

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/24beMARK006/24
Názov predmetu	anglický jazyk v marketingovej praxi V.
Rozsah	24sS
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Denisa Kral'ovičová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Anna Hurajová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje:

Študent môže získať spolu 100 bodov (100%):

- 50% hodnotenia tvorí krátka prezentácia na vybranú tému (25 + 25 bodov).
- 50% hodnotenia predstavuje úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky (zameranie na slovnú zásobu a posluš)

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, 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 zadani 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. Marketingový výskum Typy údajov a základné metódy výskumu. Tvorba dotazníka. Komunikačný blok, slovná zásoba a posluš.
2. Analýza dát. Zmeny a trendy v popisovaní údajov. Porozumenie grafom, dátam a ich prezentácia.

Komunikačný blok, slovná zásoba a posluch.

3. Nevyžiadané ponuky. Nevyžiadané e-maily a pošta. Uskutočňovanie a prijímanie nevyžiadaných telefónnych hovorov. Propagačné telefonáty. Komunikačný blok, písanie, slovná zásoba a posluch.
4. Reklama a jej prvky. Jazyk reklamy. Reklamné slogany. Reklama a médiá. Výber vhodného média pre reklamnú kampaň. Komunikačný blok, slovná zásoba a posluch.
5. Cieľové skupiny v reklame. Prípadové štúdiá. Etika v reklame. Komunikačný blok, slovná zásoba a posluch.
6. Rozhlasová a televízna reklama. Špecifiká. Komunikačný blok, slovná zásoba a posluch.
7. Zopakovanie si osvojených vedomostí a slovnej zásoby. Revízne otázky.
8. Práca a zamestnanosť. Práca v reklame. Práca, zodpovednosť a zručnosť. Porovnávanie pracovných pozícií. Úlohy a príležitosti. Komunikačný blok, slovná zásoba a posluch.
9. Verbálna a neverbálna komunikácia. Formálna a neformálna komunikácia. Komunikačný blok, slovná zásoba a posluch.
10. Komunikácia firiem. Krízová komunikácia. Interkultúrne aspekty a špecifiká komunikácie v medzinárodných firmách. Dotazník o kultúrnom povedomí. Komunikačný blok, slovná zásoba a posluch.
11. Nové formy komunikácie. Špecifiká online a offline komunikácie. Internet a sociálne siete.
12. Zopakovanie si osvojených vedomostí a slovnej zásoby. Revízne otázky.

Odporúčaná literatúra

1. Kollárová, D., Kral'ovičová, 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.
2. Mascull, B. (2017). Business Vocabulary in Use: Advanced. [Slovná zásoba v podnikaní]. Cambridge University Press.
3. Panasenko, N.I., Mudrochová, R. (2021). Advertisement text as semiotic construal. [Text reklamy ako semiotický konštrukt]. FMK UCM Trnava.
4. Smith, A. (2019). Flash on English for Marketing and Advertising. [Anglicky v marketingu a reklame]. ELI s. r.l.
5. 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.