



Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German


Boris Pawlenka

 **Download**

 **Online Lesen**

Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German Boris Pawlenka

 [Download Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: ...pdf](#)

 [Online Lesen Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bänd ...pdf](#)

Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German

Boris Pawlenka

Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German Boris
Pawlenka

Downloaden und kostenlos lesen Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German Boris Pawlenka

1117 Seiten

Kurzbeschreibung

Die Marketing-Community kommuniziert viel und gerne. Im internationalen Business global agierender Unternehmen findet diese Kommunikation in der Regel auf Englisch statt. Auch das tägliche deutsche Fachvokabular in Unternehmen und Agenturen ist stark von englischen oder amerikanischen Begrifflichkeiten geprägt – Tendenz steigend.

Das vorliegende Fachwörterbuch enthält rund 70.000 Einträge aus:

- Marketing
- Werbung
- Medien
- PR
- Film, Funk und Fernsehen
- Gestaltung und Typografie

Punktgenau übersetzt, kurz und prägnant, praxisgerecht. Ein absolutes Muss für jeden Kommunikations-Profi!

Vorwort ////

Das Englische ist ein einziger falscher Freund. ////

Es fängt schon in früher Jugend an. Stolz hört man die ersten Popsongs, fühlt sich tief verstanden in seinen Träumen und Herzenskatastrophen, macht ein erwachsenes Gesicht und schmettert die Refrains laut auf dem Pausenhof. Bevorzugt im Kreise anderer Eingeweihter. Aber was genau sind eigentlich „Obbl Jeans“, diese unbekannte Hosenmarke, und wer ist der mysteriöse „Don Camisi“? Man hat noch keine Ahnung, dass mindestens die Hälfte der Vokabeln, die man gehört zu haben meint, überhaupt nicht existieren. Erst Jahre später wurde mir klar, dass David Dundas von „Old blue Jeans“ erzählt (in seinem Megahit „Jeans on“), und dass F.R. David die Weisheit verbreitet „Words. don't come easy“ (in seinem Megahit „Words“). ////

Nun hat das strenggenommen natürlich nichts mit Vokabeln zu tun, sondern mit einem unausgebildeten Gehör für die englische Sprache. Aber auch als Oberschüler bleibt es tückisch: „Familiar“ bedeutet eben nicht „familiar“, und „sensible“ bedeutet nicht „sensibel“. Manch eine Klausur geht so in die Hose. ////

Dann kommt endlich das Berufsleben. Doch die Hinterhältigkeiten hören nicht auf. Jetzt geht es nicht mehr nur um Verständigung, sondern auch um Präzision. Nun kommt es darauf an, durch Sprache auch einen guten, nämlich professionellen Eindruck zu hinterlassen. Die Meetingteilnehmer werden es einen im Zweifel nicht spüren lassen, aber sie werden sich ihren Teil denken. Und jeder Beruf hat seine eigenen Sprachgebilde. Einen „Conversion Funnel“ gibet es bei den Ingenieuren zum Beispiel nicht. Gut, wenn man weiß, was gemeint ist. In der Medienwelt kommt es zudem darauf an, nicht „dated“ zu sein in der eigenen Wortwahl. Verstaubte Sprache ist wie ein unmodischer Anzug. Wer sagt uns, ob unser Englisch alt aussieht? ////

Deswegen suchen wir. Rennen durch die Büros, gehen ins Internet, fragen den englischen Praktikanten, rufen das Übersetzungsbüro an, sind uns nicht sicher. Meist gibt es dann fünf verschiedene Versionen. Und jede klingt irgendwie. englisch. Aber welche trifft es genau? ////

Dieses Buch kann helfen. Weil erstmals Menschen aus der Praxis, Native Speaker, Fachredakteure, „Betroffene“ versucht haben, eine nie da gewesene Spannbreite von Themen sprachlich aufzuschlüsseln. Durch eine kluge Aufbereitung und natürlich die CD-ROMs – auch für Apple – hilft das neue Instrument in jedem Arbeitsalltag. Es ist gleichzeitig interessante Lektüre und perfekter Coach. Äh.Reisebus? Nein, in diesem Fall nicht. ////

Ich bin mir sicher, dieses Werk wird Ihnen ein echter Freund sein.

////

Karen Heumann Klappentext

Vorwort Das Englische ist ein einziger falscher Freund. Es fängt schon in früher Jugend an. Stolz hört man die ersten Popsongs, fühlt sich tief verstanden in seinen Träumen und Herzenskatastrophen, macht ein erwachsenes Gesicht und schmettert die Refrains laut auf dem Pausenhof. Bevorzugt im Kreise anderer Eingeweihter. Aber was genau sind eigentlich "Obbl Jeans", diese unbekannte Hosenmarke, und wer ist der mysteriöse "Don Camisi"? Man hat noch keine Ahnung, dass mindestens die Hälfte der Vokabeln, die man gehört zu haben meint, überhaupt nicht existieren. Erst Jahre später wurde mir klar, dass David Dundas von "Old blue Jeans" erzählt (in seinem Meaghit "Jeans on"), und dass F.R. David die Weisheit verbreitet "Words ... don't come easy" (in seinem Megahit "Words"). Nun hat das strenggenommen natürlich nichts mit Vokabeln zu tun, sondern mit einem unausgebildeten Gehör für die englische Sprache. Aber auch als Oberschüler bleibt es tückisch: "Familiar" bedeutet eben nicht "familär", und "sensible" bedeutet nicht "sensibel". Manch eine Klausur geht so in die Hose. Dann kommt endlich das Berufsleben. Doch die Hinterhältigkeiten hören nicht auf. Jetzt geht es nicht mehr nur um Verständigung, sondern auch um Präzision. Nun kommt es darauf an, durch Sprache auch einen guten, nämlich professionellen Eindruck zu hinterlassen. Die Meetingteilnehmer werden es einen im Zweifel nicht spüren lassen, aber sie werden sich ihren Teil denken. Und jeder Beruf hat seine eigenen Sprachgebilde. Einen "Conversion Funnel" gibet es bei den Ingenieuren zum Beispiel nicht. Gut, wenn man weiß, was gemeint ist. In der Medienwelt kommt es zudem darauf an, nicht "dated" zu sein in der eigenen Wortwahl. Verstaubte Sprache ist wie ein unmodischer Anzug. Wer sagt uns, ob unser Englisch alt aussieht? Deswegen suchen wir. Rennen durch die Büros, gehen ins Internet, fragen den englischen Praktikanten, rufen das Übersetzungsbüro an, sind uns nicht sicher. Meist gibt es dann fünf verschiedene Versionen. Und jede klingt irgendwie ... englisch. Aber welche trifft es genau? Dieses Buch kann helfen. Weil erstmals Menschen aus der Praxis, Native Speaker, Fachredakteure, "Betroffene" versucht haben, eine nie da gewesene Spannbreite von Themen sprachlich aufzuschlüsseln. Durch eine kluge Aufbereitung und natürlich die CD-ROMs - auch für Apple - hilft das neue Instrument in jedem Arbeitsalltag. Es ist gleichzeitig interessante Lektüre und perfekter Coach. Äh ...Reisebus? Nein, in diesem Fall nicht. Ich bin mir sicher, dieses Werk wird Ihnen ein echter Freund sein. Karen Heumann Über den Autor und weitere Mitwirkende

Boris Pawlenka ist Marketingverantwortlicher bei HORIZONT, Zeitung für Marketing, Werbung und Medien. Nach der Ausbildung zum Verlagskaufmann und dem Studium der Wirtschaftswissenschaften ist er seit 1998 im Deutschen Fachverlag in verschiedenen Positionen für HORIZONT mitverantwortlich. ///

Karen Heumann ist seit 2004 im Vorstand der Werbeagentur Jung von Matt, Hamburg. Nach ihrem Wirtschafts- und Germanistikstudium und der Gründung einer eigenen Agentur in Cannes folgten weitere berufliche Stationen bei KNSK, BBDO, Leagas Delaney.

Karen Heumann ist zudem Vorstandsvorsitzende des account planning group deutschland e.V.

Download and Read Online Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German Boris Pawlenka #OZCK2AM63LF

Lesen Sie Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German von Boris Pawlenka für online ebook Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German von Boris Pawlenka Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German von Boris Pawlenka Bücher online zu lesen. Online Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German von Boris Pawlenka ebook PDF herunterladen Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German von Boris Pawlenka Doc Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German von Boris Pawlenka Mobipocket Fachwörterbuch Werbung, Marketing und Medien 2 Bände: Deutsch-Englisch/English-German von Boris Pawlenka EPub