Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/25bdKOMU007/25
Názov predmetu	anglický jazyk v mediálnej praxi IV.
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 slovnú zásobu súvisiacu s médiami a komunikáciou, najmä v oblasti mediálneho marketingu, reklamy a vzťahov s médiami;
2. pozná jazykové prostriedky a gramatické štruktúry potrebné na efektívnu ústnu a písomnú komunikáciu v anglickom jazyku v kontexte mediálnej praxe;
3. rozumie odborným hovoreným a písaným textom a pozná základné princípy argumentácie, prezentácie a komunikácie v situáciách relevantných pre marketingovú, reklamnú a mediálnu prax.
Zručnosti
Študent:
1. dokáže porozumieť, interpretovať a spracovať komplexný odborne zameraný text v anglickom jazyku a získané informácie aplikovať pri riešení praktických úloh;
2. dokáže pripraviť a samostatne prezentovať praktický výstup v anglickom jazyku na aktuálnu tému relevantnú k oblasti štúdia, pričom primerane využíva odbornú slovnú zásobu, jazykové a argumentačné prostriedky;
3. dokáže aktívne komunikovať a spolupracovať v anglickom jazyku, vyjadriť a obhájiť vlastný názor na

reklamné či marketingové posolstvo a primerane reagovať na názory ostatných.
Kompetencie
Študent:
1. dokáže prepájať teoretické poznatky s ich praktickou aplikáciou a analyzovať a kriticky vyhodnocovať komunikačné, marketingové a reklamné javy v mediálnej praxi;
2. dokáže samostatne formulovať, argumentačne podporiť a kriticky posúdiť vlastné stanovisko v anglickom jazyku, pričom využíva analytické, logické a kritické myslenie;
3. dokáže efektívne komunikovať a kooperovať v anglickom jazyku v profesionálnom prostredí, využívať prezentačné a odborné kompetencie a primerane uplatňovať komunikačné stratégie vrátane rodovo citlivého jazyka.

Stručná osnova predmetu

1. Životný štýl, rovnováha medzi prácou a súkromím.
2. Podmienkové vety, využitie „would“ v angličtine.
3. Frázové slovesá, idiomatické spojenia, vyjadrenie postoja.
4. Médiá a marketing, marketingový mix v médiách.
5. Reklama, jazyk reklamy. Aktuálne trendy.
6. Vzťahy s médiami, sponzoring a lobbying.
7. Internet, nové médiá, umelá inteligencia.
8. Rod, rodové stereotypy, rodovo-citlivý jazyk.
9. Vzťažné vety, príčastia a ich použitie pri tvorbe textu.
10. Homonymá, homofónne slová a homografické slová. Klišé v médiách.
11. Prezentácie prác na zadané témy.
12. Opakovanie dosiahnutých znalostí, vedomostí a zručností

Odporúčaná literatúra

1. Hulajová, Ľ., Ungerová, M. (2018). Media, Marketing Communication and Politics. 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.