

**MENDELOVA UNIVERZITA V BRNĚ
INSTITUT CELOŽIVOTNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ**

ZÁVĚREČNÁ PRÁCE

BRNO 2017

ANDREA KOČAŘOVÁ

Mendelova univerzita v Brně
Institut celoživotního vzdělávání

**Srovnání české a španělské normy psaní
obchodního dopisu**

Závěrečná práce

Konzultant práce:
Ing. Lenka Danielová, Ph.D.

Vypracovala:
Mgr. Andrea Kočařová

Brno

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci na téma „Srovnání české a španělské normy psaní obchodního dopisu“ vypracovala samostatně a použila jen pramenů, které cituji a uvádím v přiloženém seznamu literatury.

Brno dne 27. února 2017

Podpis studenta.....

Abstrakt

Ve své závěrečné práci jsem se věnovala srovnání české a španělské normy psaní obchodního dopisu. Cílem mé práce bylo poukázat na rozdíly v psaní obchodního dopisu z hlediska obou norem. Nejprve jsem se zabývala charakteristikou obchodního dopisu, co je jeho smyslem a jaké jsou výhody písemné komunikace. Dále jsem rozebrala českou a španělskou normalizovanou úpravu obchodního dopisu z hlediska jednotlivých částí dopisu. Zaměřila jsem se také na vlastnosti, které by každý obchodní dopis měl mít a na rozdíly mezi českým a španělským obchodním dopisem z hlediska stylistického, gramatického a lexikálního. Nakonec jsem provedla praktické srovnání české a španělské normy psaní obchodních dopisů formou zadání úkolu žákům, aby prakticky vyhotovili obchodní dopis a uvědomili si, čím se obě normy navzájem liší a v čem jsou si podobné.

Klíčová slova

srovnání norem, česká norma, španělská norma, normalizovaná úprava, stylistika, pravopis, lexikologie, obchodní dopis

Abstract

In my final thesis I focused on comparison of the Czech and Spanish writing standards of a business letter. The aim of my thesis was to point out the differences in writing a business letter from the perspective of both standards. First, I focused on the characteristics of a business letter, what is its purpose and what are the advantages of written communication. I also analyzed the Czech and Spanish normalized editing of a business letter regarding the individual parts of the letter. I also focused on features of a business letter and differences between the Czech and Spanish business letter from a stylistic, grammatical and lexical point of view. Finally, I conducted a practical comparison of the Czech and Spanish writing standards of business letters by set students a task to write a business letter and realize the differences and similarities between both standards.

Keywords

comparison of standards, Czech standard, Spanish standard, normalized editing, stylistics, orthography, lexicology, business letter

OBSAH

ÚVOD	1
1 CÍLE ZÁVĚREČNÉ PRÁCE	2
2 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY	3
2.1 <i>Charakteristika obchodního dopisu</i>	3
3 PRAKTICKÁ ČÁST	4
3.1 <i>Normalizovaná úprava obchodního dopisu</i>	4
3.1.1 Záhloví.....	4
3.1.2 Adresa příjemce	4
3.1.3 Odvolací údaje	4
3.1.4 Předmět dopisu (Věc).....	5
3.1.5 Oslovení	5
3.1.6 Text dopisu.....	6
3.1.7 Pozdrav.....	6
3.1.8 Podpis.....	6
3.1.9 Přílohy	7
3.1.10 Rozdělovník	7
3.2 <i>Srovnání české a španělské obchodní korespondence</i>	7
3.2.1 Hledisko stylistické	7
3.2.2 Hledisko gramatické.....	8
3.2.3 Hledisko lexikální	8
3.3 <i>Praktické srovnání české a španělské obchodní korespondence</i>	10
3.3.1 Obchodní dopis podle české normalizované úpravy.....	10
3.3.2 Obchodní dopis podle španělské normalizované úpravy	10
ZÁVĚR	12
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	13
PŘÍLOHY	14

ÚVOD

Vznik a rozvoj obchodních aktivit u nás i v zahraničí klade velké nároky na písemný styk a obchodní korespondence se stává důležitým nástrojem komunikace mezi firmami nejen u nás, ale i v jiných zemích. Způsob, jakým je písemnost vyhotovena, ukazuje na kvalitu firmy i jejich zaměstnanců, což je v očích obchodních partnerů velmi důležité. Při psaní obchodního dopisu je důležité mít stále na paměti, že dopis, který píšeme za firmu, je součástí všeho, co tvoří její dobré jméno.

Vzhledem k tomu, že vyučuji španělský jazyk na střední odborné škole a chtěla bych se zaměřit rovněž na výuku písemné a elektronické komunikace, rozhodla jsem se tyto dva předměty nějakým způsobem propojit, a napadlo mě provést srovnání české a španělské normy psaní obchodních dopisů, což je cílem mé závěrečné práce.

Než jsem přistoupila k samotnému srovnání obou norem, zabývala jsem se charakteristikou obchodního dopisu a také tím, jak je důležitá příprava na psaní dopisu. Jak je zapotřebí si nejprve shromáždit, prostudovat a promyslet všechny podklady než začneme psát samotný dopis a jak je důležitá také psychologie v psaní dopisu.

V praktické části své práce jsem se zaměřila na normalizovanou úpravu obchodního dopisu, jeho základní části a umístění těchto částí v českém i španělském dopise. Dále následovalo srovnání české a španělské obchodní korespondence z hlediska stylistického, gramatického a lexikálního. Nakonec jsem provedla praktické srovnání česky a španělsky psaných dopisů.

Uvědomuji si, jak je důležité v oblasti písemného styku zvládnout náročnost a obratnost ve stylizaci, ve výběru přesných a vhodných termínů, v gramatické a logické návaznosti, aktuálnosti formulace myšlenek i v estetické úpravě. Velmi důležitá je rovněž znalost psychologie obchodního dopisu.

1 CÍLE ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Cílem mé závěrečné práce je provést srovnání české a španělské normy psaní obchodního dopisu. Nejdříve se budu zabývat charakteristikou obchodního dopisu, jeho rozdělením do tří částí a následně tím, co je jeho smyslem, jaké jsou výhody písemného styku a jakou roli zde hraje psychologie. Pak se budu věnovat normalizované úpravě obchodního dopisu z hlediska jeho jednotlivých částí a upozorním na rozdílnost v umístění těchto částí v českém a ve španělském dopise. Dále se zmíním o vlastnostech, které by měl každý obchodní dopis mít a jaké jsou rozdíly mezi českým a španělským obchodním dopisem z hlediska stylistického, gramatického a lexikálního. V závěrečné části své práce pak provedu srovnání české a španělské normy psaní obchodních dopisů na praktických příkladech.

2 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY

2.1 Charakteristika obchodního dopisu

Obchodní dopis je nejpoužívanější komunikací v obchodní korespondenci. Dopis je hned po osobním a telefonickém rozhovoru velmi osobní formou sdělení. Výhodou psaného projevu je možnost propracování textu a promyšlení slovních obrátů a také možnost oslovení co nejširší veřejnosti. Než začneme psát dopis, je velmi důležité věnovat čas tomu, abychom si zjistili všechny potřebné informace, o kterých se v dopise budeme zmiňovat včetně adresáta, kterému bude dopis určen.

V dopise píšeme vždy jen o jedné věci. Připravíme si osnovu a promyslíme každou větu, než ji napíšeme. Píšeme za firmu, proto užíváme sloveso i zájmeno v 1. osobě množného čísla (my), ve vztahu k adresátovi slovesa a zájmena ve 2. osobě množného čísla (Vy). Dopis píšeme přirozeně a zdvořile. Volíme slova přesného a jednoznačného významu. Raději tvoříme kratší, srozumitelné věty než těžkopádná souvětí. Musíme dbát také na gramatickou a interpunkční správnost. Cizí slova používáme pouze tehdy, pokud známe jejich význam a pravopis.

Obchodní dopis má tři části. Do první části patří předtištěné úvodní náležitosti (název firmy, sídlo, logo, vyznačení adresového pole, odvolací údaje). Druhá část zahrnuje vyjádření předmětu dopisu a vlastní text (oslovení, důvod, proč píšeme, návrh, co potřebujeme a pozdrav). Ve třetí části se vyskytují závěrečné náležitosti (razítko, vlastnoruční podpis, jméno a funkce pisatele, přílohy, rozdělovník a předtištěné doplňující informace). Dopis může mít dva i více odstavců. U kratších textů však není vhodné z každé věty nebo souvětí tvořit samostatný odstavec.

V každém dopise působíme na adresáta také psychologicky. V některých případech vystačíme s objektivitou a přirozeností, ve složitějších situacích, kdy musíme adresáta přesvědčovat, vysvětlovat mu vlastní potíže nebo omlouvat nedopatření, je psychologické působení významnější. Psychologicky působivý dopis má vyvolat zájem, přesvědčit adresáta o výhodnosti návrhů a přimět ho k brzkému rozhodnutí.

3 PRAKTICKÁ ČÁST

3.1 Normalizovaná úprava obchodního dopisu

3.1.1 Záhlaví

Záhlaví je předtištěná část dopisu, která zahrnuje název firmy, předmět činnosti, poštovní adresu, číslo telefonu a faxu, adresu elektronické pošty a logo. Pokud firma nepoužívá hlavičkový papír, uvádí svůj název i adresu vpravo nahoře. Tyto informace se mohou objevit u některých dopisů také v zápatí. Tato normalizovaná úprava je stejná jak u česky, tak i španělsky psaných obchodních dopisů.

3.1.2 Adresa příjemce

U fyzických osob se v česky psaném obchodním dopise uvádí titul, jméno a příjmení; u právnických osob přesný název nebo oficiálně užívanou zkratku úřadu nebo organizace. Součástí adresy příjemce je také název ulice a číslo popisné, místo určení a poštovní směrovací číslo. Místo pro adresu se v české korespondenci nachází vpravo nebo vlevo od levé svislice.

Španělsky psaný obchodní dopis se od českého liší tím, že se kromě ulice a čísla domu uvádí rovněž číslo patra a dveří, poštovní směrovací číslo je pěticiferné a za názvem menšího města se do závorky uvádí provincie. Španělská korespondence vymezuje pro psaní adresy obvykle levý okraj.

3.1.3 Odvolací údaje

Odvolací údaje mohou nebo nemusí být součástí obchodního dopisu. Běžně bývají již rovnou předtištěny.

V české korespondenci jsou to tyto odvolací údaje: „Váš dopis značky“, „Ze dne“, „Naše značka“, „Vyřizuje“, „Telefon“, „Fax“, „E-mail“, „Datum“. Používá se sloupcová nebo řádková úprava.

Ve španělské korespondenci se používají odvolací údaje: „su referencia“ (s/ref), „su escrito“ (s/escrito), „nuestra referencia“ (n/ref), „nuestro escrito“ (n/escrito). Za nebo pod těmito zkratkami se uvádějí velkými písmeny iniciály osoby, která nařídila psaní

dopisu a za lomítkem iniciály osoby, která dopis psala. Pak následují čísla nebo písmena, která odpovídají číslům ve spisovnách nebo archivech firmy.

3.1.4 Předmět dopisu (Věc)

Věc vyjadřuje heslovitě předmět, který se má obchodním dopisem řešit.

V česky psaném obchodním dopise začínáme psát věc od levé svislíce s velkým počátečním písmenem, na konci neděláme tečku a celou informaci zvýrazníme tučně. Slovo „Věc“ se nepíše ani nepředtiskuje.

Ve španělsky psaném obchodním dopise je tento údaj nepovinný, může být předtištěn, ale ve skutečnosti se moc nepoužívá.

3.1.5 Oslovení

Oslovení se píše po vynechání dvou prázdných řádků pod údajem „Věc“. Je nezbytností a musí být v každém dopise. Někdy je těžké vybrat správné oslovení. Je třeba si uvědomit, s kým komunikujeme a jakou úctu mu chceme vyjádřit. V české i španělské korespondenci se oslovení píše od levé svislíce.

V českém dopise oslovujeme pátým pádem, na začátku oslovení se píše velké písmeno, následuje čárka, mezi oslovením a začátkem textu dopisu se vynechává jeden řádek. Mezi nejpoužívanější oslovení patří „Vážený pane“, „Vážená paní“, „Vážení obchodní přátelé/partneři“. Toto oslovení můžeme personalizovat, např. „Vážený pane Nováku“. Pokud má adresát akademický titul, nesmíme zapomenout tento titul použít. Pak oslovujeme například „Vážený pane inženýre“. Je-li adresát nositelem hned několika titulů, uvedeme ten nejvyšší.

Ve španělském dopise začíná oslovení velkým písmenem a za ním následuje dvojtečka. Forma oslovení je různá, záleží na vztahu mezi odesílatelem a příjemcem dopisu. Nejvíce používané výrazy v oslovení jsou „Señor(es)“ (pane, pánové), „Señora(s)“ (paní), „Estimado(s) señor(es)“ (Vážený pane/Vážení pánové), „Estimada(s) señora(s)“ (Vážená paní/Vážené paní). Oslovení ve španělském dopise můžeme také personalizovat, např. „Estimado señor Rivera“. Pokud máme s příjemcem dopisu osobnější vztah, můžeme použít i oslovení typu „Estimado amigo“, „Estimado Luis“.

3.1.6 Text dopisu

Samotný text je nejdůležitější část obchodního dopisu. Při jeho psaní bychom měli dodržovat určitá pravidla. Každý obchodní dopis by měl být srozumitelný, výstižný, stručný a přesvědčivý.

Důležité je psát dopis takovým jazykem, kterému každý rozumí, nepoužívat příliš odborných výrazů, cizích slov a žargon. Při psaní nepoužíváme příliš dlouhé věty a odstavce. Sdělení by mělo být krátké, bez zbytečného opakování slov, nepoužívat podmiňovací způsob tam, kde to není potřeba. Nejdůležitějším faktorem, který dělá dopis hodnověrný, je pravopis. Styl dopisu by měl být jednoduchý, přirozený a zdvořilý.

V česky psaném obchodním dopise začínáme samotný text dopisu malým písmenem, protože po oslovení píšeme čárku. Používá se jednoduché řádkování a mezi odstavci se vynechává jeden prázdný řádek. Levý kraj textu má zpravidla blokovou úpravu, pravý okraj textu je buď nezarovnaný, nebo může mít blokovou úpravu.

Ve španělsky psaném obchodním dopise začínáme psát text dopisu velkým písmenem, protože po oslovení následuje dvojtečka. Levý kraj textu má buď blokovou úpravu, nebo začínají odstavce od zarážky.

3.1.7 Pozdrav

Mezi posledním řádkem textu a pozdravem se vynechává jeden prázdný řádek. Pozdrav se považuje za další odstavec, je krátký a jednoduchý. Používají se jednoslovné nebo dvouslovné fráze.

V české korespondenci se pozdrav obvykle začíná psát od levé svislice. Mezi nejčastější pozdravy v obchodním dopise patří „S pozdravem“, „S přátelským pozdravem“.

Ve španělské korespondenci je psaní pozdravu podobné jako v české s tím rozdílem, že ve španělsky psaném dopise končí pozdrav čárkou, například „Atentamente“, „Atentos saludos;“.

3.1.8 Podpis

V české korespondenci se podpis umísťuje při blokové úpravě nalevo, ve španělské korespondenci napravo. Pod ním se strojově vypíše titul, jméno, příjmení a funkce podepsaného. Místo pro razítko je nad vlastnoručním podpisem.

3.1.9 Přílohy

V českých obchodních dopisech se přílohy uvádí po vynechání 2 až 4 prázdných řádků od levé svislice. Slovo „Příloha“ se zvýrazňuje tučně a za ním není dvojtečka, zatímco ve španělsky psaných dopisech se dvojtečka uvádí.

3.1.10 Rozdělovník

Rozdělovník je údaj, který upozorňuje, že kopie byla zaslána ještě někomu jinému. Píšeme jej po vynechání dvou řádků po levé straně. V české korespondenci se uvádí slovy „Na vědomí“, „Rozdělovník“ nebo „Kopie“, ve španělské korespondenci „copias“, „llamar atención“,

Vyhotovení písemností je třeba věnovat maximální pozornost. Rozhodujícím hlediskem pro posuzování kvality písemností je stránka formální, obsahová (odborná) a jazyková (stylistická a gramatická). Všechny stránky musí tvořit harmonický celek.

Mnohé písemnosti, které se v praxi stylizují, jsou důležitým důkazním prostředkem, nahrazující osobní styk, rozhovor, významnou dohodu. Takovým písemnostem je proto třeba věnovat pozornost po stránce věcné, slohové, jazykové i estetické.

Každý odeslaný dopis je vizitkou odesílatele. Dobrou vizitkou je však pouze písemnost dobře stylizovaná, věcně a odborně správná, gramaticky bezchybná, upravená a odpovídá platné ČSN.

Často však u písemností shledáváme nedostatky gramatické i stylistické a také vnější úprava písemností je nevyhovující. Hrubé chyby se vyskytují ojediněle. Ve větší míře se vyskytují chyby věcné, jazykové a stylizační.

3.2 Srovnání české a španělské obchodní korespondence

3.2.1 Hledisko stylistické

Z hlediska stylistického je španělská korespondence emotivnější než korespondence česká. To je třeba mít na zřeteli při překladech do češtiny. Snažíme se vyhnout doslovným překladům, které raději nahradíme tím, že se budeme snažit nalézt vazby, které budou odpovídat obvyklému vyjadřování v českém jazyce.

Př. 1:

Estamos muy agradecidos por su apreciada carta del día ...

Nebudeme doslova překládat:

Jsme moc vděčni za Váš ctěný dopis ze dne ...

Raději použijeme pro český jazyk přirozenější vazbu:

Děkujeme za Váš dopis ze dne ...

Př. 2:

Afectuosos saludos

Nebudeme překládat jako:

Oddaný pozdrav

Použijeme v češtině přirozenější způsob rozloučení, a to:

S pozdravem

3.2.2 Hledisko gramatické

Z hlediska gramatického je španělština velmi flexibilní a leckdy neřeší důsledné dodržování gramatiky.

Př. 1:

Ve španělské korespondenci se často setkáváme s vynecháním členu, který je běžně součástí podstatného jména:

Según (la) conversación telefónica...

Př. 2:

Ve španělském jazyce je užití čárky ponecháno na pocitu píšícího, zatímco v českém jazyce píšeme čárku vždy před větou vedlejší. Čárkou se oddělí věty vložené:

Lo resolverán, tal vez, la próxima semana.

(Vyřeší to možná příští týden.)

3.2.3 Hledisko lexikální

Z lexikálního hlediska je španělská obchodní korespondence rozmanitější než česká. Jsou případy, kdy několik španělských ustálených výrazů přeložíme do češtiny jedním slovem.

Př. 1:

Česky:

„Děkujeme Vám za ...“

Španělsky:

Agradeciéndoles ...

Les agradecemos por ...

Gracias por ...

Les damos las gracias por ...

Př. 2:

Česky:

„S pozdravem“

Španělsky:

Un saludo

Sinceramente

Atentamente

Cordialmente

3.3 Praktické srovnání české a španělské obchodní korespondence

Pro praktické srovnání česky a španělsky psaných dopisů jsem připravila pro žáky zadání, podle kterých mají za úkol napsat správně obchodní dopis dle české nebo španělské normy. Cílem není, aby žáci dopisy stylizovali, ale aby si nejprve upevnili své znalosti ohledně správného psaní obchodního dopisu v češtině a ve španělštině podle příslušných norem.

3.3.1 Obchodní dopis podle české normalizované úpravy

Zadání úkolu:

Přepište následující text normalizovaným způsobem do šablony předtisku obchodního dopisu a text zadání upravte do věcně zdůvodněných odstavců.

Adresát: Střední odborná škola sociální, Ing. Jana Lukešová, ředitelka, Hnězdenská 549, Praha 8, PSČ 181 00. Naše značka: 101/2017-ma. Vyřizuje: příjmení žáka. Tel.: 735 504 050. E-mail: skolato@skolato.cz. Datum: 2017-02-24. Věc: Nabídka školního nábytku.

Vážená paní ředitelko, rádi bychom Vám nabídli kvalitní školní nábytek, který vyrábíme. Můžeme Vám zaručit jeho dlouhodobou životnost a zdravotní nezávadnost. Nabízíme: školní lavice, školní židle, katedry, počítačové stoly, šatní skříně. Pro úplné vybavení učeben Vám můžeme dodat klasické a interaktivní tabule, nástěnky, vitríny a učební pomůcky. Věříme, že Vás naše nabídka zaujala a těšíme se na objednávku. S pozdravem Ing. Jan Malý, obchodní ředitel.

Vypracovaný obchodní dopis podle české normy je uveden jako PŘÍLOHA 1.

3.3.2 Obchodní dopis podle španělské normalizované úpravy

Zadání úkolu:

Přeložte z češtiny do španělštiny následující text a podle španělské normy napište obchodní dopis, text zadání upravte do věcně zdůvodněných odstavců.

Odesílatel:

Espresso Colombiana, S.A., C/ Canalejas, 73, 08028 Barcelona

Odvolací údaje:

Váš dopis zn.126/GL, Datum: 2017-02-09, Telefon: 931 156 437, Fax: 931 156 438

Adresát:

El Cenador del Prado, k rukám pana J. Garcíi Lópeze, Calle del Prado, 24, 28015

MADRID

Věc

Informace

Vážený pane, děkujeme Vám za Váš dopis z 8. t. m., ve kterém máte zájem o naše výrobky. Přílohou zasílám katalog a nejnovější ceník v eurech. Ceny zahrnují balení a dopravu a liší se podle místa určení zboží. Dodací lhůta je 7 dní od data objednávky. Platbu je nutno provést – nejlépe bankovním převodem – do 30 dnů od převzetí zboží. V případě objednávky alespoň 100 beden Espresso Vám můžeme poskytnout 5% slevu. Doufáme, že škála produktů a naše podmínky Vás zaujaly. Jsme ochotni Vám poskytnout jakoukoliv doplňující informaci a vyřídit Vaši eventuální objednávku s největší péčí. S pozdravem Juana Gomez, vedoucí prodeje. 2 přílohy.

Vypracovaný obchodní dopis podle španělské normy je uveden jako PŘÍLOHA 2.

ZÁVĚR

Cílem mé závěrečné práce bylo provést srovnání české a španělské normy psaní obchodního dopisu z hlediska jeho jednotlivých částí. Ve své práci jsem provedla srovnání všech tří částí, ze kterých se obchodní dopis skládá, a upozorňovala jsem na shody a rozdíly obou norem včetně uvedení konkrétních příkladů. Srovnání jsem provedla rovněž z hlediska stylistického, gramatického a lexikálního a i zde jsem uváděla konkrétní příklady, které měly poukázat na odlišnosti v psaní obchodního dopisu v češtině a ve španělštině.

Srovnání ukázalo, že obě normy mají svá pravidla, podle kterých se řídí psaní obchodních dopisů a jejichž dodržování je důležité, protože obchodní dopis může být mnohdy prvním kontaktem mezi námi a tím, s kým chceme obchodovat a první dojem může být leckdy rozhodující. Z tohoto důvodu je třeba dbát na to, aby byl dopis dobře nastylizován, byl věcně a odborně správný, gramaticky bezchybný, upravený a odpovídal platné normě. Každý odeslaný dopis je vizitkou odesílatele.

Přestože je v současné době obchodní dopis často nahrazován osobním jednáním, mobilním telefonem nebo elektronickou poštou a v budoucnu bude ustupovat internetové komunikaci, neztrácí zatím ani dnes na své důležitosti například proto, že může být významným podkladem pro řešení případného právního sporu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

FLEISCHMANNOVÁ, E. – JONÁŠ, I. – KULDOVÁ, O. *Písemná a elektronická komunikace pro střední školy a veřejnost 2*. Praha: Fortuna, 2008. 152 s. ISBN 80-7168-924-6.

FLEISCHMANNOVÁ, E. – KULDOVÁ, O. – ŠEDÝ, R. *Obchodní korespondence pro střední školy*. Praha: Fortuna, 2000. 120 s. ISBN 80-7168-718-9.

KOCOURKOVÁ, A. – HOCHOVÁ, I. *Písemná a elektronická komunikace pro střední školy, úřady a veřejnost*. Praha: EDUKO, 2016. 144 s. ISBN 978-80-88057-22-2.

KULDOVÁ, O. – FLEISCHMANNOVÁ, E. *Jak psát obchodní dopisy a jiné písemnosti pro střední školy a pro širokou veřejnost*. Praha: Fortuna, 2010. 200 s. ISBN 978-80-7373-009-3.

ČSN 01 6910 Úprava dokumentů zpracovaných textovými procesory

MACHOVÁ, K. *Obchodní korespondence ve španělštině*. Brno: Computer Press, a. s., 2008. 210 s. ISBN 978-80-251-1916-7.

PŘÍLOHY

PŘÍLOHA 1 – Obchodní dopis podle české normy

PŘÍLOHA 2 – Obchodní dopis podle španělské normy