

TAKEAWAY BUSINESS ENGLISH

kurz anglického jazyka

*Kurzy angličtiny vysíláme v rámci pořadu Dobré ráno s BBC - před sedmou a osmou hodinou.
Souhrn všech lekcí z uplynulého týdne zařazujeme v sobotu v 13.30 a v neděli v 8.30 hodin.*

ČESKÁ REDAKCE BBC
OPLETALOVA 5/7, 110 00 PRAHA 1

TELEFON +420 224 190 811 - FAX +420 224 190 827
EMAIL REDAKCE@BBC.CO.UK - INTERNET WWW.BBC.CZ

BBC v ČR na FM

PRAHA 101,1 - BRNO 101,3 - ČESKÉ BUDĚJOVICE 89,8 - HRADEC KRÁLOVÉ/PARDUBICE 99,1 - OSTRAVA 106,3
PLZEŇ 98,6 - ÚSTÍ N/LABEM 105,8 - KARLOVY VARY 94,7 - JIHLAVA 96,7 - ZLÍN 93,9 - LIBEREC 99,2 - OLOMOUC 105,6

- Programme 1: Company Changes**
- Programme 2: Going out of Business**
- Programme 3: Company Investment**
- Programme 4: Financial Trading**
- Programme 5: Ups and Downs**
- Programme 6: Job Losses**
- Programme 7: Selling and Marketing**
- Programme 8: Marketing Strategies**
- Programme 9: Market Research**
- Programme 10: Consumer Market**
- Programme 11: Product Launch**
- Programme 12: Advertising**
- Programme 13: Branding**
- Programme 14: Product Development**
- Programme 15: Subsidising**
- Programme 16: Import Tariffs**
- Programme 17: Protectionism**
- Programme 18: Removing Protectionism**
- Programme 19: Breaking the Law**
- Programme 20: Naughty Money**
- Programme 21: Strategy Part 1**
- Programme 22: Strategy Part 2**
- Programme 23: Innovation**
- Programme 24: Creativity**
- Programme 25: Motivation**
- Programme 26: Performance**

Programme 1: Company Changes

a merger, merging fúze
a take-over, taking over převzetí

(Andrew Walker)

A spokesman for Philip Morris said the new company will have the capability to become the world's leading brewer. The merger is due to be completed in July.

(Janet Brooks)

What it means is two companies combining their business and those might be companies in complimentary areas or companies which were essentially providing the same service previously. Taking over tends to be more aggressive and would normally involve one company buying the shares or the business of the other company. Merging tends to be the meeting of two equal firms whereas taking over assumes that one company is in more control post the merger or takeover.

A merger je spojení dvou podobných společností, které v podstatě poskytují stejné služby. Sešly se dva rovnoprávné celky.

Take-over je agresivnější - jedna společnost skoupí akcie, a nebo obchodní aktivity druhé, jedna firma převezme kontrolu nad druhou.

Programme 2: Going out of Business.

go bust, going bankrupt zbankrotovat, vyhlásit úpadek
defect dezertovat, opustit
trickle kapka (po kapce)
flood povodeň
jeopardy riziko, nebezpečí

(Mark Gregory)

The real damage will be to Andersen's reputation. Big name auditing clients have already begun to defect to other companies. That trickle could now become a flood. Andersen has already warned that an indictment would put it in jeopardy. It may go bust.

(Janet Brooks)

Going bankrupt is when a company can no longer pay its debts. So it may owe the bank money. It can't continue in business while it owes the bank that money.

Auditorskou firmu **Andersen** poškodí nejvíce to, že si zkasila po skandálu s Enronem dobré jméno. Někteří její význační klienti už začínají přecházet k jiným firmám ...a pár kapek, může přerůst v povodeň. Poradenská firma Andersen si je vědoma nebezpečí, které jí hrozí, kdyby na ni byla podána žaloba, dokonce by to mohlo vést k bankrotu firmy.

Go bust a **going bankrupt** - znamená, že společnost není schopná splácet dluhy. Dluží kupříkladu peníze bance a dokud je nesplatí, nemůže ve svých aktivitách pokračovat.

Programme 3: Company Investment.

profits	zisk
shareholders	akcionáři
investment	investice, kapitálová účast
dividends	dividendy

(Richard Pratt)

When companies make profits, they decide how much of those profits to be distributed to the shareholders and how much to retain in the company, perhaps for future investment. Those profits which are distributed are known as dividends. Shareholders receive dividends as a reward for investing their money in the company.

Když má firma zisk, rozhodne, kolik si ponechá na případné budoucí investice a jak velká část zisku se rozdělí akcionářům ve formě dividend. Dividendy jsou odměnou za investované peníze.

Programme 4: Financial Trading.

go long	nakoupit akcie, jejichž cena pravděpodobně poroste
go short	prodat akcie, jejichž cena pravděpodobně klesne
to hedge	předem dohodnout/ zafixovat budoucí cenu akcií

(Tom Hawkings)

I'm a trader I buy and sell financial contracts. Say there's for example a company that I think the price of their shares is going to rise, then I might well go long on their shares which means I will buy a number of their shares and hold those shares hoping the price goes up.

Going short is the opposite of going long and is where I might sell some shares I don't have because I think that the price of those shares is likely to go down. You can hedge, which means that you can agree to buy some shares at a fixed price at some date in the future.

Tom Hawkings je makléř – prodává a kupuje cenné papíry. Když vše nasvědčuje tomu, že ceny akcií určité společnosti porostou, **Tom Hawkings goes long** - nakoupí tyto akcie a podrží si je v naději, že jejich cena stoupne. Spekulovat se dá i na poklesu kurzu. **Going short** znamená, že prodá akcie, které nevlastní (vypůjčené), o kterých si myslí, že s největší pravděpodobností klesnou na ceně. A to za účelem jejich budoucího zpětného nákupu. Potom - **you can hedge** – můžete se dohodnout a dopředu zafixovat - zajistit cenu těchto akcií.

Programme 5: Ups and Downs

booming	období konjunktury
unemployment	nezaměstnanost
downturn	pokles
shot up	vyletět nahoru, prudce stoupnout
edged up	mírně stoupnout

(Damian Grammaticas)

Five years ago Hong Kong was one of Asia's miracle economies, a booming trading city where almost everyone had a job. Unemployment stood at just two per cent. Since then, the territory and the rest of Asia have been through a financial crisis, followed last year by a second downturn. And now every month brings gloomy news. Unemployment in the territory, which had already shot up to seven per cent at the start of 2002 - the highest level ever recorded - has edged up even further to 7.1 per cent.

V roce 1997 nezaměstnanost v Hong Kongu dosahovala pouhá dvě procenta, ovšem od té doby (spolu se zbytkem Asie) prošel Hong Kong velkou finanční krizí. Po ní ještě v roce 2001 následoval druhý pokles. Počátkem roku 2002 vyletěla nezaměstnanost na 7 procent – historicky nejvyšší počet - a od té doby ještě dále mírně vzrostla na 7,1%.

Programme 6: Job Losses

downsizing	podstatné snižování stavu zaměstnanců
laying off	propouštět
made redundant	propouštět (po dohodě či bez dohody)

(Janet Brooks)

Downsizing is cutting your costs because you no longer have the level of business to support the costs that you used to have. So it will involve laying off staff and trying to make the business as efficient as possible and essentially smaller. There will be redundancies, whether those are voluntary or not, so you may ask people to volunteer and, you know, for a certain sum of money they are made redundant or it may be enforced on people.

Když firma přistoupí k **downsizing**, znamená to, že objem obchodních aktivit už nestačí pokrýt náklady, a tak jedním z opatření je právě propouštění, cílem je zefektivnit provoz, snížit náklady a v podstatě obchodní aktivity zmenšit. Takže někteří zaměstnanci jsou **made redundant** – může se jednat o dobrovolné vzdání se místa za odstupné, anebo jsou zaměstnanci (opět s odstupným) prostě propuštěni.

Programme 7: Selling and Marketing

selling	prodej/odbyt
customer	zákazník
marketing	marketing
campaign	kampaň

(Johnny Wong)

I think with selling you actually have the direct contact with the customer. It's you who goes and takes the money off them or the order from them, so you speak to the customer directly. But with marketing it's everything that leads before that, so doing the research about the customer or doing a marketing campaign, so that you reach the right customers and so they can find out about your product.

(Sean Burke)

I would say marketing doesn't involve an exchange between the customer and the seller, whereas selling does.

Při prodeji jste v přímém kontaktu se zákazníkem, berete od nich peníze a nebo objednávku. Marketing zahrnuje vše, co prodeji předchází – průzkum trhu, zákazníkům a nebo nějakou propagační/reklamní kampaň, aby se ti správní zákazníci – tedy ti, kteří by ho s největší pravděpodobností mohli koupit - dozvěděli o vašem výrobku.

Programme 8: Marketing Strategies

position	pozice/umístění
targeting	určování cílové skupiny (při plánování prodeje)
to segment	dělit trh na podskupiny/segmentovat

(Johnny Wong)

It's important to be able to put a new product in a position in the range of products so that people know what kind of product it is, and also what kind it is compared to the other products you have in your range.

(Sean Burke)

Targeting involves identifying a particular type of customer. Maybe you are targeting women between the ages of 25 and 35 who live in the north of England, for example.

(Johnny Wong)

When you segment the market, in a way yes, you are dividing the market up into for example areas or interests - male, female, income, that sort of thing. (00'46")

A position – umístit/zařadit výrobek do příslušné řady podobných výrobků, aby se zákazník lépe orientoval, aby věděl, o jaký výrobek jde a jak si v této řadě stojí, ve srovnání se srovnatelnými produkty.

Targeting znamená – určit cílovou skupinu – například: ženy mezi pětadvaceti a pětatřiceti lety - žijící v severní Anglii.

Dělení trhu na segmenty představuje určení podskupin. Trh můžete kupříkladu segmentovat na zájmové skupiny, na ženy, muže, podle výdělku...atd.

Programme 9: Market Research

market research	průzkum trhu
competitors	konkurence/konkurenti
consumer tests	spotřebitelské testy
focus group	diskusní skupina sloužící k marketingovému průzkumu

(Andrew Stanson)

So, how do you 'feel the pulse of the market'? Well, a company usually commissions some market research because it's thinking about launching a new product or service. The first stage might be to gather market information - that's information about what competitors are doing, gaps in the market and so on. Then there might be consumer tests in which possible customers give their views on new ideas or products. Perhaps they fill in a questionnaire or they're interviewed in the street. They might even take part in a special discussion or focus group. (00'35")

Pokud chce obchodní společnost přijít na trh s novým výrobkem nebo službou, zjedná si obvykle průzkum trhu. Prvním krokem pravděpodobně bude nasbírat informace o tom, co dělá konkurence, o mezerách na trhu atd. Potom zřejmě přijde na řadu výzkum u spotřebitelů, ve kterém zákazníci vyjádří, jak vnímají či hodnotí nový výrobek a nebo nějaký obchodní záměr. To se děje buď formou dotazníků, nebo v přímém rozhovoru, a nebo se dokonce mohou zúčastnit takzvaných **focus groups** - diskusních skupin.

Programme 10: Consumer Market

aimed at	být na něco/někoho zaměřený, určený k něčemu/někomu
consumer market	spotřebitelský trh
challenge	výzva
departure	odjezd; něco nového/novinka

(Sarah)

The computer giant Microsoft could announce its long-awaited entry into the computer games console market today. X-Box is widely reported to be aimed directly at the consumer market, and could pose a direct challenge to the market leaders - Sony's Playstation range, and Sega's Dreamcast. Speaking to the BBC on Thursday, Microsoft's chairman, Mr. Bill Gates, acknowledged that the entry of his company into this market marks a new departure for Microsoft. (00'30")

Obří počítačová firma **Microsoft** dnes zřejmě oznámí svůj dlouho očekávaný vstup na trh s herními konzolami. Hra **x-box** je určena spotřebitelskému trhu a dá se očekávat, že bude představovat **challenge** pro dosud hlavní hráče na trhu - **Sony** a **Sega**. (Bude jistě tvrdě konkurovat řadám **Playstation** a **Dreamcast**). Předseda správní rady **Microsoftu** Bill Gates prohlásil, že je to pro **Microsoft** začátek nové cesty, nový směr vývoje.

Programme 11: Product Launch

launching	zavádění nového výrobku
promotion	propagace
market share	podíl na trhu
overall growth	celkový růst

(Johnny Wong)

Promoting is more of a long term thing. Launching is making the initial noise and promoting is then what you have to do to keep the noise going, to keep people's interest in the product and to make sure as many people know about the product as possible.

(Rachel Harvey)

Nokia says part of its success has been in stealing market share from other mobile phone companies such as Motorola and Ericsson. Ericsson is due to publish its own results on Friday, which may give a clearer indication of how much overall growth there's been in the sector.

Launching znamená první krok při zavádění výrobku na trh – něco jako křest.

Johnny Wong tomu říká počáteční ruch, je třeba o výrobek vzbudit zájem.

Promoting je dlouhodobější aktivita. Ruch a šum musí nějakou dobu vydržet, nebo-li – propagace má za úkol zájem lidí udržet a samozřejmě zajistit, aby se o novém výrobku dozvědělo co nejvíce lidí.

Rachel Harveyová mluvila o úspěchu společnosti **Nokia**, které se podařilo rošířit podíl na trhu s mobilními telefony na úkor **Motoroly** a **Ericssonu**. V pátek by firma **Ericsson** měla zveřejnit své hospodářské výsledky, což by mělo vrhnout jasnější světlo na celkový růst v odvětví mobilních telefonů.

Programme 12: Advertising

advertising	reklama, propagace
promotion	propagace
endorsing	známá osobnost používá výrobek (a tím mu dělá reklamu)
sponsorship	sponzorování

(Sean Burke)

Advertising is part of promotion. Advertising uses the media - television, newspapers, radio - to communicate a specific message and that's part of promotion. Promotion includes advertising but also includes maybe giving discounts or coupons; it might include public relations, sponsoring events or having celebrities endorse your product. Endorsing involves a well-known person, a celebrity or a famous respected person using your product, whereas sponsorship involves a company paying to have their name associated either with an individual, a famous person, or with an organisation.

Reklama je součástí propagace. Pomocí médií se nám firma snaží svůj výrobek prodat, snaží se předat určité informace. Ovšem propagace se neomezuje jen na reklamu, patří sem například i zaváděcí slevy nebo poukázky na zboží, PR (neboli-li práce s veřejností), akce sponzorů a – **celebrity endorsement** - což znamená, že známá osobnost (celebrita) používá váš výrobek. Na rozdíl od sponzorování, kdy firma platí za to, že je její jméno spojováno se slavnou osobou nebo organizací.

Programme 13: Branding

brand, branding	značka, známka
image	představa; názor veřejnosti na výrobek či organizaci
logo	znak, symbol (grafické vyjádření značky)
values	hodnoty

(Andrew Stanson)

A brand is one particular name - the BBC is a brand. Sometimes we talk about brand names. Branding is the general word. Image is the set of ideas associated with a brand. For example, a type of soft drink might be seen as young, energetic, sporty. Logo is the visual sign that represents the brand. The BBC logo is the letters B-B-C on a background of squares. Finally, values are the set of beliefs that surround the brand. Does it do its job? Is it reliable? Is it environmentally-friendly or whatever.

Brand je konkrétní název – značka, jako třeba BBC. **Branding** je obecný termín - (pro organizaci nebo výrobek). Slovo **image** popisuje **Andrew Stanson** jako řadu představ, které určitá značka vyvolává. Tak například: název určitého nealkoholického nápoje může evokovat mládí, energii a sportovního ducha.

Logo je vizuální symbol, emblém – BBC má například každé písmeno ve zvláštním čtverečku.

Slovem **values** se myslí hodnoty spojované s tou kterou značkou výrobku – funguje dobře? je spolehlivý? šetrný k životnímu prostředí?

Programme 14: Product Development

customer loyalty	loajalita/věrnost spotřebitelů
R & D team	research and development team – výzkumný a vývojový tým
market leader	výrobek, který vede na trhu/firma, která má největší podíl na trhu.

(Vicky)

For many years Conson had been the country's leading brand of household cleaner. Some of its competitors were now selling better cleaning products but customer loyalty remained strong. So when the company's R & D team came up with a new type of household cleaner that represented a major technical advance over the existing product, the management team wasn't sure what to do. Should they replace their existing successful product and use the Conson name on their new household cleaner? Should they use the Conson name on both products? Should they launch a new brand to compete against their own market leader? Or should they forget about their new product altogether?

Fiktivní firma **Conson** po léta udávala tón na trhu s domácími čistícími prostředky. I když teď konkurenční firmy přicházejí s lepšími prostředky, loajalita spotřebitelů nepolevuje. A tak je otázkou, jak naložit s nově vyvinutým výrobkem, který na rozdíl od starého splňuje požadavky nejnovějšího technologického rozvoje. Vedení přemýšlí nad tím, jestli mají nahradit starý úspěšný produkt novým a prodávat ho nadále pod značkou **Conson**, nebo nechat v prodeji oba výrobky a oba je prodávat pod názvem **Conson**? Další možnost je – zavést tento nový výrobek pod novou značkou a konkurovat vlastnímu úspěšnému produktu, a nebo na celý nový čistící prostředek prostě zapomenout?

Programme 15: Subsidising

the public purse	veřejná peněženka/státní pokladna
subsidies	subvence, dotace
profitability	výnosnost či schopnost dosáhnout zisku

(Nick Kochan)

By subsidising, we mean dipping into the public purse to give subsidies, to give payments to local farmers, local companies, local businesses to keep them in business or to improve their profitability at a time when they may otherwise be under pressure.

Subvencovat - znamená sáhnout do veřejné peněženky, nebo-li ze státních peněz vypomocť malým farmářům a drobným podnikům a zachránit je před úpadkem, a nebo jim pomoci zvýšit zisky, když jsou pod tlakem – když například musí soutěžit s levnějším zahraničním zbožím.

Programme 16: Import Tariffs

tariffs	cla
imports	dovoz
pays out	vyplácí/dotuje
cuts	škrty/snížení

(Stephen Evans)

There are two ways in which governments support farmers - subsidising them by paying them from the public purse, or protecting them by putting tariffs on imports from competing countries. The United States is proposing to cut its subsidies to farmers to about ten billion dollars - half the amount envisaged in the Farm Bill which legislators have just passed. That would put pressure on the European Union to cut its subsidies and the EU currently pays out more to its farmers than does the US. On top of that Mr. Zellick, the US trade negotiator, is proposing cuts in tariffs.

Stephen Evans popisuje dva způsoby, jak mohou vlády podpořit své zemědělce – subvencovat je ze státní pokladny a nebo mohou uvalit clo na dovoz zboží, které místním farmářům konkuruje. V roce 2002 USA navrhly snížit dotace pěstitelům na deset miliard – což je polovina toho, s čím počítá právě odhlasovaný zemědělský zákon. Škrty v Americe, jak říká zpravodaj BBC, vyvolají následně tlak na Evropskou unii, aby také snížila dotace svým zemědělcům. Přičemž EU vyplácí v současnosti vyšší příspěvky než USA. Navíc pověřenec amerického presidenta pro obchodní jednání Robert Zellick navrhuje ještě snížení cel či celních tarifů na dovoz.

Programme 17: Protectionism

taxation	zdanění
imposition	uložení, uvalení
sanctions	sankce
international rules	mezinárodní předpisy, směrnice

(Nick Kochan)

I think taxation is a possible way if companies for example want to set up in a particular country and they may be taxed more highly than companies in the country itself. Another way might be, indeed, by the general imposition of sanctions, if one country, is, for example, offending against international rules, so that is more of a political, moral stance.

Jedním z nástrojů ochranné politiky mohou být daně. Zahraniční podniky platí vyšší daně než podniky domácí. Dalším způsobem je uvalení sankcí – a to v případě, že jistá země poruší mezinárodní předpisy, ovšem tady se jedná spíše o politický či morální přístup, než protekcionismus.

Programme 18: Removing Protectionism

liberalising	liberalizace
protectionism	protekcjonismus, ochranářství
bars	bariéry
level playing field	hráči soupeří na stejném hřišti (za stejných podmínek)

(Nick Kochan)

Liberalising means in fact the opposite of protectionism, ie taking away the bars on international freedom of trade. So it means taking away the sanctions or the tariffs and saying to your own companies, your own businessmen, you know, you now have to, as it were, trade on a level playing field, if you'll excuse the metaphor, with foreign competitors.

Liberalismus je opakem protekcjonismu. Všechny bariéry, které brání volnému mezinárodnímu obchodu, jsou odstraněny - sankce a cla. Svým podnikům a podnikatelům tím vlastně říkáte: musíte soutěžit se zahraničními konkurenty **on a level playing field** - na stejném hřišti, za stejných podmínek.

Programme 19: Breaking the Law.

corrupt	zkorumpovaný
thieves	zloději
steal	krást
cheat	podvádět
punishment	trest

(John Ashcroft)

Corrupt corporate executives are no better than common thieves when they betray their employees and steal from their investors. Corporate executives who cheat investors, steal savings and squander pensions will meet the judgment they fear and the punishment they deserve.

Americký ministr spravedlnosti **John Ashcroft** si nebral servítky a užil bohatou slovní zásobu na téma finančních ilegálních aktivit. Začal výrazem "zkorumpované nejvyšší vedení" a pokračoval tím, že jeho členy přirovnal k obyčejným zlodějům, kteří zradili důvěru svých pracovníků a okrádají své investory. Šéfové velkých firem, kteří podvádějí investory, kradou úspory a promarní/prošustrují penzijní fondy, budou souzeni a spravedlivě potrestáni - **will meet the judgment they fear and the punishment they deserve** (doslova: dočkají se rozsudku, kterého se obávají a trestu, který si zaslouží).

Programme 20: Naughty Money.

defrauds	defraudace
embezzling	zproněvěra
bribery	úplatkářství
laundering	praní špinavých peněz

When somebody defrauds a company, what are they doing?

(Nick Kochan)

They're acting secretly with the object of obtaining money.

(English voice)

Embezzling?

(Nick Kochan)

Embezzling is playing the system to one's own financial benefit.

(English voice)

Bribery?

(Nick Kochan)

Bribery is inducing someone to be corrupt with corporate money. (It is obviously morally wrong, but it is widely practised worldwide and, I fear, a growing practice.)

(English voice)

And laundering money?

(Nick Kochan)

Well, they're cleaning the money which they know or should suspect to be dishonestly obtained, to use it for themselves, to use it for their company.

Nick Kochan vysvětluje defraudaci jako činnost, při které jedinec tajně získává peníze nepoctivým způsobem. **Embezzling** znamená podobně: když si někdo přizpůsobuje systém tak, aby sloužil jeho osobnímu finančnímu užítku. **Bribery** popisuje **Nick Kochan** jako stimulovat někoho (zkorumpovat/podplatit), aby naložil s firemními fondy pro nás výhodným způsobem. Je to činnost nepochybně nemorální, nicméně k ní hojně a na celém světě dochází. **Nick Kochan** se obává, že je korupce na vzestupu. Praní špinavých peněz – peníze se perou v případě, když je jasné a nebo existuje podezření, že byly získány nepoctivě, a chceme je pro sebe nebo svůj podnik.

Programme 21: Strategy Part 1.

strategy	strategie
goals	cíle
objectives	záměry
vision	vize

(Fred Martenson)

Strategy is a structured way of thinking about what you're doing as an organisation and it's really got two elements: where do we want to be in the future and how do we get there? It's asking on the one hand, what are our goals and objectives - our vision as an organisation? Where do we want to be in the future and how will we know when we've been successful?

Fred Martenson popisuje strategii jako (doslova: strukturované – uspořádané přemýšlení) teoretický plán, kterým směrem a jak má podnik či organizace postupovat. Strategie se tedy (podle něj) skládá ze dvou základních složek. Za prvé si klademe otázku: k čemu se chceme dopracovat? a za druhé: jak se tam dopracujeme? Ptáme se tedy nejdříve, co je naším cílem, jaký máme záměr – jaká je vize naší organizace. Kam chceme dospět a jak poznáme, kdy se nám to podařilo.

Programme 22: Strategy Part 2.

strengths	silné stránky
weaknesses	slabé stránky
road map	cestovní mapa/automapa
destination	cíl/ cílová stanice

(Fred Martenson)

Then it's asking where we are today and what are our strengths and weaknesses, what's going on in our environment in terms of competition, regulation, what customers want? And then it's about drawing up plans and actions to get to our objectives in the context of where we are, so it's really a road map of getting there. So I would say it's really both a destination and a goal and also the journey or the map of how to get to that destination.

Podle **Freda Martensona** si organizace či firma musí dále položit otázku, jak jsme na tom, jaké jsou naše silné stránky a co jsou naše slabiny? Musíme vyhodnotit situaci kolem nás – co dělá konkurence, jakými pravidly se musíme řídit, co si žádají zákazníci? A potom je třeba naplánovat činnost tak, aby se nám podařilo záměr naplnit, stejně jako plánujeme cestu podle automapy. Jde o obojí. O cíl cesty, ale zároveň, o samotnou cestu – mapu – podle které cílové stanice dosáhneme.

Programme 23: Innovation.

innovate	inovovat
brainstorm	“mozková bouře”, spontánní diskuse při hledání nových nápadů
blue-sky thinking	nápadům se nekladou žádné meze
winning ideas	nápad, který by si nás získal, který by měl šanci uspět na trhu

(Vicky)

Milo was the boss of a medium-sized toy manufacturer. He had a lot of management qualifications and he'd read all the latest business books. From these he knew that companies like his had to innovate or die. So, every Tuesday afternoon, he called together his top people for a brainstorm session. He was rarely satisfied with the ideas they had. In despair, he assigned two executives to a month's blue-sky thinking. Still he wasn't happy with the results. "What's wrong with you all?" Milo asked. "Why is it so difficult to come up with winning ideas?"

Milo – šéf středně velké továrny na hračky, který prošel všemi možnými školeními pro manažery a přečetl všechny nejnovější ekonomické knihy, došel k závěru, že firmám, jako je ta jeho, nezbyvá nic jiného než inovovat nebo ... (doslova) – zemřít. A tak si každé úterý svolával užší vedení na **brainstorming**. Ovšem málokdy se mu nějaký nápad zamlouval. Když už nevěděl kudy kam, dva členové vedení dostali měsíc na **blue-sky thinking**, ale ani z toho nic nevzešlo. A **Milo** si posteskl: “Co to s vámi je, jakto že nejste schopni přijít s pořádným nápadem?!”

Programme 24: Creativity.

creativity	kreativnost/ tvořivost
sponsor	sponzor
state of the art	na nejvyšší úrovni
workshops	praktický seminář
training	školení, kurz
penalised	potrestán-penalizován

(Students)

The company can sponsor them to attend all kinds of conference events and help them to get state of the art knowledge of the special area.

Creativity is inborn but you can add on to it; you can enhance your creativity by various things like workshops, training and learning different skills.

Because it's important to encourage employees to take risks but to do that they must know that they will not be penalised by the company.

První student navrhuje, aby firmy své zaměstnance sponzorovaly, aby je zapsaly na konference a jiné akce, na kterých by se mohli vzdělávat, kde by se mohli seznámit s nejnovějšími poznatky v příslušném oboru. Druhý student říká, že talent je sice vrozený, ale zároveň se dá ještě rozvíjet. Tvořivost se dá umocnit různými **workshopy**, kurzy - některé dovednosti se dají naučit.

*A třetí student dodává, že je důležité, aby firmy povzbuzovaly své zaměstnance, aby se nabáli riskovat. A aby se **nebáli** riskovat, musí vědět, že nebudou za případné chyby trestáni.*

Programme 25: Motivation.

motivation	motivace
leadership	vedení/ schopnost vést
enthusiasm	nadšení
encouragement	povzbuzení, podpora, stimul

(Fiona Colhoun)

I guess motivation is about getting people to do things that perhaps they don't always want to do. It's to do with, really, leadership and getting the best out of people. Sometimes you do that by reward, by more pay, sometimes you do that by simply good management and enthusiasm for tasks or encouragement of people to get better in their performance.

Fiona Colhounová říká, že “motivovat lidi” znamená - přimět je k něčemu, co vlastně ani dělat nechtěli. A motivace má co do činění se schopností lidí vést, a dostat z nich to nejlepší. Někdy k tomu poslouží odměna, vyšší plat, jindy zase dobrá organizace práce, nadšení pro věc a nebo pochvala může vést k lepšímu výkonu.

Programme 26: Performance.

performance	výkon/úspěšnost/plnění povinností
appraisal process	hodnocení výkonu, ocenění
feedback	zpětná vazba/informace o výkonu
assessed	hodnocen

(Fiona Colhoun)

Performance is about being effective. It's about doing certain things called objectives, achieving goals, having in an appraisal process - and many companies have those - frank feedback and understanding on how well an individual is meeting the requirements of the job, achieving his or her objectives and it's about how somebody is assessed in terms of making an effective contribution to an organisation.

Výkon se – podle **Fiony Colhounové** – měří efektivností. Měří se tím, nakolik jsou plněny stanovené záměry a cíle. V každé organizaci či podniku by měl probíhat proces hodnocení a každý zaměstnanec by měl být zpětně informován, jak si vede při plnění požadavků a do jaké míry je pro organizaci či podnik přínosem.

Cvičení

Programme 1

1. Which noun in today's report means two equal companies coming together?
2. What verb was used for the same process?
3. Which verb did we hear for one company taking control of another?
4. What's the noun for that same process?

Programme 2

1. Which term did we hear first meaning to stop business?
2. And when a company isn't able to pay what it owes?
3. What do we call people or companies we serve?
4. What do you call money you owe to a bank, for example?

Programme 3

1. What do we call the extra money a company makes?
2. What do you call people who put money into a company?
3. When money is put into a company, what's that called?
4. What do we call the money given to shareholders?

Programme 4

1. What do you call someone who buys and sells?
2. When you know prices will go up, what do you call that?
3. What's the opposite called?
4. If you agree to a fixed price in the future?

Programme 5

1. Which word in today's report means business is good?
2. When people don't have jobs?
3. When business isn't good?
4. If unemployment went up quickly?
5. If unemployment went up more slowly?

Programme 6

1. Which word in today's report means cutting your costs?
2. What is it called when you dismiss staff?
3. What's the noun for reducing a number of jobs?
4. What's the verb which means the same thing?

Programme 7

1. What do we call direct contact with someone?
2. What do we call the person we are selling to?
3. What should we do before we sell?
4. What is that preparation called?

Programme 8

1. What do you do to place a new product?
2. How do you describe looking at particular markets?
3. What's the verb for dividing the market into areas?

Programme 9

1. What is the term for testing the market?
2. What's the word for other companies in the same business?
3. When you ask possible customers what they think?
4. What's a special discussion group called?

Programme 10

1. What's the general term for everyone who buys things?
2. How do we say something is specially for part of that market?
3. What word in the report means possible competition?
4. What's the word we heard for something different?

Programme 11

1. What are you doing when you first introduce a product?
2. What comes after launching?
3. How is a product's success measured?
4. What's the term for a general improvement in a market?

Programme 12

1. What's the word for making your product known?
2. What is advertising part of?
3. When a famous person uses your product, what's that called?
4. When a company pays to be associated with somebody famous?

Programme 13

1. What's the word for the name of a product?
2. What's the general term for this name?
3. What do you call the ideas associated with a brand?
4. What's the visual sign of a company called?
5. What do we call the set of beliefs about a brand?

Programme 14

1. What's the term for when people continue to buy your product?
2. What do you call the people who try to improve a product?
3. What's a company's best selling product called?

Programme 15

1. What's the word for making government payments?
2. What can we call public or government money?
3. What is it the government gives out?
4. What can these subsidies improve?

Programme 16

1. What do we charge for goods entering a country?
2. What's the name of goods entering a country?
3. What does the EU do when it gives money?
4. Do you remember what the U.S. is proposing to make?

Programme 17

1. A higher rate of what may be imposed on foreign companies?
2. When trading with another country is forbidden, what are these called?
3. What was the word in today's programme for applying sanctions?
4. What may a country be breaking to attract sanctions?

Programme 18

1. What do we call measures to help national companies?
2. When these protectionist measures are removed?
3. What is another word for barriers?
4. What's the term for competing in the same conditions?

Programme 19

1. How do we describe businessmen who break the law?
2. When you take something which doesn't belong to you, you do what?
3. And people who steal from others, what are they called?
4. Now, when you don't obey the rules, what do you do?
5. If it's proved you broke the law, what are people given?

Programme 20

1. If someone acts secretly to obtain money, what does he do?
2. And if he manipulates the system?
3. And if you offer somebody money to act illegally?
4. And finally, when someone cleans dirty money?
obtained.

Programme 21

1. What's another word for a careful plan?
2. What two words were used to try to achieve that plan?
3. Do you remember the word used to describe a much wider plan?

Programme 22

1. What's the word which describes positive abilities?
2. And the opposite?
3. How did Fred Martenson describe planning a company's journey?
4. What's the name of the place at the end of a journey?

Programme 23

1. What must a manufacturing company do - or die?
2. What do we call an intensive session of suggesting ideas?
3. Do you remember the expression for free thinking?
4. What's the term for successful ideas?

Programme 24

1. What's the word we use for thinking up new ideas?
2. If a company pays for staff to attend outside events, what's that called?
3. What term did you hear to describe the latest knowledge?
4. Can you remember the two words for ways to improve skills?
5. In order to encourage creativity, an employee must not be what?

Programme 25

1. What's the word for getting people to do what they perhaps don't want to?
2. How can we describe good heads of a company?
3. If you show you like what you do, what's that called?
4. How can we describe getting staff to do better?

Programme 26

1. What's the word for how well staff do at work?
2. If a company has a system for judging performance, what's that called?
3. What should a company give staff after appraisal?
4. What word was used to measure performance?

Key

Programme 1

1. A take-over. After the merger or take-over.
2. A merger. The merger is due to be completed in July.
3. Merging. Merging tends to be the meeting of equal firms. To merge.
4. Taking over. Taking over tends to be more aggressive. To take over.

Programme 2

1. Debts. Going bankrupt is when a company can no longer pay its debts.
2. To go bust. Andersen's may go bust.
3. Going bankrupt. Going bankrupt.
4. Clients. Clients have already begun to defect to other companies.

Programme 3

1. Profits. When companies make profits.
2. Shareholders. Profits are distributed to the shareholders.
3. Investment. Perhaps for future investment.
4. Dividends. Shareholders receive dividends as a reward.

Programme 4

1. A trader. A trader in shares.
2. Going long. I might well go long on their shares.
3. Going short. Going short is the opposite.
4. Hedge. You can hedge which means you agree to buy at a fixed price.

Programme 5

1. Booming. Business is booming.
2. Unemployment. Unemployment stood at two per cent.
3. A downturn. A second downturn.
4. Shot up. Unemployment shot up to seven per cent.
5. Edged up. It has edged up even further.

Programme 6

1. Downsizing. Downsizing is cutting your costs.
2. Laying off. It will involve laying off staff.
3. Redundancies. There will be redundancies, whether voluntary or not.
4. To make redundant. For a certain sum of money they are made redundant.

Programme 7

1. Selling. With selling you have direct contact.
2. Customer. You have direct contact with the customer.
3. Marketing. Marketing comes before selling to the customer.
4. Campaign. Doing a marketing campaign.

Programme 8

1. Position. Put a new product in a position in the range of products.
2. Targeting. Targeting involves identifying a particular type of customer.
3. Segment. When you segment the market, you divide it up into areas.

Programme 9

1. Market research. A company commissions some market research.
2. Competitors. Information about what competitors are doing.
3. Consumer tests. There might be consumer tests.
4. A focus group. They might even take part in a focus group.

Programme 10

1. Consumer market. The consumer market is everyone who buys.
2. Aimed at. X-Box is aimed directly at the consumer market.
3. Challenge. Could pose a direct challenge to the market leaders.
4. Departure. This marks a new departure for Microsoft.

Programme 11

1. Launching. Launching is making the initial noise.
2. Promoting. Promoting is more of a long term thing.
3. Market share. Part of Nokia's success has been in stealing market share.
4. Overall growth. How much overall growth there's been in the sector.

Programme 12

1. Advertising. Advertising uses television, newspapers, radio.
2. Promotion. Promotion includes advertising.
3. Endorsing. Endorsing involves a well-known person.
4. Sponsorship. Sponsorship involves a company paying.

Programme 13

1. Brand. Sometimes we talk about brand names.
2. Branding. This programme is about product branding.
3. Image. Image is the set of ideas associated with a brand.
4. Logo. The BBC logo is the letters B-B-C.
5. Values. What are a brand's values - is it reliable?

Programme 14

1. Customer loyalty. Customer loyalty remained strong.
2. Research and Development. The company's R & D team.
3. Market leader. Should they compete against their own market leader?

Programme 15

1. Subsidising. Subsidising local businesses.
2. The public purse. Dipping into the public purse.
3. Subsidies. To give subsidies, to give payments to local farmers.
4. Profitability. Improve their profitability at a time when they may be under pressure.

Programme 16

1. Tariffs. To put tariffs on something.
2. Imports. Putting tariffs on imports from competing countries.
3. Pays out. The EU currently pays out more to its farmers.
4. Cuts. The US is proposing cuts in tariffs.

Programme 17

1. Taxation. Taxation is a possible method of protectionism.
2. Sanctions. There may be general sanctions.
3. Imposition. The general imposition of sanctions.
4. International rules. Offending against international rules.

Programme 18

1. Protectionism. Protectionism is imposing tariffs or sanctions.
2. PAUSE) Liberalising. Liberalising is the opposite of protectionism.
3. Bars. Taking away the bars on international freedom of trade.
4. Level playing field. You now have to trade on a level playing field.

Programme 19

1. Corrupt. Corrupt corporate executives.
2. Steal. Steal from investors.
3. Thieves. They are no better than common thieves.
4. Cheat. Cheat investors.
5. Punishment. The punishment they deserve.

Programme 20

1. Defrauds. He defrauds the company.
2. Embezzling. Embezzling is playing the system.
3. Bribery. Bribery is paying someone to be corrupt.
4. Laundering. Cleaning money which they know to be dishonestly

Programme 21

1. Strategy. Strategy is a structured way of thinking.
2. Goals and objectives. What are our goals and objectives?
3. Vision. What's our vision as an organisation?

Programme 22

1. Strengths. It's asking: what are our strengths?
2. Weaknesses. What are our weaknesses?
3. Road map. It's really a road map for getting there.
4. Destination. It's really both a destination and a journey.

Programme 23

1. Innovate. Companies like his had to innovate or die.
2. A brainstorm. He called his top people together for a brainstorm session.
3. Blue-sky thinking. He assigned two executives to a month's blue-sky thinking.
4. Winning ideas. Why is it so difficult to come up with winning ideas?

Programme 24

1. Creativity. Creativity is inborn.
2. Sponsor. The company can sponsor them to attend all kinds of conference events.
3. State-of-the-art. Help them to get state-of-the-art knowledge.
4. Workshops and training. Various things like workshops, training and learning different skills.
5. Penalised. They must not be penalised for taking risks.

Programme 25

1. Motivation. Motivation is about getting people to things they don't want to do.
2. Leadership. Leadership - getting the best out of people.
3. Enthusiasm. You do that by enthusiasm for tasks.
4. Encouragement. Encouragement for people to get better in their performance.

Programme 26

1. Performance. Performance is about being effective.
2. Appraisal process. Having an appraisal process.
3. Feedback. Frank feedback and understanding.
4. Assessed. How somebody is assessed.