Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/25bdKOMU009/25
Názov predmetu	anglický jazyk v mediálnej praxi VI.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. František Rigo, PhD. (prednášajúci), PaedDr. Eva Habiňáková, PhD. (prednášajúci), Mgr. Magdaléna Ungerová, 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

Vedomosti
Študent:
1. pozná odbornú terminológiu a slovnú zásobu z oblasti médií a komunikácie so zameraním na digitálnu komunikáciu a jej riziká;
2. pozná základné princípy kritického myslenia a overovania informácií a rozumie problematike hoaxov, fake news a ďalších foriem manipulatívnej komunikácie v digitálnom prostredí;
3. rozumie jazykovým a komunikačným prostriedkom potrebným na efektívnu prezentáciu, argumentáciu a diskusiu o aktuálnych a kontroverzných témach v anglickom jazyku.
Zručnosti
Študent:
1. dokáže samostatne vyhľadávať, spracovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať informácie v anglickom jazyku so zohľadnením rizík digitálnej komunikácie;
2. dokáže pripraviť a realizovať odbornú prezentáciu v anglickom jazyku na aktuálnu tému relevantnú k oblasti štúdia a primerane pritom využívať odbornú slovnú zásobu, argumentačné a prezentačné stratégie;
3. dokáže formulovať, prezentovať a obhájiť vlastný názor na problematiku hoaxov, fake news a ďalších kontroverzných tém, aktívne počúvať a primerane reagovať na názory iných.

Kompetencie
Študent:
1. dokáže samostatne aplikovať získané teoretické poznatky pri analýze a kritickom hodnotení obsahu digitálnej komunikácie a identifikovať potenciálne manipulatívne alebo neoverené informácie;
2. dokáže samostatne a logicky argumentovať v anglickom jazyku, kriticky posudzovať rôzne informačné zdroje a formulovať relevantné a odborne podložené stanoviská;
3. dokáže efektívne komunikovať, prezentovať a spolupracovať v anglickom jazyku v odbornom a digitálnom prostredí, pričom využíva nadobudnuté jazykové, odborné, analytické, prezentačné a kritické kompetencie v súlade s požiadavkami súčasnej mediálnej praxe.

Stručná osnova predmetu

1. Nové technológie, súčasnosť a budúcnosť.
2. Komplexnosť vyjadrenia budúcnosti v angličtine.
3. Veda a vedecký pokrok, ich reflexia v médiách.
4. Synonymá a antonymá. Ako napísať recenziu.
5. Zlomové okamihy ľudstva. Metaforický jazyk a jeho špecifiká
6. Tvorba komplexného textu. Spojky a ich využitie.
7. Aktuálne otázky masmediálnej komunikácie.
8. Digitálna komunikácia, hoaxy a fact-checking
9. Mediálna výchova, mediálna gramotnosť, kritické myslenie.
10. Angličtina ako jazyk globálnej komunikácie, anglicizmy v slovenčine.
11. Prezentácie prác na zadané témy.
12. Opakovanie dosiahnutých znalostí, vedomostí a zručností

Odporúčaná literatúra

1. Kačinová, V., Hurajová, A. (2022). Selected Problems of Media Educatin: For Students of Mass Media Communication. 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.