

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Jméno autora: Mgr. Mária Filipová
Datum vytvoření: 29. 05. 2013
Číslo DUMu: VY_32_INOVACE_20_AJ_EP
Ročník: 1. – 4. ročník
Vzdělávací oblast: Jazyk a jazyková komunikace
Vzdělávací obor: Anglický jazyk
Tematický okruh: odborná slovní zásoba pro studenty ekonomických oborů
(Ekonomika a podnikání, Obchodník, Podnikání)
Klíčová slova: průmysl, výroba, průmyslové faktory

Metodický list/anotace:

Materiál slouží k seznámení se základní odbornou slovní zásobou pro studenty ekonomických oborů. Jedná se zejména o termíny z oblasti ekonomie.

Studenti odhadují na základě svých znalostí význam slov. V případě potřeby pracují se slovníkem.

Industry

Classification

Industry is classified into different sectors

- primary
- secondary
- tertiary
- quaternary

Secondary industry

Secondary industries take the *raw materials* produced by the primary sector and manufacture goods and products.

Examples of secondary industries: food processing, oil refining and energy production

Tertiary industry

- The ***tertiary sector*** is also called the *service sector* and involves the selling of services and skills.
- Examples of tertiary employment: health service, transportation, education, entertainment, tourism, finance

Quaternary industry

- The ***quaternary sector*** consists of industries providing information services, computing, ICT, consultancy and R&D (research)

Industrial factors

- power supply
- communications - including transport
- labour supply
- access to market
- grants and financial incentives
- raw materials

Remember

- There are two 'special cases' of industrial location:
Agglomeration is a number of producers in the same or related industries group together. An example is the large number of financial companies (eg banks and insurance companies) in the City of London.
Footloose industries are less dependent on specific geographical location. They can locate virtually anywhere in the world. Examples are computer software development, telephone sales and call centres.

Literatura

- JURASZKOVÁ ING, Marcela. Podniková ekonomika I: Učební texty pro 1. ročník. Střední škola obchodu, služeb a podnikání a Vyšší odborná škola, 2012.
- PHILLIPS, Janet a kol. Oxford studijní slovník. Oxford: Oxford University Press, 2010, ISBN 978019 430655 3.
- KOTLER, P.. Marketing Management. Praha: Grada Publishing, 2001, ISBN 80-247-0016-6.