



Język obcy (IV)
Foreign language (IV)

Program studiów dla przedmiotu obowiązujący od cyklu kształcenia	2025/2026
Kierunek studiów	Marketing
Rok i semestr studiów	Rok III/ Semestr V
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	3	Egzamin	100%
Razem za zajęcia dydaktyczne	30	16			
Praca własna studenta	45	59			
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 z zakresu marketingu.
3.	Przygotowanie studentów do rozumienia kultury angielskiej, samodzielnego korzystania z angielskojęzycznych źródeł literatury fachowej i dalszego samokształcenia w zakresie języka angielskiego.

Efekty uczenia się

WIEDZA			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student zna i rozumie)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
W1	Student zna i rozumie rozbudowane struktury leksykalne i gramatyczne języka angielskiego na poziomie B2, niezbędne do opisywania ludzi, miejsc, zjawisk, relacji społecznych i problemów marketingowych.	MAR_WG02	Egzamin
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	Wypowiedzi ustne podczas zajęć. Egzamin
W3	Student zna słownictwo dotyczące szeroko pojętej kultury, nauki, techniki, życia społecznego oraz marketingu, umożliwiające zrozumienie tekstów kultury i informacji medialnych.	MAR_WG02	Egzamin

UMIEJĘTNOŚCI			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student potrafi)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
U1	Student potrafi porozumiewać się w języku angielskim na poziomie B2, 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. Egzamin
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. Egzamin
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.

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

Treści kształcenia

L.p.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin	
		Lektoraty	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Controlling i audit w marketing – leksyka.	3	2
2.	Zdania złożone - struktura i zastosowanie - kompleksowe zastosowanie spójników.	3	1
3.	Prawo i systemy podatkowe w obszarze marketing – leksyka.	3	2
4.	Czasowniki frazowe - rozdzielne i nierozdzielne.	3	1
5.	Finanse przedsiębiorstwa, instytucji, gospodarstwa domowego – leksyka.	3	2
6.	Czasowniki modalne - ich funkcje i formy.	3	1
7.	Analiza i tłumaczenie tekstów specjalistycznych z zakresu marketingu.	3	1
8.	Mowa zależna - zasady tworzenia i zastosowania.	3	2
9.	Prezentacja wybranego tematu z zakresu marketingu w języku angielskim - wypowiedź ustna.	3	2
10.	Kompleksowe zastosowanie rzeczowników, przymiotników, i przysłówków w różnych zdaniach z uwzględnieniem wszystkich czasów języka angielskiego (teraźniejszość, przeszłość, przyszłość).	3	2
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
Egzamin końcowy – część pisemna i ustna; egzamin wewnętrzny lub certyfikujący znajomość języka na poziomie co najmniej B2 ESOKJ	100%
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.	5	5
2.	Wykonywanie zadań domowych.	5	5
3.	Przygotowanie wypowiedzi pisemnych (np. esej, list formalny).	5	10
4.	Czytanie artykułów lub książek w języku obcym, dostosowanych do poziomu zajęć.	5	10
5.	Przygotowanie do testów kontrolnych i egzaminu końcowego	25	29
Razem		45	59

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 w j.obcym.
2	Internetowe słowniki języka obcego.
3	Arkusze wcześniejszych testów i egzaminów językowych