Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/26bdDIZO02/26
Názov predmetu	odborná komunikácia v anglickom jazyku II.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	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 a rozumie rozšírenej odbornej a profesijno-akademickej slovnej zásobe a terminológii a rozumie jej významu a použitiu v rôznych odborných komunikačných situáciách;
2. pozná a rozumie gramatickým štruktúram a jazykovým prostriedkom charakteristickým pre akademický a odborný štýl v anglickom jazyku;
3. rozumie princípom práce s odborne zameranou literatúrou a odborným textom a pozná základné postupy akademického písania, prezentovania a odbornej diskusie.
Zručnosti
Študent:
1. dokáže samostatne používať odbornú a profesijno-akademickú slovnú zásobu a gramatické štruktúry v ústnej aj písomnej komunikácii;
2. dokáže spracovať odborné informácie a vytvárať primerané akademické a odborné výstupy, vrátane abstraktu, osnovy, písomnej evaluácie, prezentácie a diskusného príspevku;
3. dokáže efektívne prezentovať a obhajovať vlastné stanovisko v anglickom jazyku, reagovať na aktuálne domáce a svetové dianie, vyjadrovať postoje a pocity a primerane riešiť komunikačné nedorozumenia a problémové situácie.

Kompetencie
Študent:
1. dokáže samostatne aplikovať získané jazykové a odborné poznatky v akademických a profesijných komunikačných situáciách a primerane voliť jazykové prostriedky podľa komunikačného kontextu;
2. dokáže kriticky pracovať s odbornými informáciami, formulovať a argumentačne podporiť vlastné stanovisko k odborným, spoločenským a aktuálnym témam;
3. dokáže efektívne komunikovať, prezentovať a kooperovať v anglickom jazyku, rešpektovať odlišné postoje a aktívne sa podieľať na riešení komunikačných a odborných úloh v individuálnej aj skupinovej práci.

Stručná osnova predmetu

1. Introductory lesson. Needs assessment questionnaire (ESP)
2. Media mix.
3. Media Literacy.
4. PR and lobbying.
5. Media SWOT analysis.
6. Vocabulary revision.
7. Marketing ethics.
8. Customer needs and behaviour.
9. Media Literacy programmes.
10. Events and sports sponsorship.
11. Vocabulary revision.
12. Videos dealing with the topics mastered - discussion, activities.
13. Final evaluation of the course, extra activities (conversation).

Odporúčaná literatúra

1. Ceramella, N., & Lee, E. (2008). Cambridge English for the media. Cambridge University Press.
2. Evans, V., Dooley, J., & Bloom, M. (2016). Public relations. Express Publishing.
3. Farrall, C., & Lindsley, M. (2008). Professional English in use: Marketing. Cambridge University Press.
4. Habiňák, A., & Habiňáková, E. (2023). Idiomatics and their semiotic reflection in the flow of images and words in media. European Journal of Media, Art and Photography, 11(1), 86–97.
5. Panasenko, N., & Greguš, Ľ. (2022). Media text in the mirror of linguistics. FMK UCM.
6. Soars, L., & Hancock, P. (2019). Headway advanced: Student's book (5th ed.). Oxford University Press.
7. Ungerová, M., & Škvareninová, O. (2022). Media relations and communication. FMK UCM.