

Vítejte do dalšího vydání našeho výukového newsletteru,

tématem třetího čísla je *Marketing English*, neboli marketingová angličtina. Nejčastější dovednosti, které v rámci Marketing English využijete jsou: popis různých produktů a jejich vlastností, vyjednávání se zákazníkem, popis marketingových strategií a budoucích plánů, vedení prezentací a meetingů.

JAK NA MARKETING ENGLISH

Video materiály

Existuje několik velmi zdařilých a užitečných **video materiálů** vztahujících se k tématu Marketing English. Jeden takový přímo z reálného života naleznete [zde](#). Vhodný pro úroveň intermediate a výš. Vzhledem k tomu, že stránka obsahuje více zajímavých video ukázek, a to nejen z hlediska výuky anglického jazyka, doporučujeme Vám projít si i jednotlivé podkapitoly nazvané [Your challenge](#), [Our approach](#) a [Get started](#). Video se věnují marketingovým a zejména prodejním strategiím. Rozšířit si svou marketingovou slovní zásobu můžete s tímto [videomateriálem](#). Doporučená úroveň pre-intermediate a výš. Skutečnou záplavu krátkých video spotů na různá marketingová témata, ať už týkajících se marketingového plánu, tipů a triků, či dalších, naleznete na serveru Youtube na [této](#) adrese. Doporučená úroveň minimálně intermediate.

Virální marketing je horkou novinkou současnosti. Ilustrativní úvod do principů virálního marketingu najdete [zde](#). A konečně, dynamické video na téma internetového marketingu naleznete na [této](#) internetové adrese. Abyste si sledování skutečně užili, doporučujeme opět minimální úroveň intermediate.

Audio materiály

Audio materiály na téma Marketing English Vám rovněž mohou pomoci zlepšit své znalosti a rozšířit svou slovní zásobu v této oblasti. Na [této adrese](#) naleznete nejen univerzitního učitele který představuje předmět marketing a jeho principy svým studentům, ale i mnoho dalších zajímavých poslechů doplněných o textový přepis jednotlivých dialogů. Poslech na téma tajného marketingu (tzv. stealth marketing) včetně textového přepisu si můžete poslechnout a/nebo stáhnout [zde](#). Další internetová adresa plná užitečných poslechů na téma jako jsou marketingové strategie, ekologické produkty, brainstorming a nesouhlas v marketingu je [zde](#). Doporučené úrovně jsou upper-intermediate a advanced.

Textové materiály

Pokud Vám při výuce nejvíce vyhovují **textové materiály**, ať už proto, že se dají vytisknout a v klidu vypracovat kdekoliv, nebo proto, že jsou možná o něco přehlednější než ty ostatní, zkuste nejprve [tyto](#) pracovní listy s marketingovým minimem. Doporučená úroveň pre-intermediate a výš. Všechno ohledně meetingů, včetně klíčové slovní zásoby, přípravy, zahájení i zakončení a dvou kvízů najdete na [této](#) adrese. Vzhledem k tomu, že součástí marketingových jednání je i umění vyjednat, doporučujeme [tuto](#) stránku, která vás provede celým procesem vyjednávání včetně cílové slovní zásoby a závěrečného testu. Doporučená úroveň intermediate a výš. Pokud máte pocit, že Vaše slovní zásoba z oblasti marketingu je dostačující a rádi byste si ji jen otestovali (a možná se přeci jen i naučili nějaká nová slovíčka), zkuste [tuto](#) stránku plnou různorodých interaktivních kvízů na toto téma. Úrovně se liší od pre-intermediate až po upper-intermediate. Sestavení marketingového plánu bývá náročné i v češtině, natožpak v cizím jazyce. Velmi podrobného průvodce takovým plánem najdete na webové stránce [marketing plan](#). Doporučená úroveň minimálně intermediate.

Virální marketing je v současné době slovo omílané ze všech stran. Zda skutečně tušíte, co vše se za ním skrývá si můžete ověřit v [tomto](#) článku, zakončeném jednoduchým testem na porozumění.

JAK VYBRAT SLOVNÍK

V našem pravidelném jazykovém okénku se tentokrát budeme věnovat otázce slovníků. V současné době je na trhu přešel různých slovníků od kapesních, přes ilustrované, až po několikadílné. Existují rovněž slovníky dvojjazyčné (např. Česko-Anglický) a výkladové (Anglicko – Anglický). Samostatnou kapitolou jsou slovníky přístupné online. Ale který je pro studium vhodnější? A jaké jsou mezi nimi vlastně rozdíly?

Dvojjazyčný nebo výkladový?

Většina studentů angličtiny stále sahá především po dvojjazyčném slovníku, protože si chtějí být jisti, že neznámému slovíčku skutečně dokonale porozuměli. Podobným způsobem přímého překladu si většinou vytvářejí i svoje vlastní studijní slovníčky. Pokud jste student začátečník nebo se o dotyčný jazyk nijak hlouběji nezajímáte a prostě jen chcete mít doma slovník pro všechny případy, pak je dvojjazyčný slovník zřejmě dobrá volba. Pokud se však chcete studiem cizího jazyka zabývat hlouběji, nebo se už zabýváte a Vaše úroveň je vyšší než úplný začátečník, pak jednoznačně doporučujeme slovník jednojazyčný, neboli výkladový. Výhodou tohoto slovníku je, že Vás nutí uvažovat nad novým slovíčkem přímo v kontextu cílového jazyka a umožňuje Vám tak lépe si ho zapamatovat. Výkladové slovníky navíc bývají v mnohem širší míře nejen obecné, ale i tématicky zaměřené na konkrétní problematiku jako například business, medicína, či právo. Většina velkých vydavatelství má rovněž svou sérii výkladových slovníků určených přímo studentům cizích jazyků.

Kapesní nebo několikadílný?

Slovníky jsou dnes vydávány v nejrůznějších formátech, od těch nejmenších až po ty, které Vám zaberou celou polici v knihovně. Z praktického hlediska je dobré přizpůsobit velikost slovníku jeho účelu. Pokud slovník používáte často a potřebujete mít ho vždy při ruce, je lepší sáhnout po menší variantě. Pokud potřebujete vyhledávat odborné či specifické a nepříliš běžné výrazy, pak bude vhodnější rozsáhlejší verze.

Tištěný nebo online?

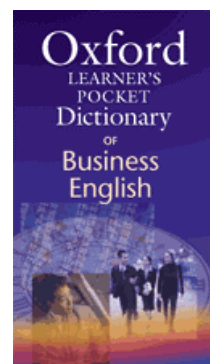
Nepochybnou výhodou online slovníků je, v případě že máte stabilní internetové připojení, rychlost a pohodlnost vyhledávání. Nevýhodou může být nepřehlednost výstupů, kdy se často stává, že pro dané slovo existuje několik desítek různých překladů v cílovém jazyce s tím, že online slovník jen velmi zřídka uvádí příklad jejich použití nebo jakýkoliv kontext.

Review: Oxford Learner's Pocket Dictionary of Business English

English level: Intermediate to Advanced (B1-C2)

Key features

- Business terms that pre-work business students and experienced business people need.
- Wide range of business areas, such as Accounting, Finance, Commerce, Marketing, and Human Resources, and language for doing business.
- British and American English.
- Full language information to help with the correct use of the terms, including pronunciation, grammar patterns, and real examples from a new corpus of Business English.
- Special sections help with common phrases to show words that are always used together (e.g. competitive/high/low prices).
- 1,000 most important terms are marked with a star.



SOUTĚŽ:

Otázka: Jaký je hlavní rozdíl mezi dvojjazyčným a výkladovým slovníkem?

Odpověď na tuto otázku v českém nebo anglickém jazyce zašlete na adresu soutez@ceet.cz a můžete vyhrát slovník **Oxford Learner's Pocket Dictionary of Business English** od nakladatelství **Oxford University Press**. Z Vašich odpovědí vylosujeme jednoho výherce.

