Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FF UCM
Kód predmetu	KAA/beObch2-AJ/22
Názov predmetu	odborná komunikácia v obchodnej angličtine II
Rozsah	2S
Počet kreditov	4
Vyučujúci	PhDr. Gabriela Siantová, PhD. (hodnotiaci), doc. PaedDr. Juraj Miština, PhD. (prednášajúci)

Cieľ

1. Vedomosti: predmet sa zameriava na získanie a rozšírenie si vedomostí v oblasti odborného jazyka. Prostredníctvom aktuálnych tém z oblasti obchodnej angličtiny ako sú štruktúra spoločnosti, výber zamestnancov, obchod, marketing, export a import, zákaznícky servis sa študenti oboznámia s odborným jazykom, jeho typickými lingvistickými črtami a nadobudnú obchodnú terminológiu.
2. Zručnosti: z praktického hľadiska získajú študenti jazykové zručnosti, ktoré im umožnia efektívne komunikovať v písomnom a hovorenom prejave a uplatniť sa vo svete odbornej praxe. Študenti si upevnia i prezentačné zručnosti.
3. Profesijné kompetencie: schopnosť využívať dané vedomosti a zručnosti v praxi, schopnosť orientovať sa v pracovnom prostredí obchodnej spoločnosti.
4. Prenositeľné kompetencie: semináre budú svojim obsahom tiež rozvíjať tvorivé a kritické myslenie, tvorivosť, efektívnu komunikáciu a prezentáciu ako aj prácu v tíme a riešenie problémových situácií.

Podmienky na absolvovanie predmetu

Priebežné hodnotenie je za aktívnu účasť študenta na seminároch. Študent môže mať absenciu maximálne dvakrát počas semestra, v opačnom prípade sa nemôže zúčastniť záverečného hodnotenia. Záverečné hodnotenie (100%) získa študent za ústnu skúšku podľa nasledujúcej stupnice: 100 – 92 % – A, 91 – 83 % – B, 82 – 74 % – C, 73 – 65 % – D, 64 – 56 % – E, 55 – 0 % – FX.

Priebežné hodnotenie

Priebežné hodnotenie je za aktívnu účasť študenta na seminároch a vypracovanie zadania (20%). Študent môže mať absenciu maximálne dvakrát počas semestra, v opačnom prípade sa nemôže zúčastniť záverečného hodnotenia.

Záverečné hodnotenie

Záverečné hodnotenie (100%) získa študent za ústnu skúšku podľa nasledujúcej stupnice: 100 – 92 % – A, 91 – 83 % – B, 82 – 74 % – C, 73 – 65 % – D, 64 – 56 % – E, 55 – 0 % – FX.

Výsledky vzdelávania

1. Vedomosti: predmet sa zameriava na získanie a rozšírenie si vedomostí v oblasti odborného jazyka. Prostredníctvom aktuálnych tém z oblasti obchodnej angličtiny ako sú štruktúra spoločnosti, výber

zamestnancov, obchod, marketing, export a import, zákaznícky servis sa študenti oboznámia s odborným jazykom, jeho typickými lingvistickými črtami a nadobudnú obchodnú terminológiu.
2. Zručnosti: z praktického hľadiska získajú študenti jazykové zručnosti, ktoré im umožnia efektívne komunikovať v písomnom a hovorenom prejave a uplatniť sa vo svete odbornej praxe. Študenti si upevnia i prezentačné zručnosti.
3. Profesijné kompetencie: schopnosť využívať dané vedomosti a zručnosti v praxi, schopnosť orientovať sa v pracovnom prostredí obchodnej spoločnosti.
4. Prenositeľné kompetencie: semináre budú svojim obsahom tiež rozvíjať tvorivé a kritické myslenie, tvorivosť, efektívnu komunikáciu a prezentáciu ako aj prácu v tíme a riešenie problémových situácií.

Stručná osnova predmetu

1. Vznik obchodnej spoločnosti – terminológia.
2. Marketing – terminológia, prídavné mená, nepriama reč.
3. Reklamná činnosť (reklama na produkt, firemná reklama) – terminológia.
4. Online business. Rétorické jazykové prostriedky.
5. Import/Export – terminológia. Základné fakty o Európskej únii.
6. Bankovníctvo – terminológia. Funkcia a používanie 1. a 2. kondicionálu.
7. Burza cenných papierov – terminológia. Funkcia a používanie 3. kondicionálu.
8. Business a životné prostredie – terminológia.
9. Výročné správy a ich lingvistická charakteristika. Výsledky a výkon spoločnosti. Trendy vývoja spoločnosti. Obchodné prezentácie.
10. Medzinárodné obchodné vzťahy. Imperatívy.
11. Vybraná obchodná korešpondencia – formálny obchodný list.
12. Práca s textom. Obchodné noviny a časopisy.

Sylabus predmetu

1. Vznik obchodnej spoločnosti – terminológia.
2. Marketing – terminológia, prídavné mená, nepriama reč.
3. Reklamná činnosť (reklama na produkt, firemná reklama) – terminológia.
4. Online business. Rétorické jazykové prostriedky.
5. Import/Export – terminológia. Základné fakty o Európskej únii.
6. Bankovníctvo – terminológia. Funkcia a používanie 1. a 2. kondicionálu.
7. Burza cenných papierov – terminológia. Funkcia a používanie 3. kondicionálu.
8. Business a životné prostredie – terminológia.
9. Výročné správy a ich lingvistická charakteristika. Výsledky a výkon spoločnosti. Trendy vývoja spoločnosti. Obchodné prezentácie.
10. Medzinárodné obchodné vzťahy. Imperatívy.
11. Vybraná obchodná korešpondencia – formálny obchodný list.
12. Práca s textom. Obchodné noviny a časopisy.

Odporúčaná literatúra

ALLISON,J. APPLEBY, R. 2013. The Business C1 Advanced. Macmillan 2013.ISBN 9780230438040.
Cambridge Business English Dictionary. 2011. Cambridge University Press 2011. ISBN 9780521122504.
DUBICKA, I. 2011. Advanced Market Leader. Business English Course Book. Pearson Education Limited. 2011. ISBN 9781408237038.
EMMERSON, P. 2007. Business English Handbook Advanced. Macmillan 2007. ISBN 9781405086059.
LOUGHEED, L. 2003.Business Correspondence. A guide to everyday writing. Pearson Education, Inc. 2003. ISBN 0-13-089792-2.
TULLIS, G. TRAPPE, T. 2004. New Insights into Business. Longman. 2004. ISBN 9780582848870.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

anglický, slovenský

Poznámky

120 hodín, z toho:
Prezenčné / Kombinované štúdium (S, C): 24 hodín
Práca so slovníkmi, odbornou literatúrou, internetovými zdrojmi, samoštúdium: 96 hodín