Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/24bdMARK003/24
Názov predmetu	anglický jazyk v marketingovej praxi II.
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 študent je schopný pripraviť kvalitnú praktickú online prezentáciu video vizitky 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,
• 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. Základy skupinovej prezentácie. Dôležité frázy, štruktúra a slovná zásoba. Video a audio nahrávky.
2. Základy tvorby audio-vizuálnych výstupov. Princípy a jazykové štruktúry. Video a audio nahrávky. Slovná zásoba.
3. Špecifiká marketingu a marketingovej komunikácie. Základné pojmy. Video a audio nahrávky.
4. SWOT analýza zvoleného subjektu. Základné pojmy a súvislosti. Video a audio nahrávky.
5. Jazyk pri stretnutiach a poradách. Štruktúra stretnutí. Špecifický jazyk. Prezentovane faktov a údajov. Video a audio nahrávky.
6. Jazyk porád. Štruktúra porady. Osobitý jazyk. Prezentovanie faktov a údajov. Slovná zásoba.
7. Rodovo neutrálny jazyk a jeho špecifiká v marketingovej komunikácii.
8. Telefonický rozhovor. Zásadné frázy. Osobitosti online stretnutí. Audio a video nahrávky.
9. Písanie e-mailov. Špecifiká formálnych a neformálnych emailov. Dôležité frázy a slovná zásoba. Praktické príklady.
10. Osobitosti rozprávania, prezentovania a písania v online prostredí. Blogy, vlogy, atď. Ustálené spojenia a slovná zásoba. Praktické príklady.
11. Internetové stránky. Ustálené spojenia a slovná zásoba. Praktické príklady.
12. Opakovanie nadobudnutých vedomostí, zručností a kompetencií. Komunikačný blok.

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. 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.