

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/24bdMARK004/24
Názov predmetu	anglický jazyk v marketingovej praxi III.
Rozsah	2S
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Anna Hurajová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Denisa Kral'ovičová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach).

Vybrané skupiny študentov budú participovať v pilotnej projektovej výučbe v medzinárodných tímoch, pričom úspešné absolvovanie pilotnej výučby bude náhradou za ústnu časť záverečnej skúšky.

Študent môže získať spolu 100 bodov (100%):

- 50% hodnotenia tvorí krátka prezentácia a následný komunikačný blok na vybranú tému (25 + 25 bodov)
Komunikačný blok = kreatívna komunikačná aktivita zameraná na zlepšenie soft skills študentov. Študent sám vedie konverzáciu v malej skupine, používa pri tom príp. podporné materiály, ktoré si pripravil vopred (napr. kartičky so slovnou zásobou, kvíz, tajnička, rôzne vizuály, krátke videá, hry atď.). Dĺžka trvania 20-30 minút.
- 50% hodnotenia predstavuje úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky.

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100).
Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 – 56 =E; 55 a menej = FX.

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, zlepši si slovnú zásobu v rámci vybraných tém v oblasti marketingovej komunikácie, 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 odbornú tému v anglickom jazyku a rozvíjať následnú komunikáciu,
- rozvíja si analytické schopnosti, schopnosť argumentácie,
- je študent je schopný pripraviť kvalitnú, krátku praktickú prezentáciu s využitím odbornej terminológie v anglickom jazyku,

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

Stručná osnova predmetu

1. Marketingová komunikácia. Reklama. Podpora predaja. Vzťahy s verejnosťou. Osobný predaj. Direct marketing. Komunikačný blok.
2. Apely v reklame. Reklamné formáty. Informácie a apely. Postavy a farby v reklame. Písmo, hudba a copy writing. Vyjadrovacie prostriedky v reklame. Komunikačný blok.
3. Merchandising. Princípy, formy, spôsoby merchandisingu. Category management. Komunikačný blok.
4. Firemná identita a imidž. Faktory firemnej identity. Obsah design manuálu. Firemný imidž. Komunikačný blok.
5. Digitálny marketing. Komunikácia online marketingu. Reklama. Podpora predaja. Vzťahy s verejnosťou. Direct marketing. Komunikačný blok.
6. Digitálny marketing. Nástroje online komunikácie. Mobilný marketing. Webstránky. Komunikačný blok.
7. Opakovanie a prehlbovanie nadobudnutých vedomostí a zručností. Komunikačný blok.
8. Sociálne médiá. Facebook. Instagram. Tik Tok atď. Komunikačný blok.
9. Sociálne médiá. Influencer marketing. Komunikačný blok.
10. Fashion marketing. Marketingový mix. Špecifické nástroje fashion marketingu. Komunikačný blok.
11. Green marketing a greenwashing. Iné druhy washingu. Komunikačný blok.
12. Opakovanie a prehlbovanie nadobudnutých vedomostí a zručností.

Odporúčaná literatúra

1. Soars, L., Hancock, P. (2019). Headway, Advanced, Student´s book. 5th edition, Oxford University Press.
2. Mascull, B. (2017). Business Vocabulary 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., Kralovičová, 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>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

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