mercadotecnia en liña, 29, 46, 61, 78
- mercadotecnia xeográfica, 55
- message publicitaire, 145
- mestura de márketing, 87, 96
- mestura de mercadotecnia, 87, 96
- mestura de promoción, 88, 89
- mestura promocional, 88, 89
- metamárketing, 83
- metamercadotecnia, 83
- micromárketing, 84
- micromercadotecnia, 84
- miopía comercial, 85
- miopía de márketing, 85
- misión, 86
- non consumidor, 91
- non usuario, 92
- obsolescencia, 93
- oco, 90
- oco de mercado, 90
- oferta especial, 94, 121
- pancarta, 18
- panel de consumidores, 97
- penetración de mercado, 58, 66, 101
- plan de márketing, 105
- plan de mercadotecnia, 105
- política de distribución, 107
- política de marca, 108
- política de márketing, 109
- política de mercadotecnia, 109
- política de prezos, 110
- política de produto, 111
- posicionamento do produto, 113, 114
- póster publicitario, 6, 112
- prescripción, 117
- prescritor, 116

- pretest, 118
- prezo de penetración, 119
- prezo de venda, 120
- promoción, 122
- prospección, 125
- publicidade, 5, 126
- publicidade de disuasión, 40
- publicidade disuasoria, 40
- publicidade exterior, 7, 95, 100, 127, 129
- publicidade no punto de venda, 106, 128
- reclamo publicitario, 3
- redeseño de marca, 130
- regalo promocional, 21
- relacións públicas, 115, 132, 136
- relanzamento, 133
- remárketing, 133
- reposicionamento, 134
- retallista, 43, 135
- segmentación de mercado, 138
- segmento de mercado, 137
- sincromárketing, 140
- sistema de información de márketing, 139, 141
- sistema de información mercadolóxica, 139, 141
- slogan publicitario, 142
- sondaxe, 144
- telemárketing, 80, 149
- valo publicitario, 98, 99
- vantaxe competitiva, 17
- venda directa, 150
- venda en liquidación, 143
- venda persoal, 151
- venda por correspondencia, 152, 154
- vendedor, 73
- visión, 153
- xeomárketing, 55
- xeomercadotecnia, 55

Index italiană

abitudine d'acquisto, 41
acquisto d'impulso, 2, 36, 37
adattamento, 4
affissione di manifesti, 7
agenzia di pubblicità, 8
aggancio pubblicitario, 3
agromarketing, 9
ambiente di marketing, 82
analisi di gruppo, 11, 12, 13
antimarketing, 15
banner, 18
branding, 20
campagna pubblicitaria, 22
campione gratuito, 21
canale di distribuzione, 23
cannibalizzazione, 24
caratteristica, 16
centro di distribuzione, 25
ciclo di vita del prodotto, 30, 38
co-branding, 72
communication mix, 88, 89
comportamento del consumatore, 31
consumatore, 32
copertura del mercato, 1
CVP, 30, 38
cybermarketing, 29, 46, 61, 78
decisione di acquisto, 39
demarketing, 40
desegmentazione, 42
dettagliante, 43, 135

diversificazione, 45
ecomarketing, 47, 77, 81
estensione del marchio, 50
etichetta, 48
euromarketing, 49, 79
fedeltà, 51
forza di vendita, 52
franchising, 53
gamma di prodotti, 54
geomarketing, 55
grossista, 14
identità, 56
imballaggio, 10
immagine, 57
impianto, 58, 66
indagini motivazionali, 28
influenzatori, 59
inserzione, 60
lancio di nuovi prodotti, 62
le 4 P, 87, 96
leader di mercato, 64
leader di opinione, 63
linea di prodotti, 65
logistica di marketing, 44, 67
logo, 68, 69
macromarketing, 70
manifesto, 6, 112
marchio di fabbrica, 19, 71
marketer, 73
marketing, 74

- marketing diretto, 75
marketing mix, 87, 96
mercato, 102
mercato target, 103, 104
metamarketing, 83
micromarketing, 84
miopia di marketing, 85
missione, 86
nicchia di mercato, 90
non consumatore, 91
non-utilizzatore, 92
obsolescenza, 93
offerta speciale, 94, 121
opinion leader, 63
panel di consumatori, 97
pannello di affissione, 98, 99
penetrazione del mercato, 101
piano di marketing, 105
politica di distribuzione, 107
politica di marchio, 108
politica di marketing, 109
politica di prezzo, 110
politica di prodotto, 111
posizionamento del marchio, 113, 114
posizionamento del prodotto, 113, 114
poster, 6, 112
prescrittore, 116
prescrizione, 117
pre-test, 118
prezzo di penetrazione, 119
prezzo di vendita, 120
promozione, 122
prospetto, 123
potenziale cliente, 124
PR, 115, 132, 136
prospezione, 125
pubbliche relazioni, 115, 132, 136
pubblicità, 5, 126, 131
pubblicità esterna, 127
pubblicità outdoor, 95, 100, 129
pubblicità sul punto vendita, 106, 128
PPV, 106, 128
quota di mercato, 34
quota di vendita, 35
rebranding, 130
remarketing, 133
ricerche di marketing, 26
ricerche di mercato (s.f. plurale), 27, 148
riposizionamento, 134
segmentazione, 138
segmento di mercato, 137
SIM, 139, 141
sincromarketing, 140
sistema informativo di marketing, 139, 141
slogan, 142
sondaggio, 144
spot pubblicitario, 145
strategia di marketing, 146
strategia di mercato, 147
studio di mercato, 27, 148
telemarketing, 80, 149

tutela del consumatore, 33
vantaggio competitivo, 17
vendita diretta, 150
vendita di liquidazione, 143

vendita personale, 151
vendita per corrispondenza, 152, 154
visione, 153
VPC, 152, 154

Index portugheză (Brazilia)

- adaptação, 4
- afixação, 7
- agência de publicidade, 8
- agromarketing, 9
- ambiente de marketing, 82
- análise tipológica, 11, 12, 13
- antimarketing, 15
- atacadista, 14
- atributos, 16
- banner, 18
- branding, 20
- brinde, 21
- campanha publicitária, 22
- canal de distribuição, 23
- canibalização, 24
- cartaz, 6, 98, 99, 112
- catálogo, 123
- centro de distribuição, 25
- cibermarketing, 29, 46, 61, 78
- ciclo de vida do produto, 30, 38
- cobertura de mercado, 1
- comercial, 145
- comportamento do consumidor, 31
- compra por impulso, 2, 36, 37
- consumidor, 32
- consumismo, 33
- cota de mercado, 34
- cota de venda, 35
- decisão de compra, 39
- demarketing, 40
- dessegmentação, 42
- diversificação, 45
- dupla marca, 72
- ecomarketing, 47, 77, 81
- embalagem, 10
- estratégia de marketing, 146
- estratégia de mercado, 147
- estudo de mercado, 27, 148
- etiqueta, 48
- euromarketing, 49, 79
- extensão de marca, 50
- fidelidade, 51
- força de vendas, 52
- franquia, 53
- gama de produtos, 54
- geomarketing, 55
- hábito de compra, 41
- identidade, 56
- imagem, 57
- implantação, 58, 66
- influenciadores, 59
- inserção, 60
- lançamento de novos produtos, 62
- líder de mercado, 64
- líder de opinião, 63
- linha de produtos, 65
- liquidação, 143
- logística de marketing, 44, 67
- logo, 68, 69
- logotipo, 68, 69

Index portugheză (Brazilia)

- macromarketing, 70
- marca, 19, 71
- marketing, 74
- marketing ambiental, 82
- marketing direto, 76
- marketing ecológico, 47, 77, 81
- marketing mix, 87, 96
- marqueteiro, 73
- mercado, 102
- mercado-alvo, 103, 104
- metamarketing, 83
- micromarketing, 84
- miopia de marketing, 85
- miopia em marketing, 85
- missão, 86
- mix de comunicação, 88, 89
- mix de marketing, 87, 96
- não consumidor, 91
- não usuário, 92
- nicho de mercado, 90
- obsolescência, 93
- oferta especial, 94, 121
- outdoor, 95, 100, 129
- painel de consumidores, 97
- participação no mercado, 34
- PDV, 106, 128
- penetração de mercado, 101
- pesquisa de marketing, 26
- pesquisa de mercado, 27, 148
- pesquisa de motivação, 28
- pesquisa mercadológica, 27, 148
- pesquisa motivacional, 28
- plano de marketing, 105
- política de distribuição, 107
- política de marca, 108
- política de marketing, 109
- política de preços, 110
- política de produto, 111
- posicionamento da marca, 113, 114
- posicionamento do produto, 113, 114
- pôster, 6, 112
- preço de penetração, 119
- preço de venda, 120
- prescrição, 117
- prescritor, 116
- pré-teste, 118
- promoção, 121, 122
- prospecção, 125
- prospecto, 123
- publicidade, 5, 126, 131
- publicidade em pontos-de-venda, 106, 128
- publicidade externa, 127
- rebranding, 130
- reclame, 131
- relações públicas, 115, 132, 136
- remarketing, 133
- reposicionamento, 134
- segmentação, 138
- segmento de mercado, 137
- SIM, 139, 141
- sincromarketing, 140

Index portugheză (Brazilia)

sistema de informa o de marketing,
139, 141
slogan, 142
sondagem, 144
telemarketing, 80, 149
título de anúncio, 3
vantagem competitiva, 17

varejista, 43, 135
venda de saldos, 143
venda direta, 150
venda pessoal, 151
venda por correspondência, 152, 154
visão, 153

Index engleză

adaptation, 4
advertisement, 131
advertising, 5, 126
advertising agency, 8
advertising campaign, 22
advertising spot, 145
agromarketing, 9
antimarketing, 15
attributes, 16
banner, 18
billboard, 98, 99
billposting, 7
brand, 19, 71
brand extension, 50
brand policy, 108
brand positioning, 113, 114
branding, 20
buying decision, 39
buying habit, 41
cannibalization, 24
canvassing, 125
circular, 123
clearance sale, 143
cluster analysis, 11, 12, 13
co-branding, 72
communication mix, 88, 89
competitive advantage, 17
consumer, 32
consumer behaviour, 31
consumer panel, 97
consumerism, 33
cybermarketing, 29, 46, 61, 78
demarketing, 40
desegmentation, 42
direct marketing, 76
direct selling, 150
distribution centre, 25
distribution channel, 23
distribution policy, 107
diversification, 45
ecomarketing, 47, 77, 81
Euromarketing, 49, 79
flyer, 123
franchising, 53
freebee, 21
freebie, 21
geomarketing, 55
headline, 3
identity, 56
image, 57
impulse buying, 2, 36, 37
influencer, 59
insert, 60
label, 48
location, 58, 66
logo, 68, 69
loyalty, 51
macromarketing, 70
mail-order selling, 152, 154
market, 102

- market coverage, 1
- market niche, 90
- market penetration, 101
- market research, 27, 148
- market segment, 137
- market share, 34
- market strategy, 147
- market study, 27, 148
- marketer, 73
- marketing, 74
- marketing environment, 82
- marketing information system, 139, 141
- marketing logistics, 44, 67
- marketing mix, 87, 96
- marketing myopia, 85
- marketing plan, 105
- marketing policy, 109
- marketing research, 26
- marketing strategy, 146
- MIS, 139, 141
- motivational research, 28
- new products launching, 62
- market leader, 64
- meta-marketing, 83
- metamarketing, 83
- micromarketing, 84
- mission, 86
- non-consumer, 91
- non-user, 92
- obsolescence, 93
- opinion leader, 63
- outdoor, 95, 100, 127, 129
- outdoor advertising, 95, 100, 127, 129
- package, 10
- penetration pricing, 119
- personal selling, 151
- PLC, 30, 38
- point-of-sale advertising, 106, 128
- POS advertising, 106, 128
- poster, 6, 112
- PR, 115, 132, 136
- prescriber, 116
- prescription, 117
- pre-testing, 118
- price policy, 110
- product life cycle, 30, 38
- product line, 65
- product policy, 111
- product positioning, 113, 114
- product range, 54
- promotion, 122
- promotional mix, 88, 89
- prospect, 124
- prospecting, 125
- publicity, 5, 126
- public relations, 115, 132, 136
- rebranding, 130
- remarketing, 133
- repositioning, 134
- retailer, 43, 135
- sales force, 52
- sales quota, 35

segmentation, 138

selling price, 120

synchro marketing, 140

syncromarketing, 140

slogan, 142

special offer, 94, 121

survey, 144

target market, 103, 104

telemarketing, 80, 149

trademark, 19, 71

vision, 153

wholesaler, 14

SURSE

Limba română:

- *Dicționarul comunicării integrate de marketing*, Daniel Șerbănică, București, Editura Rosetti Educational, 2006.
- *Marketing. Dicționar explicativ*, Constantin Florescu, Petre Mâlcomete, Nicolae Al. Pop, București, Editura Economică, 2003.
- *Marketing. Crestomație de termeni și concepte*, coord. Ana-Lucia Ristea, București, Editura Expert, 2004.
- *Dicționar de marketing și de afaceri*, Constanin Niță, Marius Popescu, București, Editura Economică, 1999.
- *Dicționar de marketing – lexi-guide*, Florin D. Frone, București, Editura Oscar Print, 1999.
- *Dicționar de marketing*, Florin D. Frone, <http://www.managusamv.ro/cursuri%20zi/cursuri/frone/marketing/dictionarhttp://www.managusamv.ro/biblioteca-virtuala> (2008)
- *Lexicon de marketing intern și internațional*, coord. Petre Mâlcomete, Iași, Editura Junimea, 1994.
- Zollondz, Hans-Dieter 2007 – *Fundamentele marketingului. De la ideea de comercializare la conceptul de marketing*, București, Editura BIC ALL.

Limba catalană:

- INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS. *Diccionari de la llengua catalana* [en línia]. 2a ed. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2010. <<http://dlc.iec.cat/>>
- TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Diccionari d'economia i empresa*. Barcelona: Gestió i Edició de Mitjans, 2000.
- TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Diccionari de comunicació empresarial: Publicitat, relacions públiques i màrqueting*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1999. (Diccionaris de l'Enciclopèdia. Diccionaris Terminològics) ISBN 84-412-0228-1
- TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA. *Neoloteca* [en línia]. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, cop. 1999-2009. <<http://www.termcat.cat/neoloteca>>

Limba spaniolă (Spania):

- Alcaraz Varó, Enrique, Brian Hughes y Miguel Angel Campos *Diccionario de términos de marketing, publicidad y medios de comunicación: inglés-español*. Barcelona: Ariel, 1999.
- Alonso Rivas, Javier Ildefonso Grande Esteban *Comportamiento del consumidor : decisiones y estrategia de marketing 5ª ed.* Madrid : ESIC, 2004.
- BIBLIOTECA DE MANUALES PRACTICOS DE MARKETING *Gestión estratégica del marketing* Madrid: Díaz de Santos, 1989.
- Díaz Morales, Antonop *Gestión por categorías y trade marketing*. Madrid [etc.]: Prentice Hall : Pearson Educación, 2000.

- Díez de Castro, Carlos y Martín Armario, Enrique *Planificación publicitaria* Editorial: Madrid: Pirámide, D.L. 1993.
- Diccionario LID comunicación y marketing: comunicación integral, marketing, publicidad, empresa, imagen corporativa, internet, marcas, investigación, medios, ventas, distribución. Madrid: Lid Editorial Empresarial, 2004.
- Muñiz González, Rafael *Marketing en el Siglo XXI. 3ª Edición*
<http://www.marketing-xxi.com/>
- Sánchez Guzmán, José Ramón Promoción en marketing : breve diccionario enciclopédico Madrid [etc.]: McGraw-Hill, Interamericana de España, 1995.

Limba spaniolă (Mexic):

- BTMEX, banco de terminología de México, El Colegio de México, México

Limba franceză (Franța):

- www.presse-francophone.org/apfa
- www.wordreference.com
- <http://www.marketing-strategique.com/Glossaire.htm>
- <http://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire-Marketing>
- <http://www.definitions-marketing.com/>
- Le Trésor de la Langue Française informatisé, <http://www.definitions-marketing.com>
- Le Dictionnaire Larousse, <http://www.larousse.com>
- Dictionnaire d'apprentissage du français des affaires, <http://www.projetdafa.net/>

Limba franceză (Canada):

- *Dictionnaire de la comptabilité et de la gestion financière*, Louis Ménard, CA, Montréal, Institut Canadien des Comptables Agréés, 1994.
- *Dictionnaire de la comptabilité et de la gestion financière*, 2^e éd., Louis Ménard, FCA, et collaborateurs, Montréal, Institut Canadien des Comptables Agréés, 2004.
- Le grand dictionnaire terminologique (OLF et OQLF), <http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/gdt.html>.
- Le Petit Robert en ligne, 2010, <http://lerobert.demarque.com/fr/ca/dictionnaire-en-ligne>.
- Lexique des élections (BT-256), 2004, <http://www.btb.gc.ca/btb.php?lang=fra&cont=360>.
- *Multidictionnaire de la langue française*, 5^e éd., Marie-Éva de Villiers, Montréal, Québec Amérique, 2009.
- *TERMIUM Plus*[®], <http://www.btb.termiumplus.gc.ca/site/termium.php?lang=fra&cont=001>.

Limba galiciană:

- TERMIGAL: *Base de datos de márketing* . Santiago de Compostela, 2008.
- E.L. Giménez Fernández; F. X. Lores Ínsua (coord.): *Vocabulario de economía*. Vigo: Universidade de Vigo, 2005.
- L. Dans; Y. Maneiro; I. Veiga: *Diccionario galego de recursos humanos*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia e Fundación Galicia-Empresa, 2010.

Limba italiană:

- DIZIONARIO DELLA LINGUA ITALIANA
http://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/V/visione.shtml
- DIZIONARIO DI MARKETING
<http://www.marketing.it/dizionario.asp>
- DIZIONARIO DI MARKETING E PUBBLICITA
http://www.daimon.org/SPONSORS/dizionario_marketing.htm
- IL DIZIONARIO DELLA LINGUA ITALIANA DE MAURO, PARAVIA
- <http://www.marketinginformatico.it/glossario-marketing/glossario-del-marketing.php>
- <http://www.frontpoint.it/it/materiali/Glossario%20marketing.pdf>
- http://www.clubpmi.it/comunicazione/contenuti_marketing/marketing_glossario.asp
- http://www.impresaoggi.com/it/d_def.asp?cacod=178
- <http://www.marketinginformatico.com/glossariodelmarketing.php>
- http://www.taniabianchi.it/marketing/marketing_diretto_glossario.html

Limba portugheză (Brazilia):

- Base de Termos da Economia (Projeto TermNeo, Observatório de Neologismos do Português Brasileiro Contemporâneo)