Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KJK/26beSPOT01/26
Názov predmetu	anglický jazyk v praxi I.
Rozsah	24sS
Počet kreditov	3
Vyučujúci	Mgr. Denisa Kraľovičová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie je udelené na základe ústnej skúšky, v rámci ktorej poslucháč vedie diskusiu so skúšajúcou osobou a preukazuje schopnosť samostatne argumentovať a flexibilne reagovať v rámci konverzácie zameranej na riešené tematické okruhy. Ústna skúška predstavuje 100 % hodnotenia. Záverečná hodnotiaca stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92 – 100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83 – 91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74 – 82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65 – 73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56 – 64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0 – 55 %>.

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: · orientuje sa v rámci všeobecných tém a základných tém využívaných v oblasti psychológie, marketingovej komunikácie a neurovedy, 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, · dokáže lepšie rozumieť motivácii a potrebám spotrebiteľov, je schopný analyzovať a interpretovať rozhodovacie procesy spotrebiteľov a na ich základe navrhovať marketingové stratégie a optimalizovať marketingovú komunikáciu podľa potrieb a preferencií cieľových skupín, · na základe teoretických vedomostí a práce na oboch praktických výstupoch je študent schopný sa úspešne prezentovať praxi (napr. prezentácia štatistických dát a výsledkov prieskumu, projektov, CV atď.) a aktívne komunikovať, · dokáže počúvať s porozumením, ovláda gramatiku (gramatické javy ako napr. využívanie podmienok a časov v praxi, činného a trpného rodu, predložiek, fráz atď.), · rozšíri si komunikačné jazykové kompetencie (napr. komunikácia s klientom), odborné kompetencie, rozšíri si slovnú zásobu, zlepší si analytické a argumentačné schopnosti, naučí sa pracovať v kolektíve a kooperovať, rozvíja si prezentačné zručnosti, logické a kritické myslenie.

Odporúčaná literatúra

1. Kollárová, D., Kraľovičová, D. (2022) Selected Issues of Marketing and Marketing Communication. FMK UCM Trnava. 2. Murphy, R. (2019). English Grammar in Use with Answers and eBook. Cambridge University Press. 3. Vysekalová, J. a kol. (2023) Psychologie reklamy. Grada Publishing. a.s. 4. Vysekalová, J. (2004) Psychologie spotřebitele. Jak zákazníci nakupují. Grada Publishing. a.s. 5. Kusa, A., & Franić, D. (2023). Spotrebiteľ a spotrebiteľské správanie. Letra Edu. 6. Cambridge Dictionary. (b.d.) [online]. Prevzaté 21.

septembra 2023, z https:// dictionary.cambridge.org 7. Hierhold, E. (2008). Rétorika a prezentace (7. aktualiz. vyd.). Grada Publishing.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Spoločný európsky referenčný rámec pre jazyky-úroveň B2,C1.