



Język obcy (II)

Foreign language (II)

Program studiów dla przedmiotu obowiązujący od cyklu kształcenia	2025/2026
Kierunek studiów	Marketing
Rok i semestr studiów	Rok II/ Semestr III
Poziom kształcenia	Studia I stopnia
Profil kształcenia na kierunku	Praktyczny
Moduł kształcenia dla przedmiotu	Ogólny
Nazwa specjalizacji (jeśli przedmiot specjalizacyjny)	-

Forma zajęć	Liczba godzin		ECTS	Forma zaliczenia	Waga
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne			
Lektoraty	30	16	2	Zaliczenie bez oceny	100%
Razem za zajęcia dydaktyczne	30	16			
Praca własna studenta	20	34			
Ogółem	50	50			

Cele kształcenia dla przedmiotu

1.	Zaznajomienie studenta z gramatyką i leksyką wybranego języka obcego umożliwiające mu porozumiewanie się w tym języku w codziennych sytuacjach życiowych.
2.	Zaznajomienie studenta z elementami specjalistycznej terminologii w języku obcym z zakresu marketingu.

Efekty uczenia się

WIEDZA			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student zna i rozumie)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
W1	Zna struktury gramatyczne wybranego języka obcego.	MAR_WG02 MAR_WG03	Wykonanie zadań, ćwiczeń podczas zajęć, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, Kolokwium pisemne, praca pisemna
W2	Student posiada wiedzę na temat zasad fonetyki oraz stylistyki wypowiedzi, co pozwala na poprawne konstruowanie komunikatów w zależności od kontekstu (formalny/nieformalny).		Wykonanie zadań, ćwiczeń podczas zajęć, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, Kolokwium pisemne, praca pisemna
W3	Zna specjalistyczną terminologię w języku obcym z obszaru marketingu		Wykonanie zadań, ćwiczeń podczas zajęć, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, Kolokwium pisemne

UMIEJĘTNOŚCI			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student potrafi)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
U1	Student potrafi porozumiewać się w języku obcym, dyskutując na tematy związane z życiem codziennym, podróżami, edukacją, pracą i marketingiem.	MAR_UK01 MAR_UK02 MAR_UK03 MAR_UU01 MAR_UW08	Wykonanie zadań, ćwiczeń podczas zajęć, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, Kolokwium pisemne
U2	Czyta ze zrozumieniem teksty w języku obcym oraz rozumie wypowiedzi ustne w tym języku.		Wykonywanie zadań podczas zajęć
U3	Dokonyje poprawnego tłumaczenia tekstów pomiędzy językiem obcym a językiem ojczystym, w tym tekstów z obszaru marketingu		Wykonanie zadań, ćwiczeń podczas zajęć, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, Kolokwium pisemne, praca pisemna
U4	Skutecznie komunikuje się w języku obcym wykorzystując zintegrowane umiejętności językowe, w tym posługując się specjalistyczną terminologią z obszaru marketingu		Wykonanie zadań tłumaczeniowych podczas zajęć
U5	Korzysta z dostępnych w Internecie słowników językowych oraz innych nowoczesnych pomocy w celu uczenia się języka obcego oraz komunikowania się w tym języku.		Wykonanie zadań tłumaczeniowych podczas zajęć

KOMPETENCJE SPOŁECZNE



L.p.	Efekty przedmiotowe (Student jest gotów do)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
K1	Jest świadomy fundamentalnego znaczenia języka obcego dla możliwości porozumiewania się w życiu codziennym oraz w działalności zawodowej we współczesnym świecie.	MAR_KK01	Udział w dyskusji, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, praca pisemna
K2	Uświadamia sobie praktyczne znaczenie znajomości języka obcego w pracy.	MAR_KK01	Udział w dyskusji Wypowiedzi ustne podczas zajęć

Treści kształcenia

L.p.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin	
		Lektoraty	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Środki płatności i pobyt w hotelu – leksyka.	3	2
2.	Struktura i zastosowanie czasów przeszłych	3	1
3.	Biznes i słownictwo biznesowe – leksyka.	3	2
4.	Struktura i zastosowanie czasów przeszłych	3	1
5.	Handel – leksyka.	3	1
6.	Kontrastywne i kompleksowe zastosowanie czasów przeszłych	3	2
7.	Komunikacja biznesowa – leksyka.	3	2
8.	Marketing - leksyka	3	2
9.	Rynek i otoczenie biznesowe – leksyka.	3	2
10.	Terminologia z zakresu marketingu, pogłębienie zagadnień w zakresie czasów przeszłych	3	1
Razem		30	16

Metody kształcenia

Forma zajęć	Metody kształcenia
Lektoraty	Metody podające: objaśnianie lub wyjaśnianie. Metody aktywizujące: metoda inscenizacyjna, symulacja, dyskusja dydaktyczna. Metody eksponujące: film, film edukacyjny. Metody praktyczne: ćwiczenia / zadania przedmiotowe. Formy pracy: indywidualna, w małych grupach, w parach. Inne: ćwiczenia komunikacyjne.

Warunki zaliczenia

Sposób zaliczenia	Wagi (%)
	Lektoraty
Kolokwium/-a pisemne – test	30%
Kolokwium/-a pisemne – pytania lub zadania otwarte	30%
Praca pisemna przygotowana poza zajęciami	20%
Wypowiedzi ustne podczas zajęć (np. w trakcie dyskusji, debaty)	20%
Razem	100%

Rozliczenie pracy własnej studenta

L.p.	Czynności w ramach pracy własnej	Szacowana liczba godzin	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Bieżące utrwalanie materiału leksykalnego i gramatycznego z zajęć.	4	6
2.	Wykonywanie zadań domowych.	4	7
3.	Przygotowanie wypowiedzi pisemnych (np. esej, list formalny).	5	9
4.	Czytanie artykułów lub książek w języku obcym, dostosowanych do poziomu zajęć.	3	6
5.	Przygotowanie do testów kontrolnych.	4	6
Razem		20	34

Literatura obowiązkowa

1.	Np. Dla j. angielskiego: Christina Latham-Koenig, English File 4th edition, Wydawnictwo Oxford University ELT, 2019
2.	Np. Dla j. angielskiego: Michael Vince, Language Practice for B2 First, Wydawnictwo Macmillan, 2024
3.	Np. Dla j. niemieckiego: Hartmut Aufderstrasse. Delfin Lehrwerk fuer Deutsch als Fremdsprache, Wydawnictwo Max Hueber Verlag, 2001

Inne materiały dydaktyczne

1	Internetowe zasoby audio-wideo.
2	Internetowe słowniki języka obcego.