Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/25bdKOMU005/25
Názov predmetu	anglický jazyk v mediálnej praxi II.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	PaedDr. Eva Habiňáková, PhD. (prednášajúci), Mgr. Magdaléna Ungerová, PhD. (prednášajúci), Mgr. František Rigo, PhD. (prednášajúci), Mgr. Denisa Kraľovičová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

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

Študent môže získať spolu 100 bodov (100%).
50% hodnotenia predstavuje úspešné absolvovanie záverečného písomného testu;
30% hodnotenia tvorí vypracovanie a prezentácia zadania na aktuálne témy súvisiace s predmetom štúdia;
20% hodnotenia tvorí aktuálna účasť na hodinách, zapájanie sa do moderovaných diskusií na aktuálne témy a dochádzka.

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100).
Záverečná hodnotiaca 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:
VEDOMOSTI týkajúce sa všeobecnej terminológie z oblasti médií a komunikácie, najmä s ohľadom na rozhlas v anglickom jazyku;
ZRUČNOSTI - študent je schopný pripraviť kvalitnú praktickú prezentáciu v anglickom jazyku na zadanú aktuálnu tému relevantnú k oblasti štúdia;
KOMPETENCIE - študent si rozšíri komunikačné jazykové kompetencie, odborné kompetencie, rozšíri si slovnú zásobu, zlepší si argumentačné schopnosti, naučí sa pracovať v kolektíve a kooperovať, rozvíja si prezentačné zručnosti, logické a kritické myslenie.

Študent sa po absolvovaní predmetu:
· orientuje v rámci všeobecných tém a základných tém využívaných v masmediálnej komunikácii s ohľadom na rozhlas, zlepší si slovnú zásobu v rámci vybraných tém, dokáže aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi;
· na základe teoretických vedomostí a práce na praktickom výstupe je študent schopný sa úspešne prezentovať (napr. na pracovnej porade) a aktívne komunikovať;

· rozvíja si analytické schopnosti, schopnosť argumentácie;
· výučba predmetu je zameraná prioritne na rozprávanie a prezentovanie a reflektuje súčasné potreby praxe;
· výučba sa tiež zameriava na nácvik počúvania komplexného odborne zameraného textu s porozumením, skvalitňovanie používania správnej gramatiky (napr. vzory slovies v konkrétnej praxi, frazálne slovesá, idiomatické spojenia), čiastočne i na písanie vlastných textov (napr. prezentácia údajov na porade, vypracovanie správy, formálne ospravedlnenie, atď).

Stručná osnova predmetu

1. Ako vizualizovať a prezentovať dáta. Vzory slovies v angličtine.
2. Grafy, tabuľky, dáta. Popisovanie trendov. Ako napísať a prezentovať správu.
3. Frazálne slovesá, žargón.
4. Komunikácia v zložitých situáciách. Ako napísať ospravedlnenie.
5. Rozhlas, história a míľniky vývoja.
6. Práca v rozhlase, rozhlasové žánre, aktuálne trendy.
7. Pracovná porada, briefing a debriefing.
8. Modálne slovesá a ich použitie, aktuálne trendy.
9. Manipulácie v médiách. Nestrannosť, objektivita, nástrahy postfaktuálnej doby.
10. Idiomatické kolokácie, ich použitie a význam.
11. Prezentácie prác na zadané témy.
12. Opakovanie dosiahnutých znalostí, vedomostí a zručností

Odporúčaná literatúra

1. Hudíková, Z., Habiňáková, E. (2018). Radio Broadcasting and Radio Production. FMK UCM.
2. Soars, L., Hancock, P. (2019). Headway, Advanced, Student´s book. 5th edition, Oxford
3. University Press.
4. Hurajová, A. (2020). Anglický jazyk v kontexte mediálnej komunikácie. FMK UCM.
5. Panasenko, N., Greguš, Ľ. (2022). Media text in the mirror of linguistics. FMK UCM.
6. Ungerová, M., Škvareninová, O. (2022). Media Relations and Communication.
7. Ceramella, N., Lee, E. (2008). Cambridge English for the Media. Cambridge University Press.
8. Farrall, C., Lindsley, M. (2008). Professional English in Use: Marketing. Cambridge University Press.