



Język obcy (III)

Foreign language (III)

Program studiów dla przedmiotu obowiązujący od cyklu kształcenia	2025/2026
Kierunek studiów	Marketing
Rok i semestr studiów	Rok II/ Semestr IV
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.	Utrwalenie i poszerzenie kompetencji językowych w zakresie słownictwa ogólnego i struktur gramatycznych na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.
2.	Zaznajomienie studenta z elementami specjalistycznej terminologii w języku obcym z zakresu marketingu
3.	Przygotowanie studentów do rozumienia kultury, samodzielnego korzystania z obcojęzycznych źródeł literatury fachowej i dalszego samokształcenia w zakresie języka obcego.

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	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).	MAR_WG03	Wykonanie zadań, ćwiczeń podczas zajęć, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, Kolokwium pisemne, praca pisemna
W3	Zna specjalistyczną terminologię w języku obcym z obszaru marketingu	MAR_WG02	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	Wykonanie zadań, ćwiczeń podczas zajęć, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, Kolokwium pisemne
U2	Student potrafi czytać ze zrozumieniem teksty współczesne (artykuły, blogi, reportaże) oraz wyszukiwać w nich szczegółowe informacje.	MAR_UU01	Wykonanie zadań, ćwiczeń podczas zajęć, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, Kolokwium pisemne, praca pisemna
U3	Student potrafi tworzyć spójne i logiczne wypowiedzi pisemne na tematy ogólne, wyrażając swoje zdanie, argumentując i opisując doświadczenia.	MAR_UW08	Wykonanie zadań, ćwiczeń podczas zajęć, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, Kolokwium pisemne, praca pisemna

KOMPETENCJE SPOŁECZNE



L.p.	Efekty przedmiotowe (Student jest gotów do)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
K1	Student jest gotów do przełamywania barier językowych i aktywnego uczestnictwa w dyskusjach, wykazując otwartość na różnice kulturowe.	MAR_KK01	Udział w dyskusji Wypowiedzi ustne podczas zajęć
K2	Student jest gotów do samodzielnego poszerzania kompetencji językowych, korzystając z różnorodnych źródeł informacji w języku angielskim.	MAR_KK01	Udział w dyskusji, Wypowiedzi ustne podczas zajęć, praca pisemna

Treści kształcenia

L.p.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin	
		Lektoraty	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Działalność handlowa i sprzedaż – leksyka.	3	1
2.	Struktura i zastosowanie czasów przyszłych: czas przyszły	3	2
3.	Marketing – podstawowe terminy.	3	2
4.	Struktura i zastosowanie czasów przyszłych	3	1
5.	Finansowe aspekty marketingu – leksyka.	3	1
6.	Struktura i zastosowanie czasów przyszłych: zaaranżowana przyszłość	3	2
7.	Marketing-mix – leksyka.	3	2
8.	Kontrastywne zastosowanie czasów przyszłych	3	2
9.	Promocja – leksyka.	3	2
10.	Kontrastywne, kompleksowe zastosowanie wszystkich czasów przyszłych języka obcego	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 angielskim, 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.