Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/24bdMARK007/24
Názov predmetu	anglický jazyk v marketingovej praxi VI.
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 projektu s využitím odbornej literatúry,
• 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. Základné princípy písania projektu. Štruktúra a manažovanie projektu. Slovná zásoba týkajúca sa danej témy. Prípadové štúdie a ukážky. Komunikačný blok.
2. Základné princípy písania projektu. Štruktúra a manažovanie projektu. Slovná zásoba týkajúca sa danej témy. Prípadové štúdie a ukážky. Komunikačný blok.
3. Médiá a marketing. Médiá a marketingový mix. Komunikačný blok, slovná zásoba.
4. Budovanie vzťahov s médiami. Hovorcovia a médiá. Komunikačný blok, slovná zásoba.
5. Budovanie vzťahov s verejnosťou. Vytváranie kontaktov. Komunikačný blok, slovná zásoba.
6. Zopakovanie si osvojených vedomostí a slovnej zásoby. Revízne otázky.
7. Re-launching a re-branding. Základné princípy s špecifiká slovnej zásoby. Komunikačný blok.
8. Vernostné programy. Základné princípy a využívanie vernostných kariet. Cieľové skupiny. Špecifiká slovnej zásoby. Komunikačný blok.
9. Pracovná cesta. Frázy s slovná zásoba týkajúca sa cestovania. Zdvorilé žiadosti a otázky. Situačné hranie rolí. Britská a Americká angličtina. Vítanie návštevníkov. Špecifiká slovnej zásoby. Komunikačný blok.
10. Sponzoring ako nástroj marketingovej komunikácie. Špecifiká lobingu. Slovná zásoba a komunikačný blok.
11. Špecifiká využívania nových médií v marketingovej komunikácii. Komunikačný blok.
12. Zopakovanie si osvojených vedomostí a slovnej zásoby. Revízne otázky

Odporúčaná literatúra

1. Harboe, T. (2013). Method and Project Writing. [Písanie projektov a metódy]. Samfundslitteratur.
2. Kollárová, D., Kraľovičová, D. (2022). Selected Issues of Marketing and Marketing Communication. Specialized academic textbook in English. [Vybrané problémy marketingu a marketingovej komunikácie. Odborná akademická učebnica v angličtine]. FMK UCM Trnava.
3. Mascull, B. (2017). Business Vacabulary in Use: Advanced. [Slovná zásoba v podnikaní]. Cambridge University Press.
4. Smith, A. (2019). Flash on English for Marketing and Advertising. [Anglicky v marketingu a reklame].ELI s. r.l.
5. Ungerová, M., Škvareninová, O. (2022). Media Relations and Communication. Specialized academic textbook in English. [Vzťahy s médiami a komunikácia. Odborná akademická učebnica v angličtine]. FMK UCM Trnava.
6. Ungerová, M., Hulajová, Ľ. (2018). Media, Marketing Communication and Politics. [Médiá, Marketingová komunikácia a politika. Odborná akademická učebnica v angličtine]. FMK UCM Trnava.
7. Hurajová, A. (2020). Anglický jazyk v kontexte mediálnej komunikácie. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

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