Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/25bdKOMU006/25
Názov predmetu	anglický jazyk v mediálnej praxi III.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Denisa Kraľovičová, PhD. (prednášajúci), Mgr. František Rigo, PhD. (prednášajúci), PaedDr. Eva Habiňáková, PhD. (prednášajúci), Mgr. Magdaléna Ungerová, 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

Vedomosti
Študent:
1. pozná odbornú terminológiu a základnú slovnú zásobu súvisiacu s masmediálnou komunikáciou, najmä v oblasti televízie, televízneho vysielania a televízneho spravodajstva;
2. pozná jazykové prostriedky a gramatické štruktúry potrebné na efektívnu ústnu a písomnú komunikáciu v anglickom jazyku v kontexte mediálnej praxe;
3. rozumie odbornému hovorenému a písanému textu a pozná základné princípy argumentácie, prezentácie a komunikácie v situáciách relevantných pre mediálnu prax.
Zručnosti
Študent:
1. dokáže porozumieť a interpretovať komplexný odborne zameraný text v anglickom jazyku a získané informácie ďalej spracovať;
2. dokáže samostatne prezentovať odborné informácie a výsledky vlastnej práce alebo výskumu, pričom primerane využíva odbornú slovnú zásobu, gramatické štruktúry a argumentačné postupy;
3. dokáže aktívne komunikovať v anglickom jazyku v situáciách relevantných pre mediálnu prax, vrátane diskusie, argumentácie a riešenia konfliktných či problémových situácií.

Kompetencie
Študent:
1. dokáže prepájať teoretické poznatky s ich praktickou aplikáciou a kriticky vyhodnocovať ich využitie v kontexte mediálnej komunikácie;
2. dokáže samostatne analyzovať a kriticky posudzovať informácie, formulovať vlastné stanovisko a primerane ho argumentačne obhájiť v anglickom jazyku;
3. dokáže efektívne a primerane komunikovať v anglickom jazyku v profesionálnom prostredí, so zohľadnením požiadaviek a potrieb súčasnej mediálnej praxe.
Myslím, že táto verzia je vhodná priamo do informačného listu, pretože sa zároveň vyhýba prílišnému prekrývaniu kategórií. Najmä pri kompetenciách som ich formulovala na vyššej úrovni – nejde už len o to, čo študent vie alebo vie urobiť, ale čo dokáže samostatne aplikovať, vyhodnocovať a využívať v praxi.

Stručná osnova predmetu

1. Kultúra, interkultúrna komunikácia. Ako sa vyhnúť opakovaniu.
2. Národy, stereotypy. Porovnávanie, opis podobností a rozdielností.
3. Britská a americká angličtina.
4. Televízia, história a míľniky vývoja.
5. Televízna produkcia, proces televíznej tvorby.
6. Televízne spravodajstvo, žurnalistické žánre v televízii.
7. Aktuálne trendy v televízii, spoločenská zodpovednosť médií.
8. Krízová komunikácia, riešenie konfliktov.
9. Spôsoby vyjadrenia dôrazu pri komunikácii.
10. Výskum historického obdobia. Podstatné mená vytvorené z frázových slovies.
11. Prezentácie prác na zadané témy.
12. Opakovanie dosiahnutých znalostí, vedomostí a zručností

Odporúčaná literatúra

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