# Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

| | |
|---|---|
| **Vysoká škola** | Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave |
| **Fakulta** | FMK UCM |
| **Kód predmetu** | KJK/25DIDI05/25 |
| **Názov predmetu** | anglický jazyk v praxi III. |
| **Rozsah** | 2S |
| **Počet kreditov** | 2 |
| **Vyučujúci** | Mgr. Natália Nagyová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Magdaléna Ungerová, PhD. (prednášajúci) |

### Podmienky na absolvovanie predmetu

Písomné testy (40 bodov / 40%)
• Dva písomné testy zamerané na odbornú terminológiu, čítanie s porozumením odborných textov a gramaticko-lexikálne cvičenia.
• Každý test môže získať maximálne 20 bodov.
Projekt a jeho prezentácia (30 bodov / 30%)
• Príprava a prezentácia projektu v anglickom jazyku na tému z oblasti digitálneho dizajnu (napr. UX/UI návrh, grafická koncepcia, marketingová stratégia).
• Hodnotí sa štruktúra projektu, kvalita prezentácie, využitie odborného jazyka a schopnosť reagovať na otázky publika.
Simulácia tímovej spolupráce (20 bodov / 20%)
• Simulácia tímovej práce na medzinárodnom projekte v anglickom jazyku (diskusia, riešenie problémov, návrhy riešení).
• Hodnotí sa aktívna účasť, schopnosť argumentácie, spolupráca a používanie terminológie.
Aktívna účasť na seminároch (10 bodov / 10%)
• Pravidelná a aktívna účasť na hodinách, vrátane úloh, diskusií a krátkych jazykových cvičení počas seminárov.

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:

1. teoretická zázemie (vedomosti):
- chápe pojmu digitálny dizajn v kontexte mediálnej komunikácie,
- nadobúda širšie povedomie o problematike digitálneho dizajnu, médií a komunikácie,
- získava ucelený súbor poznatkov zo všeobecnej terminológie z oblasti digitálneho dizajnu, médií a komunikácie,
- ovláda terminológiu UI/UX – anglické výrazy pre kľúčové procesy a prvky,
- ovláda anglické pomenovania pre grafické princípy a technické špecifikácie.

2. schopnosti:
- študent dokáže získané vedomosti analyticky spracovať a aplikovať pri riešení dizajnérskych úloh,
- dokáže pochopiť dizajnérske zadanie, vie posúdiť kvalitu rozhrania, dokáže pochopiť potreby používateľa.
3. zručnosti:
- bez problémov sa orientuje v natívnom anglickom rozhraní,
- dokáže plynulo predstaviť svoj projekt, zdôvodniť svoje rozhodnutia, argumentovať,
- zvláda konštruktívnu kritiku počas spoločných revízií dizajnu,
Vie napísať základný komentár, popísať interakcie, napísať sprievodnú správu v AJ.
4. kompetencie:
- študent je schopný samostatne pracovať v rámci interkultúrneho tímu,
- je kompetentný komunikovať v rámci globálnej komunity, ústne i písomne, vytvárať si vlastné portfólio v AJ.

## Stručná osnova predmetu

1. Streetart. Narácia v dizajne. Cesta hrdinu. Storyboard.
2. Pravidlo troch. Scenár a jeho plánovanie.Design Fiction.
3. Emócie a dizajn. Experience economy. .
4. Design, médiá a marketing, využitie marketingového mixu.
5. Design a Reklama, jazyk reklamy. Aktuálne trendy.
6. Rod, rodové stereotypy, rodovo-ciltivý jazyk a jeho využitie v praxi.
7. Dizajn a internet, nové médiá, umelá inteligencia.
8. Emotional journey a dizajn.
9. Dizajn, spolupráva v tíme. Emoji. Farby a emócie v dizajne.
10. Relevantné prípadové štúdie.
11. Prezentácie prác na zadané témy.
12. Opakovanie dosiahnutých znalostí, vedomostí a zručností

## Odporúčaná literatúra

1. Jones, L., & Kay, S. (2021). English for Business Communication. 3rd ed. Cambridge University Press.
2. Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2020). Universal Principles of Design. 2nd ed. Rockport Publishers.
3. Soars, L., Hancock, P. (2019). Headway, Advanced, Student´s book. 5th ed. Oxford University Press.
4. Ungerová, M.,& Škvareninová, O. (2022) Media Relations and Communication. FMK UCM.
5. Wheeler, A., & Meyerson, R. 2024. Designing Brand Identity.A Comprehensive guide to the world of brands and branding. 6th edition. Wiley.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu**

anglický jazyk - úroveň B2 - C1