ÚVODEM

Český trh nabízí po mnohaleté skromné produkci do roku 1989 nové učebnice, příručky a další publikace věnované španělštině. Postupně se vyrovnává dluh, který má naše společnost, tedy i nakladatelství, vůči jednomu ze světových, velmi perspektivních jazyků, ale i celému hispanofonnímu světu.

Různá nakladatelství již vydala mnoho titulů s cílem dosáhnout uspokojivého stavu, srovnatelného svou kvantitou i kvalitou s dalšími světovými jazyky. V současnosti mají pracovníci z praxe, studenti a zájemci o obchodní jazyk a obchodní korespondenci již k dispozici vícero příruček a učebnic španělštiny. Pro studium i praktické využití mají možnost podle účelu zvolit základní publikaci, kterou mohou vhodně dle potřeby a sledovaného cíle doplňovat dalšími zdroji (nebo kombinovat více zdrojů najednou a zároveň doplňovat témata aktuálními informacemi z denního tisku a internetu).

Je tedy evidentní, že tato publikace není ani první, ani průkopnickou knihou v oblasti odborné. O to těžší byl můj úkol: co nového, dosud nepublikovaného, předložit těm, kteří jsou ve své komunikaci uživateli jazyka na různé úrovni a především písemně komunikují se zahraničním obchodním partnerem?

Je možné přinést něco zajímavého do dané problematiky, jestliže na jedné straně je již jistý počet vydaných publikací v této oblasti, a na straně druhé je nutné vzít v úvahu fakt, že si dnes mnozí kladou otázku, zda příručky, učebnice a samotná výuka obchodní korespondence mají i nadále své opodstatnění? Bylo by krátkozraké nepřiznat, že v poslední době je obchodní dopis často nahrazován mobilním telefonem, osobní návštěvou nebo elektronickou poštou. Můžeme tedy očekávat, že vzhledem k současnému vývoji zasílání dopisů poštou bude obchodní dopis ustupovat internetové komunikaci.

Myslím si ale, že kultura písemného projevu by si měla zachovat svůj význam i v době technických vymožeností v komunikaci. Domnívám se, že „klasický“ obchodní dopis neztratí ještě nějaký čas na své důležitosti třeba i proto, že může být (a v současné době je) významným podkladem pro řešení případného právního sporu.

Při sestavování této příručky jsem se věnovala studiu současné španělské korespondence, typům dopisů a jejich koncipování, výběru frekventovaných odborných termínů i některých specifických výrazů a důležitých ustálených slovních spojení (frazeologii) užívaných ve španělské obchodní korespondenci.

Někdy bylo obtížné rozhodnout, které ze zmíněných ustálených a zdvořilostních spojení a obratů jsou nejvhodnější a na které je třeba se zaměřit. Mojí snahou bylo, abych co nejvěrněji vystihla chod tzv. obchodního případu.

Do této dvojjazyčné publikace jsem zařadila rovněž kapitoly, které se často v podobných publikacích neobjevují: dopisy z cestovního ruchu, marketingu, soukromé korespondence, psaní vzkazů po telefonickém jednání apod.

Mým záměrem a přáním je, abych uživatelům publikace pomohla při psaní španělských dopisů. K co největšímu zjednodušení práce slouží dopisy, které zájemci naleznou na přiloženém CD. Stačí doplnit jména, data nebo další potřebné údaje – a dopis je připraven k vytištění.

Autorka

Obsah

ÚVODEM iii
Países hispanohablantes 2
Países donde el español es la lengua oficial 2
Španělsky mluvící země 3
Země, kde je španělština úředním jazykem 3
Úprava dopisu ve španělštině. 22
Srovnání španělských obchodních dopisů s českými z hlediska stylistického, gramatického a lexikálního. Typy dopisů. 33
Demanda 44
Poptávka 45
Oferta 54
Nabídka 55
Pedido 64
Objednávka 65
II. Respuesta a una orden de mercancías 70
II. Odpovědi na objednávku 71
III. Aviso o anuncio de envío 74
III. Avízo o odeslání (návěští) 75
IV. La factura 78
IV. Faktura 79
V. Acuse de recibo 80
V. Potvrzení příjmu 81
Reclamación 86
Reklamace 87
Informes y circulares comerciales 98
Obchodní dokumenty a oběžníky 99
Correspondencia privada 110

Soukromá korespondence 111
Empleo 122
I. Ofertas de empleo 122
Zaměstnání 123
I. Nabídka práce 123
La comunicación comercial 142
Obchodní komunikace 143
La carta comercial en turismo 160
Obchodní dopis v cestovním ruchu 161
Ferias, exposiciones y congresos 182
Veletrhy, výstavy a kongresy 183
Marketing 192
Marketing 193