

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/22bdKOMU112/22
Názov predmetu	odborná komunikácia v anglickom jazyku IV.
Rozsah	2S
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Magdaléna Ungerová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Denisa Kral'ovičová, PhD. (prednášajúci)

Cieľ

Predmet Odborná komunikácia v anglickom jazyku IV je zameraný na osvojenie si odbornej terminológie v oblasti komunikácie v širšom zmysle slova (marketingová komunikácia v médiách, krízová komunikácia, interkultúrna komunikácia, vyjednávanie, pracovné rokovanie a pod.) Súčasťou vyučovacieho procesu sú tiež diskusie na aktuálne otázky v súvislosti s predmetom štúdia, počúvanie anglických nahrávok a navodzovanie modelových situácií so zameraním na prehlbovanie vedomostí a získavanie nových zručností v odborne zameranom anglickom jazyku (ESP – English for Specific Purposes).

Obsahová prerekvizita

Predmet Odborná komunikácia v anglickom jazyku IV nadväzuje na predmety Odborná komunikácia v anglickom jazyku I až III a čiastočne i iné odborne zamerané predmety vyučované v slovenskom jazyku.

Podmienky na absolvovanie predmetu

Úspešné absolvovanie predmetu Odborná komunikácia v AJ IV (pre študijný program masmediálna komunikácia) podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny). V prípade väčšieho počtu absencií (3-4) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, prípadne iný dokument obsahujúci objasnenie dôvodov neúčasti študenta na seminároch. Každý prípad bude posudzovaný individuálne, prihliadnuc na všetky relevantné okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na seminároch (pozri Študijný poriadok UCM, § 13). Študent so schváleným individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať počas semestra ešte jednu seminárnu prácu na vymedzenú tému a prezentovať ju. V prípade vymeškania viac ako polovice prednášok nie je možné tento predmet ukončiť.

Záverečné hodnotenie je udelené na základe úspešného absolvovania dvoch priebežných písomných testov počas semestra, aktívnej účasti na hodinách a ústnej skúšky.

Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %):

30 % hodnotenia tvorí ústna skúška (30 bodov),

10% hodnotenia tvorí aktívna účasť na hodine (10 bodov),

60 % hodnotenia predstavuje úspešné absolvovanie dvoch písomných testov (za každý test je možné získať 30 bodov, spolu teda maximálne 60 bodov).

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % z bodov (celkovo 56 bodov zo 100 možných). Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným

poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Závěrečná hodnotící stupnice (v procentách):

A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami < 92-100 % >

B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami < 83-91 % >

C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky < 74-82 % >

D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby < 65-73 % >

E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám < 56-64 % >

Závěrečné hodnotenie

Závěrečné hodnotenie predmetu bude vychádzať z úspešnosti dvoch testov, aktivity na hodinách a úspešnosti na ústnej skúške.

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní tohto predmetu nadobudne nasledovné vedomosti, zručnosti a kompetencie:

VEDOMOSTI - týkajúce sa odbornej terminológie zameranej na médiá a marketing v anglickom jazyku;

ZRUČNOSTI - študent je schopný pripraviť kvalitnú praktickú prezentáciu v anglickom jazyku zameranú na oblasť štúdia;

KOMPETENCIE - študent si rozšíri komunikačné jazykové kompetencie, rozšíri slovnú zásobu, zlepší si argumentačné schopnosti, naučí sa pracovať v kolektíve a kooperovať, rozvíja si prezentačné zručnosti, rozvíja si logické a kritické myslenie.

Študent sa po absolvovaní predmetu dokáže orientovať v rámci základných tém využívaných v masmediálnej komunikácii (najmä oblasť marketingu v médiách), zlepší si slovnú zásobu v rámci vybraných tém, dokáže aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, následne ich identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi. Na základe teoretických vedomostí a práce na prezentácii je študent schopný sa úspešne prezentovať praxi (napr. pri prezentácii). rozvíja si analytické schopnosti, schopnosť argumentácie.

Stručná osnova predmetu

Je totožná so syllabom predmetu.

Syllabus predmetu

1. Media and marketing.
2. Media and marketing mix.
3. Media and advertising.
4. Public Relations - historical development and current position.
5. Building Media Relations.
6. Sponsorship and media.
7. Lobbying and media.
8. New media and its specific language.
9. Media and politics.
10. Political correctness and wokeness.
11. Media manipulation, hoaxes.
12. Crisis and intercultural communication.

Odporúčaná literatúra

Povinná literatúra:

Hulajová, L., & Ungerová, M. (2018). Media, Marketing Communication and Politics. FMK UCM.

Ungerová, M., & Škvareninová, O. (2022). Media Relations and Communication. FMK UCM.

Kačínová, V., & Hurajová, A. (2022). Selected Problems of Media Education: for Students of Mass Media Communication. FMK UCM.

Panasenko, N., I., & Greguš, L. (2022). Media text in the mirror of linguistics. Wolters Kluwer.

Odporúčaná literatúra:

Gore, S. (2011). English for Marketing and Advertising. Fraus.

Ceramella, N. (2008). Cambridge English for the Media. Cambridge University Press.

McCarthy, M., & O' Dell, F. (2005). English Vocabulary in Use. Advanced. Cambridge University Press.

Mascull, B. (1995). Key Words in the Media. Collins Educational.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

anglický jazyk úroveň B2/C1.

English for Specific Purposes - ESP