Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/24bdMARK005/24
Názov predmetu	anglický jazyk v marketingovej praxi IV.
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 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 odbornú terminológiu marketingovej komunikácie v anglickom jazyku,
• na základe teoretických vedomostí a práce na zadaní je študent schopný úspešne prezentovať zadanú tému a komunikovať v rámci skupiny,
• rozvíja si analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie,
• je schopný pripraviť kvalitnú prezentáciu s využitím odbornej terminológie v anglickom jazyku v rámci tímu,
• 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. Marketingová komunikácia. Reklama. Podpora predaja. Vzťahy s verejnosťou. Osobný predaj. Direct marketing. Komunikačný blok. Prípadová štúdia, cvičenia, praktická úloha.
2. Apely v reklame. Reklamné formáty. Informácie. Postavy a farby v reklame. Písmo, hudba a copywriting. Vyjadrovacie prostriedky v reklame. Prípadová štúdia, cvičenia, praktická úloha.
3. Merchandising. Princípy, formy, spôsoby merchandisingu. Category management. Prípadová štúdia, cvičenia, praktická úloha.
4. Firemná identita a imidž. Faktory firemnej identity. Obsah design manuálu. Firemný imidž. Prípadová štúdia, cvičenia, praktická úloha.
5. Digitálny marketing. Komunikácia online marketingu. Reklama. Podpora predaja. Vzťahy s verejnosťou. Direct marketing. Prípadová štúdia, cvičenia, praktická úloha.
6. Digitálny marketing. Nástroje online komunikácie. Mobilný marketing. Webstránky. Prípadová štúdia, cvičenia, praktická úloha.
7. Opakovanie a prehlbovanie nadobudnutých vedomostí a zručností. Komunikačný blok.
8. Sociálne médiá. Facebook. Instagram. Tik Tok atď. Prípadová štúdia, cvičenia, praktická úloha.
9. Sociálne médiá. Influencer marketing. Prípadová štúdia, cvičenia, praktická úloha.
10. Fashion marketing. Marketingový mix. Špecifické nástroje fashion marketingu. Prípadová štúdia, cvičenia, praktická úloha.
11. Green marketing a greenwashing. Iné druhy washingu. Prípadová štúdia, cvičenia, praktická úloha.
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.