

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/22beKOMU010/22
Názov predmetu	odborná komunikácia v anglickom jazyku IV.
Rozsah	2S
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Magdaléna Ungerová, 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 aktívna účasť na hodine, úspešné absolvovanie záverečného písomného testu 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 záverečného písomného testu (zaň je možné získať 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.

Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách):

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 % >

FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta < 0-55 % >

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

I. sústredenie - médiá a marketing, marketingový mix v médiách, reklama a médiá, vzťahy s verejnosťou, media relations, sponzoring a médiá.

II. sústredenie - lobbying a médiá, nové médiá a ich špecifický jazyk, médiá a politika, politická korektnosť a kultúra woke, manipulácie v médiách, krízová a interkultúrna komunikácia.

Odporúčaná literatúra

Povinná literatúra:

Hulajová, Ľ., & 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, Ľ. (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 - C1