Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/24bdMARK002/24
Názov predmetu	anglický jazyk v marketingovej praxi I.
Rozsah	2S
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Anna Hurajová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Denisa Kraľovičová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie je udelené na základe ústnej skúšky, v rámci ktorej poslucháč vedie diskusiu so skúšajúcou osobou a preukazuje schopnosť samostatne argumentovať a flexibilne reagovať v rámci konverzácie zameranej na riešené tematické okruhy. Ústna skúška predstavuje 100 % hodnotenia.

Záverečná hodnotiaca stupnica:
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 %›.

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe, pričom poslucháč absolvuje záverečnú skúšku v zmysle vyššie uvedených pokynov. Absencie nad rámec povoleného množstva sú zdôvodňované a ospravedlňované individuálne, avšak do úvahy sa berú len relevantné dôvody a nepredvídateľné závažné okolnosti. Ospravedlnenia sa predkladajú výhradne v písomnej forme (e-mailom).

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:
• orientuje sa v rámci všeobecných tém a základných tém využívaných v marketingovej komunikácii, zlepší si slovnú zásobu v rámci vybraných tém, dokáže aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi,
• ovláda všeobecnú aj odbornú terminológiu marketingovej komunikácie v anglickom jazyku,
• na základe teoretických vedomostí a práce na oboch praktických výstupoch je študent schopný sa úspešne prezentovať praxi (napr. na pracovnom pohovore) a aktívne komunikovať,
• rozvíja si analytické schopnosti, schopnosť argumentácie,
• je schopný pripraviť kvalitnú praktickú prezentáciu životopisu v anglickom jazyku,
• dokáže počúvať s porozumením, ovláda gramatiku (gramatické javy ako napr. využívanie časov v praxi,

aktív a pasív, tvorba gramaticky správnych a vhodných otázok napr. v rámci prípravy na pohovor do zamestnania), čiastočne aj písanie (napr. motivačný list, oficiálne dokumenty, emaily a pod.),
• rozšíri si komunikačné jazykové kompetencie, odborné kompetencie, rozšíri slovnú zásobu, zlepší si argumentačné schopnosti, naučí sa pracovať v kolektíve a kooperovať, rozvíja si prezentačné zručnosti, logické a kritické myslenie.

Stručná osnova predmetu

1. Jazyk prezentácie, základy, dôležité výrazy, štruktúry a slovná zásoba. Video a audio nahrávky.
2. Rodovo - citlivý jazyk. Špecifiká rodovo-citlivého jazyka v marketingovej komunikácii. Slovná zásoba.
3. Špecifiká marketingu a marketingovej komunikácie. Základné pojmy. Video a audio nahrávky.
4. Marketing a marketingový mix. Marketingový mix zvoleného subjektu. Video a audio nahrávky.
5. Verbálna komunikácia. Neverbálna komunikácia. Základy, slovná zásoba a ustálené výrazy. Video a audio nahrávky.
6. Špecifiká marketingovej komunikácie. Online a offline komunikácia. Slovná zásoba a ustálené výrazy. Video a audio nahrávky.
7. Pracovný pohovor. Aktuálne trendy, špecifiká, slovná zásoba a užitočné výrazy. Video a audio nahrávky.
8. Tipy a triky na napísanie štruktúrovaného životopisu. Štruktúra, obsah, odborná angličtina a osobitosti prezentovania vo vzťahu k životopisu. Potreby súčasného trhu práce.
9. Opakovanie časov v angličtine a ich využitie v komunikácii.
10. Trpný a činný rod.
11. Tvorba gramaticky, štylisticky a vecne správnych viet.
12. Opakovanie a prehlbovanie nadobudnutých vedomostí a zručností.

Odporúčaná literatúra

1. Soars, L., Hancock, P. (2019). Headway, Advanced, Student´sbook. 5th edition, Oxford University Press.
2. Mascull, B. (2017). Business Vacabulary in Use: Advanced. [Slovná zásoba v podnikaní]. Cambridge University Press.
3. Ungerová, M., Škvareninová, O. (2022). Media Relations and Communication. FMK UCM.
4. Kollárová, D., Kraľovičová, D. (2022) Selected Issues of Marketing and Marketing Communication.
5. Panasenko, N., Greguš, Ľ. (2022). Media text in the mirror of linguistics. FMK UCM.
6. Murphy, R. (2019). English Grammar in Use with Answers and eBook. Cambridge University Press.
7. Cambridge Dictionary. (b.d.) [online]. Prevzaté 21. septembra 2023, z https://dictionary.cambridge.org
8. Smith, A. (2018). Flash on English for marketing and advertising. ELI S.r.l.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Spoločný európsky referenčný rámec pre jazyky-úroveň B2,C1.