

## **Abstrakt:**

Předmětem diplomové práce *Didaktické zpracování reklamních spotů ve výuce češtiny jako cizího jazyka* je poukázat na doposud nízkou frekvenci zařazení audiovizuálních prostředků určených ke komerčním účelům do jazykové výuky. V teoretické části jsou představeny základní principy a postupy komunikační metody. Vysvětlena je role videa v jazykové třídě i výběr vhodného audiovizuálního materiálu pro výuku. Jsou navrženy konkrétní aktivity začleňující video do vyučování. Dále jsou definovány reklamní texty, prostor je věnován také reklamě samotné a zásadám pro tvorbu pracovních listů. Náplní praktické části je obsahová analýza současných učebnic češtiny jako cizího jazyka, která mapuje práci s videem, respektive reklamními spoty. Následně jsou představeny čtyři sady výukových materiálů pro jazykové úrovně A1, A2, B1 a B2 dle *SERR*, které byly testovány lektory češtiny pro cizince prostřednictvím dotazníkového šetření a krátkých rozhovorů v různých typech skupinové výuky. Získaná data byla dále vyhodnocena. Respondenti se rovněž vyjádřili k otázce, jak často během svých lekcí realizují aktivity zahrnující video, čímž byla potvrzena hypotéza o minimálním využití audiovizuálních prostředků ve výuce češtiny pro nerodilé mluvčí.