



### KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	<b>Z-EKON1-U-301</b>
Nazwa przedmiotu	<b>Język angielski III</b>
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	<b>English III</b>
Obowiązuje od roku akademickiego	<b>2019/2020</b>

### USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	<b>EKONOMIA</b>
Poziom kształcenia	<b>I stopień</b>
Profil studiów	<b>Ogólnoakademicki</b>
Forma i tryb prowadzenia studiów	<b>Studia niestacjonarne</b>
Zakres	<b>Wszystkie zakresy</b>
Jednostka prowadząca przedmiot	<b>Wydziałowe Laboratorium Języków Obcych</b>
Koordinator przedmiotu	<b>Mgr Agnieszka Szczepaniak</b>
Zatwierdził	<b>Dr hab. inż. Artur Bartosik, prof. PŚk</b>

### OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów	<b>Przedmiot kształcenia ogólnego</b>
Status przedmiotu	<b>Obowiązkowy</b>
Język prowadzenia zajęć	<b>Angielski</b>
Usytuowanie modułu w planie studiów – semestr	<b>Semestr III</b>
Wymagania wstępne	<b>Język angielski II</b>
Egzamin (TAK/NIE)	<b>NIE</b>
Liczba punktów ECTS	<b>2</b>

Forma prowadzenia zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze			18		

## EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Umiejętności	U01	Student potrafi napisać list formalny w wersji elektronicznej; posiada umiejętność wyrażania opinii na tematy społeczno-ekonomiczne; umie przygotować i przedstawić prezentację w j. ang. dotyczącą zagadnień ekonomicznych.	EKNO1_U06
	U02	Student potrafi zdobywać, interpretować i dokonywać porównań informacji ze źródeł anglojęzycznych; umie opisać różne rodzaje wykresów; potrafi prowadzić korespondencję biznesową w j. angielskim.	EKON1_U07
Kompetencje społeczne	K01	Student podnosi swoje kompetencje językowe celem doskonalenia zawodowego.	EKON1_K05

## TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
laboratorium	1. Firma; zakładanie i prowadzenie działalności gospodarczej. Liczebniki: umiejętność odczytywania ułamków, walut, procentów.
	2. Groupon i Dinka – przykłady innowacyjności w prowadzeniu firm. Zdania czasowe.
	3. Przemiany w firmie na przykładzie japońskiej firmy TSC.
	4. Marketing i produkt. Kluczowe zasady marketingu.
	5. Znane firmy (Adidas) na rynku chińskim.
	6. Budowa pytań. Uzyskiwanie informacji drogą telefoniczną.
	7. Wykorzystanie marketingu w celu uzyskania lepszych wyników sprzedaży na przykładzie Wincote International.
	8. Planowanie; <i>business plan</i> . Czy <i>business plan</i> jest konieczny? Określanie przyszłości z wykorzystaniem <i>be going to</i> , <i>Present Continuous</i> , <i>would like</i> .
	9. Spotkania firmowe: włączanie się do rozmowy, wyjaśnianie. Pisanie sprawozdania.

## METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne
U01			X			
U02			X			
K01						X

## FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
laboratorium	zaliczenie z oceną	Uzyskanie co najmniej 50% punktów z kolokwium w trakcie zajęć

## NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS							
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta					Jednostka
		W	C	L	P	S	
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów			18			h
2.	Inne (konsultacje, egzamin)			2			h
3.	<b>Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego</b>	<b>20</b>					h
4.	<b>Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego</b>	<b>0,8</b>					ECTS
5.	<b>Liczba godzin samodzielnej pracy studenta</b>	<b>30</b>					h
6.	<b>Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy</b>	<b>1,2</b>					ECTS
7.	<b>Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym</b>	<b>50</b>					h
8.	<b>Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym</b>	<b>2,0</b>					ECTS
9.	<b>Sumaryczne obciążenie pracą studenta</b>	<b>50</b>					h
10.	<b>Punkty ECTS za moduł</b> <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	<b>2</b>					ECTS

## LITERATURA

1. Cotton D., Falvey D., Kent S., *MARKET LEADER student's book*, Pearson Education Limited, 2012
2. Cotton D., Falvey D., Kent S., *MARKET LEADER workbook*, Pearson Education Limited, 2012
3. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners, 2002.
4. Business Grammar and Usage.
5. Materiały pozyskane z Internetu oraz prasy anglojęzycznej.