

Uchwała Nr 93/2022
Senatu Akademii Nauk Stosowanych w Tarnowie
z dnia 16 grudnia 2022 roku
w sprawie ustalenia programu studiów na kierunku
Języki obce w komunikacji (e-) biznesowej
– studia pierwszego stopnia, o profilu praktycznym
od roku akademickiego 2023/2024

Na podstawie art. 28 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 20 lipca 2018 roku Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz.U. z 2022 r. poz. 574 z późn. zm.), § 21 ust. 2 pkt 12 Statutu Akademii Nauk Stosowanych w Tarnowie (t.j. przyjęty Uchwałą Nr 23/2021 Senatu Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Tarnowie z dnia 18 czerwca 2021 r., z późn. zm.), uchwała się co następuje:

§1.

Senat Akademii Nauk Stosowanych w Tarnowie ustala program studiów na kierunku Języki obce w komunikacji (e-) biznesowej – studia pierwszego stopnia, o profilu praktycznym od roku akademickiego 2023/2024 stanowiący Załączniki nr 1, nr 2, nr 3, nr 4 i nr 5 do niniejszej Uchwały.

§ 2.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

REKTOR

dr hab. Małgorzata Kępa, prof. Uczelni

OPIS KIERUNKU STUDIÓW CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW I PROGRAMU STUDIÓW	
Instytut:	Wydział Humanistyczny
Nazwa kierunku studiów:	Języki obce w komunikacji (e-)biznesowej
Specjalność, specjalizacja w zakresie:	
Poziom studiów:	pierwszy
Forma studiów:	stacjonarne
Profil:	praktyczny
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	studia stacjonarne - 6
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	licencjat
Łączna liczba godzin zajęć (konieczna do ukończenia studiów):	2940
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	180
Dziedzina/-y naukowa/-e, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów: Dyscyplina/-y naukowa/-e, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów:	Dziedzina nauki: dziedzina nauk społecznych Dyscyplina/y: nauki o zarządzaniu i jakości Dziedzina nauki: dziedzina nauk humanistycznych Dyscyplina/y: językoznawstwo Dyscyplina wiadomości: językoznawstwo
Przyporządkowanie efektów uczenia się do dyscyplin naukowych/artystycznych	językoznawstwo - 58% nauki o zarządzaniu i jakości - 42%
Przyporządkowanie punktów ECTS do dyscyplin naukowych/artystycznych	dyscyplina wiadomości: językoznawstwo - punkty ECTS: 154 - udział: 86% dyscypliny pozostałe: nauki o zarządzaniu i jakości - punkty ECTS: 26 - udział: 14% dyscypliny pozostałe: brak - punkty ECTS: 0 - udział: 0%
Warunki przyjęcia na studia:	opis poniżej
1) Opis warunków, wynikających z Regulaminu rekrutacji, stawianych kandydatowi ubiegającemu się o przyjęcie na studia:	<p>O przyjęcie na studia mogą ubiegać się zarówno osoby posiadające obywatelstwo polskie jak i obcokrajowcy, którzy uzyskali świadectwo dojrzałości lub jego odpowiednik w danym kraju uprawniający do ubiegania się o przyjęcie na studia wyższe.</p> <p>Kandydaci ubiegający się o przyjęcie do naszej Uczelni muszą spełnić wymagania formalne określone przepisami wewnętrznymi Uczelni. Nowa matura: czarna i biała - pisemna: język obcy nowożytny. Stara matura: czarna i biała - pisemna lub ustna: język obcy nowożytny. Przedmiot zdawany na poziomie rozszerzonym minimum jest przez 2.0, natomiast na poziomie dwujęzycznym przez 3.0.</p> <p>O zakwalifikowaniu kandydata na pierwszy rok studiów decyduje bieżąca lokata na liście rankingowej w granicach ustalonej liczby miejsc na dany kierunek.</p>
2) Warunki rekrutacji, z uwzględnieniem laureatów oraz finalistów olimpiad stopnia centralnego, a także laureatów konkursów międzynarodowych oraz ogólnopolskich:	Warunki rekrutacji, z uwzględnieniem laureatów oraz finalistów olimpiad stopnia centralnego, a także laureatów konkursów międzynarodowych oraz ogólnopolskich określone w Uchwale Senatu ANS w Tarnowie.
3) Przewidywany limit przyjęcia na studia:	Określony coroczną uchwałą Senatu Akademii Nauk Stosowanych w Tarnowie.
Wymogi związane z ukończeniem studiów (praca dyplomowa, egzamin dyplomowy, inne):	<p>Uzyskanie zaliczenia i zdanie wszystkich egzaminów zgodnie z programem studiów, napisanie pracy dyplomowej i obronienie jej podczas egzaminu dyplomowego.</p> <p>UWAGA DODATKOWA: W programie studiów uwzględniono możliwość uzyskania liczby punktów</p>

	ECTS w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość, nie w kształceniu zostało to określone w przepisach powszechnie obowiązujących.
Kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe jakie uzyskuje absolwent kierunku:	<p>TYTUŁ ZAWODOWY: Absolwent kierunku otrzymuje tytuł zawodowy licencjat.</p> <p>SYLWETKA ABSOLWENTA: Absolwent kierunku Języki obce w komunikacji (e-)biznesowej potrafi kompetentnie uczestniczyć w specjalistycznej komunikacji z rodzimymi użytkownikami języka niemieckiego i angielskiego w szeroko pojętej działalności biznesowej, zarówno w biznesie tradycyjnym wykorzystującymi techniki e-biznesowe, jak również w e-biznesie.</p> <p>W obszarze wiedzy i umiejętności z zakresu komunikacji w językach obcych w (e-)biznesie: -potrafi posługiwać się w działaniach komunikacyjnych językiem niemieckim i angielskim ogólnym oraz niemieckim i angielskim językiem biznesu na poziomie B2+ wg ESOKJ; -posiada w zaawansowanym stopniu wiedzę o języku, językach specjalistycznych oraz pragmatycznych, dyskursywnych, socjolingwistycznych i psycholingwistycznych uwarunkowaniach komunikacji językowej oraz potrafi ją wykorzystać w praktyce w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie: *potrafi uczestniczyć w rutynowej komunikacji na co dzień, w rozmowach negocjacyjnych oraz rozmowach telefonicznych oraz przygotować wystąpienia ustne oraz prowadzić korespondencję handlową w języku niemieckim i angielskim, *potrafi analizować oraz twórczo wykorzystać modele tekstów użytkowych i specjalistycznych przyjęte w polskiej przestrzeni językowo-kulturowej oraz w przestrzeni językowo-kulturowej krajów niemieckiego i angielskiego obszaru językowego oraz tłumaczy pisemne i ustne teksty biznesowe, -posiada wiedzę dotyczącą wybranych zagadnień z zakresu kultury Niemiec/Austrii i Szwajcarii oraz Wielkiej Brytanii/USA oraz ma wiadomości i podobieństwa kulturowych między Polską a tymi krajami, a także szanuje wartości innych kultur;</p> <p>W obszarze wiedzy i umiejętności z zakresu (e-)biznesu: - zna ekonomiczne, społeczne, technologiczne i prawne uwarunkowania e-biznesu i potrafi je wykorzystać w działalności biznesowej; - posiada w zaawansowanym stopniu wiedzę i umiejętności z zakresu marketingu i zarządzania marketingowego oraz handlu tradycyjnego i internetowego; - potrafi posługiwać się narzędziami, metodami, strategiami wykorzystywanymi we wdrażaniu marketingu cyfrowego oraz w zarządzaniu marketingiem tradycyjnym i cyfrowym (np. przy obsłudze wybranych platform sprzedażowych i pozycjonowaniu stron internetowych); zajęcia prowadzone są w formie warsztatów przez dołączonych specjalistów-praktyków z branży e-commerce i e-marketing; -posiada i potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu coachingu w biznesie do rozwiązywania zadań oraz problemów związanych z komunikacją w (e-)biznesie;</p> <p>W obszarze kompetencji społecznych absolwent jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy, do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu, do wypełniania zobowiązań społecznych, do współorganizowania działalności na rzecz środowiska lokalnego oraz do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w środowisku (e-)biznesowym oraz współdziałania w grupie przyjmując w niej różne role.</p> <p>MIEJSCA PRACY ABSOLWENTA: W odniesieniu do uzyskanych kompetencji z zakresu specjalistycznej komunikacji wielojęzycznej (dyscyplina wiodąca w programie studiów to językoznawstwo) absolwenci będą mogli znaleźć zatrudnienie: - w firmach sektora biznesowego, w których za najważniejsze cechy profilu kompetencyjnego kandydata będzie uważana bardzo dobra znajomość języka niemieckiego i angielskiego (np. w sektorze usług nowoczesnych: centrach outsourcingu procesów biznesowych oraz</p>

centrach usług wspólnych);

- w firmach sektora biznesowego, w których znajomość tych języków będzie traktowana jako atut i może przełożyć się na decyzję w sprawie zatrudnienia (np. w koncernach międzynarodowych);
- w firmach sektora biznesowego, w których oprócz znajomości języka niemieckiego i angielskiego biznesu konieczna jest znajomość technik i narzędzi sprzedaży w (e-)biznesie (np. w obsłudze platform sprzedaży, w firmach oferujących e-usługi, w dziale marketingu);
- w podmiotach współpracujących z partnerami zagranicznymi w sektorach usługowych oraz produkcyjnych o zróżnicowanym profilu działalności gospodarczej/w szerokim spektrum branżowym (np. również w turystyce czy branży IT);
- jako przedsiębiorca prowadzący działalność gospodarczą, wprowadzający na rynek krajowy lub międzynarodowy produkty lub usługi.

STANOWISKA PRACY ABSOLWENTA:

Absolwent kierunku języki obce w komunikacji (e-)biznesowej posiadający kompetencje specjalisty ds. obcojęzycznej komunikacji w e-biznesie lub biznesie tradycyjnym wykorzystującym techniki e-biznesowe jest przygotowany do podjęcia pracy jako:

- specjalista ds. obsługi klienta e-commerce z językami niemieckim i j. angielskim
- specjalista ds. marketingu internetowego z językami niemieckim i j. angielskim
- specjalista ds. obsługi klienta obcojęzycznego w (e-)biznesie z językami niemieckim i j. angielskim
- specjalista ds. sprzedaży zagranicznej w biurze obsługi klienta
- specjalista ds. obsługi sklepu internetowego z językami niemieckim i j. angielskim
- specjalista ds. spraw marketingu i reklamy z językami niemieckim i angielskim.

MOżliwość DALSZEGO KSZTAŁCENIA:

Absolwent kierunku języki obce w komunikacji (e-)biznesowej może kontynuować naukę:

- na studiach II stopnia na kierunkach związanych z kształceniem kadr dla biznesu;
- na studiach II stopnia na kierunkach filologicznych, na których wymagany jest poziom B2+ znajomości języka/ języków objętych programem studiów;
- na studiach podyplomowych w obszarze nauk społecznych i humanistycznych;

Liczba punktów ECTS	
studiów (konieczna do ukończenia studiów)	180
zajęcia prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących (dla studiów stacjonarnych wynosi co najmniej połowę punktów ECTS objętych programem studiów, wliczamy praktyki zawodowe)	108,47
zajęcia kształtujących umiejętności praktyczne (na studiach o profilu praktycznym powyżej 50% punktów uzyskanych w ramach studiów)	117,93
zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych	0
zajęcia do wyboru (fakultatywne; nie mniej niż 30% punktów uzyskanych w ramach studiów)	58 (32%)
zajęcia z języka obcego	0
praktyk zawodowych	32

Efekty uczenia się dla kierunku studiów z odniesieniami do charakterystyk efektów uczenia się pierwszego i drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji

Nazwa kierunku studiów		Języki obce w komunikacji (e-)biznesowej	
Poziom kształcenia		studia pierwszego stopnia	
Profil kształcenia		praktyczny	
Kod efektu dla kierunku	Efekty uczenia się dla kierunku Po ukończeniu studiów absolwent:	Odniesienie do efektów uczenia się zgodnych z Polską Ramą Kwalifikacji	
		Kod charakterystyk uniwersalnych I stopnia	Kod charakterystyk II stopnia
WIEDZA			
JO_W01	posiada w zaawansowanym stopniu wiedzę dotyczącą wybranych faktów i zjawisk z zakresu językoznawstwa zorientowaną na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	P6U_W	P6S_WG
JO_W02	zna w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu językoznawstwa znajdując zastosowanie w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	P6U_W	P6S_WG
JO_W03	posiada w zaawansowanym stopniu wiedzę dotyczącą wybranych faktów i zjawisk z zakresu kultury własnej oraz kultury krajów danego obszaru językowego zorientowaną na komunikację z klientami i partnerami biznesowymi	P6U_W	P6S_WG
JO_W04	posiada w zaawansowanym stopniu wiedzę dotyczącą wybranych faktów i zjawisk z zakresu nauk o zarządzaniu i jakością zorientowaną na zastosowania praktyczne w działalności (e-)biznesowej	P6U_W	P6S_WG
JO_W05	zna zasady, narzędzia, metody i procedury związane z marketingiem tradycyjnym i internetowym	P6U_W	P6S_WG
JO_W06	zna w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu nauk o zarządzaniu i jakością znajdując zastosowanie w działalności (e-)biznesowej	P6U_W	P6S_WG
JO_W07	zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego	P6U_W	P6S_WK
JO_W08	zna podstawowe przepisy prawne związane z prowadzeniem działalności (e-)biznesowej	P6U_W	P6S_WK
JO_W09	zna zasady bezpieczeństwa i higieny pracy w instytucjach związanych z działalnością biznesową	P6U_W	P6S_WK
UMIĘTNOŚCI			
JO_U01	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu językoznawstwa celem formułowania i rozwiązywania złożonych, typowych i nietypowych zadań oraz problemów związanych z rutynową komunikacją codzienną oraz komunikacją specjalistyczną, w zakresie działalności (e-)biznesowej	P6U_U	P6S_UW
JO_U02	potrafi właściwie dobierać źródła, analizować, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje	P6U_U	P6S_UW

JO_U03	potrafi w zaawansowanym stopniu stosować terminologię z zakresu językoznawstwa znajdując zastosowanie w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	P6U_U	P6S_UW
JO_U04	posiada umiejętność merytorycznego argumentowania z wykorzystaniem poglądów innych autorów, formułowania wniosków oraz udziału w debacie	P6U_U	P6S_UK, P6S_UW
JO_U05	potrafi dobrać i stosować metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, właściwe dla działań komunikacyjnych w działalności (e-)biznesowej	P6U_U	P6S_UK, P6S_UW
JO_U06	potrafi poprawnie stosować poznaną terminologię związaną z prowadzeniem biznesu tradycyjnego i internetowego	P6U_U	P6S_UW
JO_U07	potrafi posługiwać się narzędziami wdrażania i zarządzania marketingiem tradycyjnym i internetowym oraz inicjować ich rozwój	P6U_U	P6S_UW
JO_U08	potrafi wykorzystać marketing w procesie rozwoju biznesu oraz rozwoju otoczenia społeczno-gospodarczego	P6U_U	P6S_UW
JO_U09	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jako cel formułowania i rozwiązywania złożonych, typowych i nietypowych zadań oraz problemów związanych z działalnością (e-)biznesową	P6U_U	P6S_UW
JO_U10	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane informacje z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa autorskiego	P6U_U	P6S_UW
JO_U11	potrafi, w oparciu o różne źródła, przygotowywać typowe i nietypowe prace pisemne w języku polskim i w przewidzianych programem studiów językach obcych dotyczące zagadnień szczegółowych z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu językoznawstwa	P6U_U	P6S_UK
JO_U12	potrafi, w oparciu o różne źródła, tworzyć wypowiedzi ustne w języku polskim i w przewidzianych programem studiów językach obcych, dotyczące zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii z zakresu językoznawstwa	P6U_U	P6S_UK
JO_U13	potrafi posługiwać się w działaniach komunikacyjnych językiem niemieckim ogólnym zgodnie z wymaganiami określonymi dla danego semestru studiów, a docelowo na poziomie B2+ wg ESOKJ	P6U_U	P6S_UK
JO_U14	potrafi posługiwać się w działaniach komunikacyjnych językiem angielskim ogólnym zgodnie z wymaganiami określonymi dla danego semestru studiów, a docelowo na poziomie B2+ wg ESOKJ	P6U_U	P6S_UK
JO_U15	potrafi kompetentnie uczestniczyć w komunikacji specjalistycznej w niemieckim języku biznesu zgodnie z wymaganiami określonymi dla danego semestru studiów, a docelowo na poziomie B2+ wg ESOKJ, uwzględniając jej uwarunkowania językowe, pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystując posiadaną wiedzę poza język	P6U_U	P6S_UK
JO_U16	potrafi kompetentnie uczestniczyć w komunikacji specjalistycznej w angielskim języku biznesu zgodnie z wymaganiami określonymi dla danego semestru studiów, a docelowo na poziomie B2+ wg ESOKJ, uwzględniając jej uwarunkowania językowe, pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystując posiadaną wiedzę poza język	P6U_U	P6S_UK
JO_U17	potrafi planować i organizować działania komunikacyjne w ramach (e-)biznesu, a także współdziałać w grupie przyjmując w niej różne role	P6U_U	P6S_UO
JO_U18	potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	P6U_U	P6S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			

JO_K01	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudno ści z samodzielnym rozwini zaniem problemu	P6U_K	P6S_KK
JO_K02	jest gotów do wypełniania zobowi za społecznych, współorganizowania działalno ści na rzecz rodowiska lokalnego	P6U_K	P6S_KO
JO_K03	jest gotów do działania w sposób przedsi biorczy	P6U_K	P6S_KO
JO_K04	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w rodowisku (e-)biznesowym	P6U_K	P6S_KR
JO_K05	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej oraz wymagania tego od innych, a także ponoszenia odpowiedzialno ści za własne działania	P6U_K	P6S_KR
JO_K06	jest wiadom ró nic i podobie stw mi dzy kulturami i szanuje warto ści innych kultur	P6U_K	P6S_KR

Kod charakterystyk uniwersalnych I stopnia zgodnie z zał cznikiem do Ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (t.j. Dz. U. 2020, poz. 226), Uniwersalne charakterystyki poziomów I stopnia w PRK.

Kod charakterystyk II stopnia zgodnie z zał cznikiem do Rozporz dzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wy szszego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia uczenia si dla kwalifikacji na poziomie 6-8 (Dz. U. 2018 r., poz. 2218), Cz ł I - Charakterystyki II stopnia efektów uczenia si dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji, ORAZ dla dziedziny sztuki: Cz ł II - Charakterystyki II stopnia efektów uczenia si dla kwalifikacji na poziomach 6-7 Polskiej Ramy Kwalifikacji dla dziedziny sztuki (rozwini cie zapisów zawartych w cz łci I), ORAZ kompetencje in ynierskie: Cz ł III - Charakterystyki II stopnia efektów uczenia si dla kwalifikacji na poziomach 6-7 Polskiej Ramy Kwalifikacji umo liwiaj cych uzyskanie kompetencji in ynierskich (rozwini cie zapisów zawartych w cz łci I).

	Komunikacja w przedsiębiorstwie w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Korespondencja w biznesie w języku angielskim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Wziaszenia w gospodarstwie przyrodniczym w języku niemieckim w oparciu o wziaszenia [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Ćwiczenia warsztatowe i teoretyczne [wykład]	0	1	0
	Praktyka atrybiuta językowa w (o)Szkole [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Wprowadzenie do teorii i praktyki tłumaczenia [wykład]	1	0	0
	Wprowadzenie do teorii i praktyki tłumaczenia [wziaszenia audytorne]	0	1	0
	Wystąpienia ustne w biznesie w języku angielskim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Zarządzanie marketingowe produktami [wykład]	1	0	0
	Zarządzanie marketingowe produktami [wziaszenia audytorne]	0	1	0
	Zarządzanie marketingowe usługami [wykład]	1	0	0
	Zarządzanie marketingowe usługami [wziaszenia audytorne]	0	1	0
	Zarządzanie projektami w działalności biznesowej [wziaszenia audytorne]	0	1	0
	Zarządzanie zasobami ludzkimi [wziaszenia audytorne]	0	1	0
	Razem semestr 3	4	18	0
4	Analiza porównawcza tekstów użytkowych w języku angielskim i polskim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Gramatyka stosowana języka niemieckiego [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Komunikacja w języku niemieckim ogólnym [wziaszenia praktyczne]	1	0	0
	Komunikacja w przedsiębiorstwie w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Korespondencja w biznesie w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Praktyka zawodowa [praktyka zawodowa]	0	1	0
	Spełnienie odpowiedzialności biznesu [wziaszenia praktyczne]	1	0	0
	Wziaszenia pisemne tekstów ekonomiczno-prawniczych: ang-pol - pol-ang [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Wziaszenia pisemne tekstów marketingowych: ang-pol - pol-ang [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Razem semestr 4	2	7	0
Razem rok 2				
		6	25	0
5	Analiza porównawcza tekstów użytkowych w języku niemieckim i polskim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Analiza tekstów ekonomiczno-prawniczych w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Analiza tekstów marketingowych w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Korespondencja w biznesie w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Negocjacje w biznesie w języku angielskim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Seminarium dyplomowe: komunikacja specjalistyczna w angielskim języku biznesu [seminarium dyplomowe]	0	1	0
	Seminarium dyplomowe: komunikacja specjalistyczna w niemieckim języku biznesu [seminarium dyplomowe]	0	1	0
	Wziaszenia pisemne tekstów ekonomiczno-prawniczych: ang-pol - pol-ang [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Wziaszenia pisemne tekstów ekonomiczno-prawniczych: niem-pol - pol-niem [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Wziaszenia pisemne tekstów marketingowych: ang-pol - pol-ang [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Wziaszenia pisemne tekstów marketingowych: niem-pol - pol-niem [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Wziaszenia ustne w biznesie: angielsko-polskie i polsko-angielskie [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Razem semestr 5	0	12	0
6	Analiza tekstów ekonomiczno-prawniczych w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Analiza tekstów marketingowych w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Komunikacja telefoniczna w biznesie w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Negocjacje w biznesie w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Praktyka zawodowa [praktyka zawodowa]	0	1	0
	Seminarium dyplomowe: komunikacja specjalistyczna w angielskim języku biznesu [seminarium dyplomowe]	0	1	0
	Seminarium dyplomowe: komunikacja specjalistyczna w niemieckim języku biznesu [seminarium dyplomowe]	0	1	0
	Wziaszenia ustne w biznesie: niemiecko-polskie i polsko-niemieckie [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Wprowadzenie na rynek pracy [wykład]	0	0	1
	Wystąpienia ustne w biznesie w języku niemieckim [wziaszenia praktyczne]	0	1	0
	Razem semestr 6	0	9	1
Razem rok 3		0	21	1

Opiszenie:

- W wykład
 - C ćwiczenia audytorne
 - L lektorat
 - S seminarium dyplomowe, zajęcia seminaryjne
 - CP ćwiczenia praktyczne
 - DM ćwiczenia specjalistyczne (medyczne), ćwiczenia specjalistyczne (kliniczne)
 - LO ćwiczenia laboratoryjne
 - LI laboratorium informatyczne
 - ZTI zajęcia z technologii informatycznych
 - P ćwiczenia projektowe
 - ZT zajęcia terenowe
 - CT ćwiczenia terenowe na obozach programowych
 - SK samokształcenie
 - PR praktyka zawodowa
 - INE ćwiczenia specjalistyczne (artyzyczne/projektowe), ćwiczenia specjalistyczne (sportowe), ćwiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), ćwiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), ćwiczenia specjalistyczne (terenowe), pracownia dyplomowa
- ECTS punkty ECTS
 Stac. przedm. status przedmiotu
 O/F obowiązkowy/fakultatywny

Wziaszenia: 20-12-2022, 09:11:17

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Analityka w e-commerce				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235237	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	1	Semestr:		2	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2	LI	20	Zaliczenie z ocen	2
Razem			20		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pierwszego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna zasady, narz dzia zwi zane z analityk w e-commerce - w tym metody wyci gania wybranych danych	JO_W05	wykonanie zadania, kolokwium
2	potrafi wła ciwie doбира ródła, analizowa , ocenia , selekcyjnowa i wykorzystywa dane	JO_U02	wykonanie zadania, kolokwium
3	potrafi doбира i stosowa metody i narz dzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, wła ciwe dla działa komunikacyjnych w działałno ci e-commerce	JO_U05	wykonanie zadania, kolokwium
4	potrafi posługiwa si narz dziami analitycznymi w ramach e-commerce	JO_U07	wykonanie zadania, kolokwium

5	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania złożonych, typowych i nietypowych zadań oraz problemów związanych z działalnością e-commerce	JO_U09	wykonanie zadania, kolokwium
6	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	JO_K01	wykonanie zadania, kolokwium

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody praktyczne, e-learning - metody i techniki kształcenia na odległość

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobytą wiedzę w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działalności e-commerce w działalności (e-)biznesowej)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działalności e-commerce w działalności (e-)biznesowej)

umiejętności:

ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobytą wiedzę w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działalności e-commerce w działalności (e-)biznesowej)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działalności e-commerce w działalności (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobytą wiedzę w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działalności e-commerce w działalności (e-)biznesowej)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działalności e-commerce w działalności (e-)biznesowej)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, gdy w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, gdy w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, gdy w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, gdy w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, gdy w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, gdy w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Program zajęć składa się z dwóch kluczowych bloków. Pierwszy z nich to obsługa systemów analitycznych, głównie Google Analytics. Drugi blok obejmuje analizę jako podstawę planowania działań strategicznych. Zajęcia odbywają się z wykorzystaniem technik kształcenia na odległość.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

	Liczba godzin
Semestr: 2	

Forma zajęć: **laboratorium informatyczne**

Zajęcia mają formę warsztatów i prowadzone są głównie w formie zdalnej oraz częściowo w formie stacjonarnej.

Na zajęciach realizowane są następujące zagadnienia tematyczne:

- Analiza strategiczna w e-commerce
- Wykorzystanie Google Analytics w e-commerce
- Istotne wskaźniki oraz współczynniki
- Dashboardy managerskie i analityczne
- Pomiar skuteczności prowadzonych działań

20

Literatura

Podstawowa
Skorupska, J., E-commerce. Strategia – Zarządzanie – Finanse, Wydawnictwo Naukowe PWN 2017
Zastrońka, M., Google Analytics dla marketingowców, Helion 2013
Uzupełniająca
Kumar, V., Zarządzanie wartością klienta, Wydawnictwo Naukowe PWN 2010

Dane jakościowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarządzaniu i jakości	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	20	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w szczególnych okolicznościach, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	12	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	6	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	22	0,9
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Analiza porównawcza tekstów u ytkowych w j zyku angielskim i polskim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235262	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	2	Semestr:		4	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	4	P	30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 4 - j zyk polski, j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie trzeciego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz dotycz c ró nic i podobie stw w zakresie utekstowania informacji w odpowiadaj cych sobie gatunkach tekstów w j zyku angielskim i polskim, zorientowan na zastosowania praktyczne w rutynowej komunikacji na co dzie oraz komunikacji specjalistycznej w działalno ci (e-)biznesowej	JO_W01	kolokwium, wykonanie zadania
2	potrafi twórczo wykorzysta przyj te w danej wspólnocie j zykowo-kulturowej modele tekstów u ytkowych, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla rutynowej komunikacji na co dzie oraz komunikacji specjalistycznej w (e-)biznesie w multilingwalnym kontek cie zawodowym	JO_U01	kolokwium, wykonanie zadania
3	wła ciwie dobiera ró dła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje potrzebne do analizy oraz tworzenia tekstów u ytkowych w j zyku angielskim i polskim	JO_U02	kolokwium, wykonanie zadania

4	potrafi posługiwać się w działaniach komunikacyjnych językiem angielskim ogólnym na poziomie B2 wg ESOKJ	JO_U14	kolokwium, wykonanie zadania
5	jest wiadomy różnic i podobieństw w zakresie wzorców zachowań komunikacyjnych funkcjonujących w różnych przestrzeniach językoculturowych	JO_K06	kolokwium, wykonanie zadania
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów)), metody praktyczne (praca z materiałem ikonograficznym, praca z tekstem pisemnym, wyczerpanie w analizowaniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
wiedza:			
ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zajęciach, polegającej na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku angielskim i polskim oraz zredagowaniu określonego gatunku tekstu użytkowego w języku angielskim i polskim)			
ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej oraz na zajęciach indywidualnie lub w parze, polegających na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku angielskim i polskim oraz tworzeniu własnych tekstów użytkowych w języku angielskim i polskim)			
umiejętności:			
ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zajęciach, polegającej na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku angielskim i polskim oraz zredagowaniu określonego gatunku tekstu użytkowego w języku angielskim i polskim)			
ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej oraz na zajęciach indywidualnie lub w parze, polegających na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku angielskim i polskim oraz tworzeniu własnych tekstów użytkowych w języku angielskim i polskim)			
kompetencje społeczne:			
ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zajęciach, polegającej na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku angielskim i polskim oraz zredagowaniu określonego gatunku tekstu użytkowego w języku angielskim i polskim)			
ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej oraz na zajęciach indywidualnie lub w parze, polegających na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku angielskim i polskim oraz tworzeniu własnych tekstów użytkowych w języku angielskim i polskim)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.			
Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych. Zasady ustalania ocen:			
1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.			
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.			
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.			
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.			
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.			
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.			
Treści programowe (opis skrócony)			
Pierwszym celem zajęć jest uświadomienie studentów na różnicę i podobieństwa w zakresie preferowanych w danym języku i kulturze wzorców komunikacyjnych i utęskwienia informacji w odpowiadających sobie gatunkach tekstów użytkowych w języku angielskim i polskim. Różnice te i podobieństwa dotyczą: ujęcia (również nadużywania i unikania) - w celu zrealizowania tej samej intencji komunikacyjnej - określonych struktur gramatycznych i określonych wyrażenia leksykalnych (pojedynczych wyrazów, kolokacji oraz zwrotów frazeologicznych), zastosowania danego stylu i form adresatywnych oraz sposobu ustrukturyzowania tekstu. Drugim celem zajęć jest wykształcenie umiejętności tworzenia tekstów użytkowych w języku angielskim i polskim ogólnym, adekwatnych funkcjonalnie, socjolingwistycznie i interkulturowo, logicznych i spójnych oraz właściwie ustrukturyzowanych.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 4			
Forma zajęć : wiczenia praktyczne			
Kurs wprowadza w zagadnienia analizy porównawczej i kontrastywnej tekstów użytkowych w języku angielskim i polskim w aspekcie międzygatunkowym i międzyjęzykowym. Studenci analizują następujące gatunki tekstów w języku angielskim i polskim pod kątem ujęcia (również nadużywania i unikania) - w celu zrealizowania tej samej intencji komunikacyjnej - określonych struktur gramatycznych i określonych wyrażenia leksykalnych (pojedynczych wyrazów, kolokacji oraz zwrotów frazeologicznych), zastosowania danego stylu i form adresatywnych oraz sposobu ustrukturyzowania			30

<p>tekstu oraz dodatkowo tworzą następujące gatunki tekstów:</p> <p>e-mail prywatny i oficjalny tekst na forum tekst na blogu internetowym ogłoszenie (dowolne) ulotki i prospekty informacyjno-reklamowe instrukcja obsługi cyfrowy i list motywacyjny sprawozdanie z praktyki recenzja filmu lub innego wydarzenia kulturalnego/artystycznego pisma urzędowe sprawozdanie umowa najmu regulamin ulotki zawierające sposób działania i stosowania środków farmakologicznych abstrakt, streszczenie handout artykuł naukowy konspekt referat podanie protokół</p>	30
---	----

Literatura
Podstawowa
Evans, V., Successful Writing (Upper-Intermediate), Express Publishing 2004
Maćczak-Wohlfeld, E., Willim, E., A contrastive approach to problems with English, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997
Ruszer, A., Oswoic tekst. Podręcznik kompozycji i redakcji tekstów użytkowych dla poziomu B2 i C1, Universitas, Kraków 2011
- Autentyczne teksty użytkowe w języku angielskim i polskim
Uzupełniająca
Vater, H. (tłumaczenie: Edyta Błachut, Adam Gołbiewski), Wstęp do lingwistyki tekstu, Atut, Wrocław 2009
Wolańska, E., Wolański, A., Załko-Zielińska, M., Majewska-Tworek, A., Piekot, T., Jak pisać i redagować?, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022

Dane jakościowe

Przygotowanie zajęć /grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	liczba godzin
Sposób określenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]
Udział w zajęciach	30
Konsultacje z prowadzącym	2
Udział w egzaminie	0
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	5
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	5
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	8
Inne	0

Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	27	1,1

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Analiza porównawcza tekstów u ytkowych w j zyku niemieckim i polskim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235268	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	3	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	3	Semestr:		5	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	5	P	30	Zaliczenie z ocen	3
Razem			30		3
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 5 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie czwartego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz dotycz c ró nic i podobie stw w zakresie utekstowania informacji w odpowiadaj cych sobie gatunkach tekstów w j zyku niemieckim i polskim, zorientowan na zastosowania praktyczne w rutynowej komunikacji na co dzie oraz komunikacji specjalistycznej w działalno ci (e-)biznesowej	JO_W01	wykonanie zadania, kolokwium
2	potrafi twórczo wykorzysta przyj te w danej wspólnocie j zykowo-kulturowej modele tekstów u ytkowych, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla rutynowej komunikacji na co dzie oraz komunikacji specjalistycznej w (e-)biznesie w multilingwalnym kontek cie zawodowym	JO_U01	wykonanie zadania, kolokwium
3	wła ciwie dobiera ró dła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje potrzebne do analizy oraz tworzenia tekstów u ytkowych w j zyku niemieckim i polskim	JO_U02	wykonanie zadania, kolokwium

4	potrafi posługiwać się w działaniach komunikacyjnych językiem niemieckim ogólnym na poziomie B2 wg ESOKJ	JO_U13	wykonanie zadania, kolokwium
5	jest wiadomy różnic i podobieństw w zakresie wzorców zachowania komunikacyjnych funkcjonujących w różnych przestrzeniach językoculturowych	JO_K06	wykonanie zadania, kolokwium
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów)), metody praktyczne (praca z materiałem ikonograficznym, praca z tekstem pisemnym, ćwiczenia w analizowaniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe), metody podające (objaśnienie, opis)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
wiedza:			
ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zajęciach, polegającej na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku niemieckim i polskim oraz zredagowaniu określonego gatunku tekstu użytkowego w języku niemieckim i polskim)			
ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej oraz na zajęciach indywidualnie lub w parze, polegających na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku niemieckim i polskim oraz tworzeniu własnych tekstów użytkowych w języku niemieckim i polskim)			
umiejętności:			
ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zajęciach, polegającej na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku niemieckim i polskim oraz zredagowaniu określonego gatunku tekstu użytkowego w języku niemieckim i polskim)			
ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej oraz na zajęciach indywidualnie lub w parze, polegających na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku niemieckim i polskim oraz tworzeniu własnych tekstów użytkowych w języku niemieckim i polskim)			
kompetencje społeczne:			
ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zajęciach, polegającej na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku niemieckim i polskim oraz zredagowaniu określonego gatunku tekstu użytkowego w języku niemieckim i polskim)			
ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej oraz na zajęciach indywidualnie lub w parze, polegających na analizie odpowiadających sobie gatunków tekstów w języku niemieckim i polskim oraz tworzeniu własnych tekstów użytkowych w języku niemieckim i polskim)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.			
Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych. Zasady ustalania ocen:			
1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.			
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.			
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.			
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.			
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.			
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.			
Treści programowe (opis skrócony)			
Pierwszym celem zajęć jest uświadomienie studentów na różnicę i podobieństwa w zakresie preferowanych w danym języku i kulturze wzorców komunikacyjnych i utekstowienia informacji w odpowiadających sobie gatunkach tekstów użytkowych w języku niemieckim i polskim. Różnice te i podobieństwa dotyczą: ujęcia (również nadużywania i unikania) - w celu zrealizowania tej samej intencji komunikacyjnej - określonych struktur gramatycznych i określonych wyrażenia leksykalnych (pojedynczych wyrazów, kolokacji oraz zwrotów frazeologicznych), zastosowania danego stylu i form adresatywnych oraz sposobu ustrukturyzowania tekstu. Drugim celem zajęć jest wykształcenie umiejętności tworzenia tekstów użytkowych w języku niemieckim i polskim ogólnym, adekwatnych funkcjonalnie, socjolingwistycznie i interkulturowo, logicznych i spójnych oraz właściwie ustrukturyzowanych.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 5			
Forma zajęć : wiczenia praktyczne			
Kurs wprowadza w zagadnienia analizy porównawczej i kontrastywnej tekstów użytkowych w języku niemieckim i polskim w aspekcie międzygatunkowym i międzyjęzykowym. Studenci analizują następujące gatunki tekstów w języku niemieckim i polskim pod kątem ujęcia (również nadużywania i unikania) - w celu zrealizowania tej samej intencji komunikacyjnej - określonych struktur gramatycznych i określonych wyrażenia leksykalnych (pojedynczych wyrazów, kolokacji oraz zwrotów frazeologicznych), zastosowania danego stylu i form adresatywnych oraz sposobu ustrukturyzowania			30

<p>tekstu oraz dodatkowo tworzą następujące gatunki tekstów:</p> <p>e-mail prywatny i oficjalny tekst na forum tekst na blogu internetowym ogłoszenie (dowolne) ulotki i prospekty informacyjno-reklamowe instrukcja obsługi cyfrowy i list motywacyjny sprawozdanie z praktyki recenzja filmu lub innego wydarzenia kulturalnego/artystycznego pisma urzędowe sprawozdanie umowa najmu regulamin ulotki zawierające sposób działania i stosowania środków farmakologicznych abstrakt, streszczenie handout artykuł naukowy konspekt referat podanie protokół</p>	30
---	----

Literatura
Podstawowa
Golonka, J., Kontrastive Grammatik Deutsch-Polnisch für polnische Studenten: Ausgewählte Probleme, wyd. 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015
Hohmann, S., Deutsch intensiv Schreiben B2, Klett 2021
Ruszer, A., Oswoić tekst. Podręcznik kompozycji i redakcji tekstów użytkowych dla poziomu B2 i C1, Universitas, Kraków 2011
- Autentyczne teksty użytkowe w języku niemieckim i polskim
Uzupełniająca
Vater, H. (tłumaczenie: Edyta Błachut, Adam Gołbiewski), Wstęp do lingwistyki tekstu, Atut, Wrocław 2009
Wolańska, E., Wolański, A., Zakościńska, M., Majewska-Tworek, A., Piekot, T., Jak pisać i redagować?, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022

Dane jakościowe	
Przygotowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	językoznawstwo
Sposób określenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenia studenta [w godz.]
Udział w zajęciach	30
Konsultacje z prowadzącym	2
Udział w egzaminie	0
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w szczególnych okolicznościach, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczenia, zajęcia	15
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	10
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	18
Inne	0

Sumaryczne obciążenie prac studenta	75	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	3	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	38	1,5

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Analiza tekstów ekonomiczno-prawniczych w j zyku angielskim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235234	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	1, 2	Semestr:		2, 3	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2	P	15	Zaliczenie z ocen	2
2	3	P	15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk angielski (100%) , semestr: 3 - j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
semestr II: zaliczenie pierwszego semestru studiów			
semestr III: zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu analizy dyskursu specjalistycznego zorientowan na zastosowania praktyczne w dziaaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania, praca pisemna
2	umie wykorzysta posiadana wiedz z zakresu analizy dyskursu specjalistycznego, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla dziaalnoci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga zastosowania umiejtnoci analizy tekstów ekonomiczno-prawniczych w j zyku angielskim oraz zastosowania zaczerpni tej z lektury tych tekstów wiedzy specjalistycznej	JO_U01	wykonanie zadania, praca pisemna

3	wła ciwie dobiera ró dła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje potrzebne do analizy tekstów ekonomiczno-prawniczych	JO_U02	wykonanie zadania, praca pisemna
4	potrafi prowadzi efektywne receptywne działania j zykowe w zakresie tekstów u ytkowych i specjalistycznych w angielskim j zyku biznesu: po drugim semestrze na poziomie B2.1, a po trzecim semestrze na poziomie B2.2 wg ESOKJ, uwzgl dniaj c pragmatyczne i socjolingwistyczne uwarunkowania tych działa oraz wykorzystuj c posiadana wiedza pozaj zykow	JO_U16	wykonanie zadania, praca pisemna
5	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych tre ci i zasi gania opinii ekspertów w przypadku trudno ci z samodzielnym rozwi zaniem problemu	JO_K01	obserwacja zachowa

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

metody problemowe (obja nienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizuj ce (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów)), metody praktyczne (praca z materiałem ikonograficznym, praca z tekstem pisemnym, wiczenia w analizowaniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

wiedza:

ocena pracy pisemnej (ocena z ko cowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zaj ciach, polegaj cej na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego w j zyku angielskim, stanowi cej symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działalno ci (e-)biznesowej)

ocena wykonania zadania (ocena zada wykonanych w ramach pracy domowej indywidualnie lub w parze oraz na zaj ciach, polegaj cych na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego w j zyku angielskim, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działalno ci (e-)biznesowej)

umiej tno ci:

ocena pracy pisemnej (ocena z ko cowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zaj ciach, polegaj cej na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego w j zyku angielskim, stanowi cej symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działalno ci (e-)biznesowej)

ocena wykonania zadania (ocena zada wykonanych w ramach pracy domowej indywidualnie lub w parze oraz na zaj ciach, polegaj cych na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego w j zyku angielskim, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działalno ci (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Celem zaj jest doskonalenie umiej tno ci analizy tekstów specjalistycznych z wykorzystaniem jako korpusu tekstów ekonomiczno-prawniczych w j zyku angielskim. Umiej tno ta traktowana jest jako niezb dna do prowadzenia skutecznych j zykowych działa receptywnych w (e-)biznesie. Dodatkowym celem zaj jest poznanie i umiej tne stosowanie w komunikacyjnych działaniach produkcyjnych i interakcyjnych w (e-)biznesie specjalistycznej terminologii z zakresu ekonomii i prawa.

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

	Liczba godzin
Semestr: 2	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
Na wst pie studenci definiuj poj cie j zyka specjalistycznego i tekstu specjalistycznego oraz podaj cechy ró ni ce tekst specjalistyczny od tekstu w j zyku ogólnym, a tak e omawiaj typologi tekstów specjalistycznych i parametry analizy tekstu specjalistycznego (nawi zanie do zaj z II semestru Lingwistyka j zyków specjalistycznych). Studenci zostaj uwra liwieni na fakt, i terminy specjalistyczne zawieraj odniesienie do wiedzy specjalistycznej, tzn. wymagaj rozumienia zjawisk z dziedziny specjalistycznej, które opisuj , oraz e niewła ciwe opanowanie słownictwa specjalistycznego	15
prowadzi do	

<p>formułowania nieprecyzyjnych wypowiedzi i w konsekwencji do nieporozumie w działalności zawodowej.</p> <p>Działania receptywne stanowi symulację autentycznych działań komunikacyjnych związanych z działalnością (e-)biznesów .</p> <p>Analiza tekstu przebiega wg następującego schematu:</p> <p>Studenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Odkrywaj globalne znaczenie tekstu na podstawie postawionej hipotezy przy wykorzystaniu posiadanej wiedzy dotyczącej danej sytuacji komunikacyjnej, uwzględnieniu elementów ikonograficznych zawartych w tekście (struktura, typografia, tytuł, podtytuł, streszczenie) oraz własnej wiedzy ogólnej z danej dziedziny specjalistycznej i z zakresu danego tematu (antycypacja treści). 2. Rozwiązuj zadania dotyczące globalnego rozumienia tekstu, mające na celu weryfikację hipotez dotyczących znaczenia tekstu i równoległe stawiaj hipotezy dotyczące aspektów formalnych języka. Następnie w trakcie weryfikacji tych hipotez, wychwytyj wskazówki w tekście pozwalające potwierdzić lub odrzucić oczekiwania semantyczne i formalne. 3. Rozwiązuj zadania dotyczące selektywnego i szczegółowego rozumienia tekstu, obejmujące odpowiedzi na pytania otwarte i zamknięte, streszczanie najważniejszych тез tekstu, układanie planu tekstu, oddzielanie faktów od opinii. 4. Wyszukuj w tekście, definiuj i tłumacz na język polski specjalistyczną terminologię oraz wykonuj ćwiczenia doskonalące umiejętność jej prawidłowego użycia. 5. Przekazuj treść tekstu specjalistycznego nacechowanego specjalistyczną terminologią i skomplikowaną składnią w formie dostosowanej do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu. <p>Podobne zadania studenci otrzymują do wykonania w ramach pracy domowej i jako pracę zaliczeniową.</p> <p>Gatunki analizowanych tekstów:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teksty ekonomiczno-prawnicze skierowane do działalności biznesowej adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak: umowy i kontrakty, pisma urzędowe, polisy ubezpieczeniowe, dokumenty bankowe i podatkowe, dokumenty założycielskie spółek itp. 2. Teksty ze stron internetowych firm i instytucji z zakresu dyskursu ekonomiczno-prawniczego – napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecjalistów w celu dzielenia się wiedzą 3. Artykuły specjalistyczne dotyczące problematyki ekonomiczno-prawniczej z niemieckich czasopism branżowych 	15
Semestr: 3	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Na wstępie studenci definiują pojęcie języka specjalistycznego i tekstu specjalistycznego oraz podają cechy różnic między tekstem specjalistycznym a tekstem w języku ogólnym, a także omawiają typologię tekstów specjalistycznych i parametry analizy tekstu specjalistycznego (nawiązanie do zajęć z II semestru Lingwistyka języków specjalistycznych). Studenci zostają uwrażliwieni na fakt, iż terminy specjalistyczne zawierają odniesienie do wiedzy specjalistycznej, tzn. wymagają rozumienia zjawisk z dziedziny specjalistycznej, które opisują, oraz efektywne opanowanie słownictwa specjalistycznego prowadzi do formułowania nieprecyzyjnych wypowiedzi i w konsekwencji do nieporozumie w działalności zawodowej.</p> <p>Działania receptywne stanowi symulację autentycznych działań komunikacyjnych związanych z działalnością (e-)biznesów .</p> <p>Analiza tekstu przebiega wg następującego schematu:</p> <p>Studenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Odkrywaj globalne znaczenie tekstu na podstawie postawionej hipotezy przy wykorzystaniu posiadanej wiedzy dotyczącej danej sytuacji komunikacyjnej, uwzględnieniu elementów ikonograficznych zawartych w tekście (struktura, typografia, tytuł, podtytuł, streszczenie) oraz własnej wiedzy ogólnej z danej dziedziny specjalistycznej i z zakresu danego tematu (antycypacja treści). 	15

<p>2. Rozwi zuj zadania dotycz ce globalnego rozumienia tekstu, maj ce na celu weryfikacj hipotez dotycz cych znaczenia tekstu i równolegle stawiaj hipotezy dotycz ce aspektów formalnych j zyka. Nast pnie w trakcie weryfikacji tych hipotez, wychwytuj wskazówki w tek cie pozwalaj ce potwierdzi lub odrzuci oczekiwania semantyczne i formalne.</p> <p>3. Rozwi zuj zadania dotycz ce selektywnego i szczegółowego rozumienia tekstu, obejmuj ce odpowiedzi na pytania otwarte i zamkni te, streszczanie najwa niejszych tez tekstu, układanie planu tekstu, oddzielanie faktów od opinii.</p> <p>4. Wyszukuj w tek cie, definiuj i tłumacz na j zyk polski specjalistyczn terminologi oraz wykonuj wiczenia doskonalcie umiej tno jej prawidłowego u ycia.</p> <p>5. Przekazuj tre tekstu specjalistycznego nacechowanego specjalistyczn terminologi i skomplikowan składni w formie dostosowanej do potrzeb niespecialistycznego odbiorcy, poprzez np. zamian na j zyk standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie si na znaczeniu.</p> <p>Podobne zadania studenci otrzymuj do wykonania w ramach pracy domowej i ko cowej pracy zaliczeniowej.</p> <p>Gatunki analizowanych tekstów:</p> <p>1. Teksty ekonomiczno-prawnicze wi ce si z działalno ci biznesow adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak: umowy i kontrakty, pisma urz dowe, polisy ubezpieczeniowe, dokumenty bankowe i podatkowe, dokumenty zało ycielskie spółek itp.</p> <p>2. Teksty ze stron internetowych firm i instytucji z zakresu dyskursu ekonomiczno-prawniczego – napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecialistów w celu dzielenia si wiedz</p> <p>3. Artykuły specjalistyczne dotycz ce problematyki ekonomiczno-prawniczej z niemieckoj zycznych czasopism bran owych</p>	15
---	----

Literatura
Podstawowa
- Autentyczne teksty ekonomiczno-prawnicze w j zyku angielskim wi ce si z działalno ci biznesow adresowane do lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów
- Internetowe artykuły z angloj zycznych gazet i czasopism nawi zuj ce do zagadnie ekonomiczno-prawniczych publikowane na bie co (np. The Economist, The Guardian, BBC News etc.)
- Artykuły specjalistyczne z zakresu prawa i ekonomii z angielskoj zycznych czasopism bran owych
- Autentyczne teksty ekonomiczno-prawnicze w j zyku angielskim ze stron internetowych firm i instytucji biznesowych napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecialistów w celu dzielenia si wiedz
Uzupełniaj ca
Lukszyn, J., Parametry analizy tekstów specjalistycznych , Warszawa 2003 - (w:) J zyki Specjalistyczne III, Problemy technolingwistyki, Lukszyn J. (red.)
Lukszyn, J., Tekst specjalistyczny pod lingwistyczna lup , Warszawa 2008 - Podstawy technolingwistyki I, Lukszyn J. (red.)

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]
Udział w zaj ciach	30
Konsultacje z prowadz cym	2
Udział w egzaminie	0
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	23
Przygotowanie do kolokwiiów i egzaminu	15
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	30
Inne	0

Sumaryczne obciążenie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	36	1,4

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może różnić się od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Analiza tekstów ekonomiczno-prawniczych w j zyku niemieckim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235269	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	3	Semestr:	5, 6		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	5	P	15	Zaliczenie z ocen	2
	6	P	15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 5 - j zyk niemiecki (100%) , semestr: 6 - j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
semestr V: zaliczenie czwartego semestru studiów			
semestr VI: zaliczenie pi tego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu analizy dyskursu specjalistycznego zorientowan na zastosowania praktyczne w dziaaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania, praca pisemna
2	umie wykorzysta posiadana wiedz z zakresu analizy dyskursu specjalistycznego, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla dziaalnoci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga zastosowania umiejtnoci analizy tekstów ekonomiczno-prawniczych w j zyku niemieckim oraz zastosowania zaczerpni tej z lektury tych tekstów wiedzy specjalistycznej	JO_U01	wykonanie zadania, praca pisemna

3	wła ciwie dobiera ródła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje potrzebne do analizy tekstów ekonomiczno-prawniczych	JO_U02	wykonanie zadania, praca pisemna
4	potrafi prowadzi efektywne receptywne działania j zykowe w zakresie tekstów u ytkowych i specjalistycznych w niemieckim j zyku biznesu: po pi tym semestrze na poziomie B2, a po szóstym B2+ wg ESOKJ, uwzgl dniaj c pragmatyczne i socjolingwistyczne uwarunkowania tych działa oraz wykorzystuj c posiadana wiedz pozaj zykow	JO_U15	wykonanie zadania, praca pisemna
5	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych tre ci i zasi gania opinii ekspertów w przypadku trudno ci z samodzielnym rozwi zaniem problemu	JO_K01	obserwacja zachowa

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

metody podaj ce (obja nienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizuj ce (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów)), metody praktyczne (praca z materiałem ikonograficznym, praca z tekstem pisemnym, wiczenia w analizowaniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

wiedza:

ocena pracy pisemnej (ocena z ko cowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zaj ciach, polegaj cej na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego, stanowi cej symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działałno ci (e-)biznesowej)
ocena wykonania zadania (ocena zada wykonanych w ramach pracy domowej indywidualnie lub w parze oraz na zaj ciach, polegaj cych na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działałno ci (e-)biznesowej)

umiej tno ci:

ocena pracy pisemnej (ocena z ko cowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zaj ciach, polegaj cej na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego, stanowi cej symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działałno ci (e-)biznesowej)
ocena wykonania zadania (ocena zada wykonanych w ramach pracy domowej indywidualnie lub w parze oraz na zaj ciach, polegaj cych na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działałno ci (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Celem zaj jest doskonalenie umiej tno ci analizy tekstów specjalistycznych z wykorzystaniem jako korpusu tekstów ekonomiczno-prawniczych. Umiej tno ta traktowana jest jako niezb dna do prowadzenia skutecznych j zykowych działa receptywnych w (e-)biznesie. Dodatkowym celem zaj jest poznanie i umiej tne stosowanie w komunikacyjnych działaniach produktywnych i interakcyjnych w (e-)biznesie specjalistycznej terminologii z zakresu ekonomii i prawa.

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

	Liczba godzin
Semestr: 5	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
Na wst pie studenci definiuj poj cie j zyka specjalistycznego i tekstu specjalistycznego oraz podaj cechy ró ni ce tekst specjalistyczny od tekstu w j zyku ogólnym, a tak e omawiaj typologi tekstów specjalistycznych i parametry analizy tekstu specjalistycznego (nawi zanie do zaj z II semestru Lingwistyka j zyków specjalistycznych). Studenci zostaj uwra liwieni na fakt, i terminy specjalistyczne zawieraj odniesienie do wiedzy specjalistycznej, tzn. wymagaj rozumienia zjawisk z dziedziny specjalistycznej, które opisuj , oraz e niewła ciwe opanowanie słownictwa specjalistycznego prowadzi do formułowania nieprecyzyjnych wypowiedzi i w konsekwencji do nieporozumie w działałno ci zawodowej.	15

<p>Działania receptywne stanowi symulację autentycznych działań komunikacyjnych związanych z działalnością (e-)biznesową.</p> <p>Analiza tekstu przebiega wg następującego schematu:</p> <p>Studenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Odkrywaj globalne znaczenie tekstu na podstawie postawionej hipotezy przy wykorzystaniu posiadanej wiedzy dotyczącej danej sytuacji komunikacyjnej, uwzględnieniu elementów ikonograficznych zawartych w tekście (struktura, typografia, tytuł, podtytuł, streszczenie) oraz własnej wiedzy ogólnej z danej dziedziny specjalistycznej i z zakresu danego tematu (antycypacja treści). 2. Rozwijaj zadania dotyczące globalnego rozumienia tekstu, mające na celu weryfikację hipotez dotyczących znaczenia tekstu i równolegle stawiaj hipotezy dotyczące aspektów formalnych języka. Następnie w trakcie weryfikacji tych hipotez, wychwytyj wskazówki w tekście pozwalające potwierdzić lub odrzucić oczekiwania semantyczne i formalne. 3. Rozwijaj zadania dotyczące selektywnego i szczegółowego rozumienia tekstu, obejmujące odpowiedzi na pytania otwarte i zamknięte, streszczanie najważniejszych części tekstu, układanie planu tekstu, oddzielanie faktów od opinii. 4. Wyszukuj w tekście, definiuj i tłumacz na język polski specjalistyczną terminologię oraz wykonuj ćwiczenia doskonalące umiejętność jej prawidłowego użycia. 5. Przekazuj treść tekstu specjalistycznego nacechowanego specjalistyczną terminologią i skomplikowaną składnią w formie dostosowanej do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu. <p>Podobne zadania studenci otrzymują do wykonania w ramach pracy domowej i kolejnej pracy zaliczeniowej.</p> <p>Gatunki analizowanych tekstów:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teksty ekonomiczno-prawnicze skierowane do działalności biznesowej adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak: umowy i kontrakty, pisma urzędowe, polisy ubezpieczeniowe, dokumenty bankowe i podatkowe, dokumenty założeń spółek itp. 2. Teksty ze stron internetowych firm i instytucji z zakresu dyskursu ekonomiczno-prawniczego – napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecjalistów w celu dzielenia się wiedzą 3. Artykuły specjalistyczne dotyczące problematyki ekonomiczno-prawniczej z niemieckich fachowych czasopism branżowych 	15
Semestr: 6	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Na wstępie studenci definiują pojęcie języka specjalistycznego i tekstu specjalistycznego oraz podają cechy różniące tekst specjalistyczny od tekstu w języku ogólnym, a także omawiają typologię tekstów specjalistycznych i parametry analizy tekstu specjalistycznego (nawiązanie do zajęć z II semestru Lingwistyka języków specjalistycznych). Studenci zostają uświadomieni na fakt, iż terminy specjalistyczne zawierają odniesienie do wiedzy specjalistycznej, tzn. wymagają rozumienia zjawisk z dziedziny specjalistycznej, które opisują, oraz niełatwego opanowanie słownictwa specjalistycznego prowadzi do formułowania nieprecyzyjnych wypowiedzi i w konsekwencji do nieporozumień w działalności zawodowej.</p> <p>Działania receptywne stanowi symulację autentycznych działań komunikacyjnych związanych z działalnością (e-)biznesową.</p> <p>Analiza tekstu przebiega wg następującego schematu:</p> <p>Studenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Odkrywaj globalne znaczenie tekstu na podstawie postawionej hipotezy przy wykorzystaniu posiadanej wiedzy dotyczącej danej sytuacji komunikacyjnej, uwzględnieniu elementów ikonograficznych zawartych w tekście (struktura, typografia, tytuł, podtytuł, streszczenie) oraz własnej wiedzy ogólnej z danej dziedziny specjalistycznej i z zakresu danego tematu (antycypacja treści). 2. Rozwijaj zadania dotyczące globalnego rozumienia tekstu, mające na celu weryfikację hipotez 	15

<p>dotyczących znaczenia tekstu i równoległe stawiaj hipotezy dotyczące aspektów formalnych języka. Następnie w trakcie weryfikacji tych hipotez, wychwytyj wskazówki w tekście pozwalające potwierdzić lub odrzucić oczekiwania semantyczne i formalne.</p> <p>3. Rozwijaj zadania dotyczące selektywnego i szczegółowego rozumienia tekstu, obejmuj odpowiedzi na pytania otwarte i zamknięte, streszczanie najważniejszych części tekstu, układanie planu tekstu, oddzielanie faktów od opinii.</p> <p>4. Wyszukuj w tekście, definiuj i tłumacz na język polski specjalistyczną terminologię oraz wykonuj ćwiczenia doskonalące umiejętność jej prawidłowego użycia.</p> <p>5. Przekazuj treść tekstu specjalistycznego nacechowanego specjalistyczną terminologią i skomplikowaną składnią w formie dostosowanej do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu.</p> <p>Podobne zadania studenci otrzymują do wykonania w ramach pracy domowej i kolejowej pracy zaliczeniowej.</p> <p>Gatunki analizowanych tekstów:</p> <p>1. Teksty ekonomiczno-prawnicze skierowane do działalności biznesowej adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak: umowy i kontrakty, pisma urzędowe, polisy ubezpieczeniowe, dokumenty bankowe i podatkowe, dokumenty założycielskie spółek itp.</p> <p>2. Teksty ze stron internetowych firm i instytucji z zakresu dyskursu ekonomiczno-prawniczego – napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecjalistów w celu dzielenia się wiedzą</p> <p>3. Artykuły specjalistyczne dotyczące problematyki ekonomiczno-prawniczej z niemieckich czasopism branżowych</p>	15
---	----

Literatura

Podstawowa

Lukszyn, J., Parametry analizy tekstów specjalistycznych (w:) Języki Specjalistyczne III, Problemy technolingwistyki, Lukszyn J. (red.), Warszawa 2003

Lukszyn, J., Tekst specjalistyczny pod lingwistycznym kątem, (w:) Podstawy technolingwistyki I, Lukszyn J. (red.), Warszawa 2008

- 1. Korpus:
- Autentyczne teksty ekonomiczno-prawnicze w języku niemieckim skierowane do lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów
 - Autentyczne teksty ekonomiczno-prawnicze w języku niemieckim ze stron internetowych firm i instytucji biznesowych napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecjalistów w celu dzielenia się wiedzą
 - Artykuły specjalistyczne z zakresu prawa i ekonomii z niemieckich czasopism branżowych

Uzupełniająca

Gajewska, E., Analiza dyskursu w glottodydaktyce specjalistycznej: kryteria doboru modeli teoretycznych dla potrzeb dydaktyki szkolnej 2013 - „Neofilolog” 2013, nr 41, s. 21-37

Dane jako ciowe

Przygotowanie zajęć /grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	Językoznawstwo
Sposób określenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]
Udział w zajęciach	30
Konsultacje z prowadzącym	2
Udział w egzaminie	0
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w szczególnych przypadkach, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczenia, zajęcia	25
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	15
Indywidualna praca własna studenta z literaturą, wykładami itp.	28
Inne	0

Sumaryczne obciążenie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	50	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Analiza tekstów marketingowych w j zyku angielskim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235235	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	1, 2	Semestr:		2, 3	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2	P	15	Zaliczenie z ocen	2
2	3	P	15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk angielski (100%) , semestr: 3 - j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytorjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
semestr II: zaliczenie pierwszego semestru studiów			
semestr III: zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu analizy dyskursu specjalistycznego zorientowan na zastosowania praktyczne w dziaaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania, praca pisemna
2	umie wykorzysta posiadana wiedz z zakresu analizy dyskursu specjalistycznego, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla dziaalnoci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga zastosowania umiejtnoci analizy tekstów marketingowych w j zyku angielskim oraz zastosowania zaczerpni tej z lektury tych tekstów wiedzy specjalistycznej	JO_U01	wykonanie zadania, praca pisemna

3	wła ciwie dobiera ró dła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje potrzebne do analizy tekstów ekonomiczno-prawniczych	JO_U02	wykonanie zadania, praca pisemna
4	potrafi prowadzi efektywne receptywne działania j zykowe w zakresie tekstów u ytkowych i specjalistycznych w angielskim j zyku biznesu: po drugim semestrze na poziomie B2.1, a po trzecim semestrze na poziomie B2.2 wg ESOKJ, uwzgl dniaj c pragmatyczne i socjolingwistyczne uwarunkowania tych działa oraz wykorzystuj c posiadana wiedza pozaj zykow	JO_U16	wykonanie zadania, praca pisemna
5	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych tre ci i zasi gania opinii ekspertów w przypadku trudno ci z samodzielnym rozwi zaniem problemu	JO_K01	obserwacja zachowa

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

metody podaj ce (obja nienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizuj ce (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów)), metody praktyczne (praca z materiałem ikonograficznym, praca z tekstem pisemnym, wiczenia w analizowaniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

wiedza:

ocena pracy pisemnej (ocena z ko cowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zaj ciach, polegaj cej na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego, stanowi cej symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działalno ci (e-)biznesowej)
ocena wykonania zadania (ocena zada wykonanych w ramach pracy domowej indywidualnie lub w parze oraz na zaj ciach, polegaj cych na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działalno ci (e-)biznesowej)

umiej tno ci:

ocena pracy pisemnej (ocena z ko cowej pracy zaliczeniowej wykonanej indywidualnie na zaj ciach, polegaj cej na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego, stanowi cej symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działalno ci (e-)biznesowej)
ocena wykonania zadania (ocena zada wykonanych w ramach pracy domowej indywidualnie lub w parze oraz na zaj ciach, polegaj cych na analizie tekstu ekonomiczno-prawniczego, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu działalno ci (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Celem zaj jest doskonalenie umiej tno ci analizy tekstów specjalistycznych w j zyku angielskim z wykorzystaniem jako korpusu tekstów marketingowych. Umiej tno ta traktowana jest jako niezb dna do prowadzenia skutecznych j zykowych działa receptywnych w (e-)biznesie. Dodatkowym celem zaj jest poznanie i umiej tne stosowanie w komunikacyjnych działaniach produktywnych i interakcyjnych w (e-)biznesie specjalistycznej terminologii z zakresu marketingu.

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

Liczba godzin

Semestr: 2

Forma zaj : **wiczenia praktyczne**

Na wst pie studenci definiuj poj cie j zyka specjalistycznego i tekstu specjalistycznego oraz podaj cechy ró ni ce tekst specjalistyczny od tekstu w j zyku ogólnym, a tak e omawiaj typologi tekstów specjalistycznych i parametry analizy tekstu specjalistycznego (nawi zanie do zaj z II semestru Lingwistyka j zyków specjalistycznych). Studenci zostaj uwra liwieni na fakt, i terminy specjalistyczne zawieraj odniesienie do wiedzy specjalistycznej, tzn. wymagaj rozumienia zjawisk z dziedziny specjalistycznej, które opisuj , oraz e niewła ciwe opanowanie słownictwa specjalistycznego prowadzi do formułowania nieprecyzyjnych wypowiedzi i w konsekwencji do nieporozumie w działalno ci zawodowej.

15

<p>Działania receptywne stanowi symulację autentycznych działań komunikacyjnych związanych z działalnością (e-)biznesową.</p> <p>Analiza tekstu przebiega wg następującego schematu:</p> <p>Studenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Odkrywaj globalne znaczenie tekstu na podstawie postawionej hipotezy przy wykorzystaniu posiadanej wiedzy dotyczącej danej sytuacji komunikacyjnej, uwzględnieniu elementów ikonograficznych zawartych w tekście (struktura, typografia, tytuł, podtytuł, streszczenie) oraz własnej wiedzy ogólnej z danej dziedziny specjalistycznej i z zakresu danego tematu (antycypacja treści). 2. Rozwijaj zadania dotyczące globalnego rozumienia tekstu, mające na celu weryfikację hipotez dotyczących znaczenia tekstu i równolegle stawiaj hipotezy dotyczące aspektów formalnych języka. Następnie w trakcie weryfikacji tych hipotez, wychwytyj wskazówki w tekście pozwalające potwierdzić lub odrzucić oczekiwania semantyczne i formalne. 3. Rozwijaj zadania dotyczące selektywnego i szczegółowego rozumienia tekstu, obejmujące odpowiedzi na pytania otwarte i zamknięte, streszczanie najważniejszych części tekstu, układanie planu tekstu, oddzielanie faktów od opinii. 4. Wyszukuj w tekście, definiuj i tłumacz na język polski specjalistyczną terminologię oraz wykonuj ćwiczenia doskonalące umiejętność jej prawidłowego użycia. 5. Przekazuj treść tekstu specjalistycznego nacechowanego specjalistyczną terminologią i skomplikowaną składnią w formie dostosowanej do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu. <p>Podobne zadania studenci otrzymują do wykonania w ramach pracy domowej i kolejnej pracy zaliczeniowej.</p> <p>Gatunki analizowanych tekstów:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teksty marketingowe w języku angielskim skierowane do działalności biznesowej adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak: <ul style="list-style-type: none"> • materiały promocyjne, takie jak: ulotki, broszury i foldery • opis firmy, opis strategii marketingowych firmy, opis produktu na stronach internetowych firm • informacje prasowe i newslettery związane z działalnością promocyjną • hasła i slogany reklamowe • teksty promocyjne w mediach społecznościowych • teksty wykorzystywane w kampaniach mailingowych • teksty specjalistyczne z zakresu dyskursu marketingowego 2. Teksty w języku angielskim ze stron internetowych firm i instytucji z zakresu dyskursu marketingowego – napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecjalistów w celu dzielenia się wiedzą 3. Artykuły specjalistyczne dotyczące problematyki marketingu z angielskojęzycznych czasopism branżowych 	15
Semestr: 3	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Na wstępie studenci definiują pojęcia języka specjalistycznego i tekstu specjalistycznego oraz podają cechy różnic między tekstem specjalistycznym od tekstu w języku ogólnym, a także omawiają typologię tekstów specjalistycznych i parametry analizy tekstu specjalistycznego (nawiązanie do zajęć z II semestru Lingwistyka języków specjalistycznych). Studenci zostają uwrażliwieni na fakt, iż terminy specjalistyczne zawierają odniesienie do wiedzy specjalistycznej, tzn. wymagają rozumienia zjawisk z dziedziny specjalistycznej, które opisują, oraz niełatwego opanowanie słownictwa specjalistycznego prowadzi do formułowania nieprecyzyjnych wypowiedzi i w konsekwencji do nieporozumienia w działalności zawodowej.</p>	15

Działania receptywne stanowi symulację autentycznych działań komunikacyjnych związanych z działalnością (e-)biznesową.

Analiza tekstu przebiega wg następującego schematu:

Studenci:

1. Odkrywaj globalne znaczenie tekstu na podstawie postawionej hipotezy przy wykorzystaniu posiadanej wiedzy dotyczącej danej sytuacji komunikacyjnej, uwzględnieniu elementów ikonograficznych zawartych w tekście (struktura, typografia, tytuł, podtytuł, streszczenie) oraz własnej wiedzy ogólnej z danej dziedziny specjalistycznej i z zakresu danego tematu (antycypacja treści).

2. Rozwijaj zadania dotyczące globalnego rozumienia tekstu, mające na celu weryfikację hipotez dotyczących znaczenia tekstu i równolegle stawiaj hipotezy dotyczące aspektów formalnych języka. Następnie w trakcie weryfikacji tych hipotez, wychwytyj wskazówki w tekście pozwalające potwierdzić lub odrzucić oczekiwania semantyczne i formalne.

3. Rozwijaj zadania dotyczące selektywnego i szczegółowego rozumienia tekstu, obejmujące odpowiedzi na pytania otwarte i zamknięte, streszczanie najważniejszych części tekstu, układanie planu tekstu, oddzielanie faktów od opinii.

4. Wyszukuj w tekście, definiuj i tłumacz na język polski specjalistyczną terminologię oraz wykonuj ćwiczenia doskonalące umiejętność jej prawidłowego użycia.

5. Przekazuj treść tekstu specjalistycznego nacechowanego specjalistyczną terminologią i skomplikowaną składnią w formie dostosowanej do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu.

Podobne zadania studenci otrzymują do wykonania w ramach pracy domowej i kolejnej pracy zaliczeniowej. 15

Gatunki analizowanych tekstów:

1. Teksty marketingowe w języku angielskim skierowane do działalności biznesowej adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak:

- materiały promocyjne, takie jak: ulotki, broszury i foldery
- opis firmy, opis strategii marketingowych firmy, opis produktu na stronach internetowych firm
- informacje prasowe i newslettery związane z działalnością promocyjną
- hasła i slogany reklamowe
- teksty promocyjne w mediach społecznościowych
- teksty wykorzystywane w kampaniach mailingowych
- teksty specjalistyczne z zakresu dyskursu marketingowego

2. Teksty w języku angielskim ze stron internetowych firm i instytucji z zakresu dyskursu marketingowego – napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecjalistów w celu dzielenia się wiedzą

3. Artykuły specjalistyczne dotyczące problematyki marketingu z angielskojęzycznych czasopism branżowych

Literatura

Podstawowa

- Autentyczne teksty w języku angielskim dotyczące marketingu skierowane do lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów

- Artykuły specjalistyczne dotyczące problematyki marketingu z angielskojęzycznych czasopism branżowych

- Autentyczne teksty marketingowe w języku angielskim ze stron internetowych firm i instytucji biznesowych napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecjalistów w celu dzielenia się wiedzą

Uzupełniająca

Dietrich, M., Fandrejewska, A., Angielski w marketingu, promocji i reklamie, Poltext 2019

Gore, S., English for Marketing and Advertising, OUP, Oxford 2007

Lukszyn, J., Tekst specjalistyczny pod lingwistyczna lup , Warszawa 2008 - (w:) Podstawy technolingwistyki I, Lukszyn J. (red.)

O'Driscoll, N., Marketing, Pearson, Harlow 2010

Dane jako ciowe

Przyporz dkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	30	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	20	
Przygotowanie do kolokwii i egzaminu	18	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	30	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	51	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Analiza tekstów marketingowych w j zyku niemieckim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235270	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	3	Semestr:	5, 6		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	5	P	15	Zaliczenie z ocen	2
	6	P	15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 5 - j zyk niemiecki (100%) , semestr: 6 - j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytorijne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
semestr V: zaliczenie czwartego semestru studiów			
semestr VI: zaliczenie pi tego semestr studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu analizy dyskursu specjalistycznego zorientowan na zastosowania praktyczne w dziaaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	kolokwium
2	umie wykorzysta posiadana wiedz z zakresu analizy dyskursu specjalistycznego, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla dziaalnoci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga zastosowania umiejtnoci analizy tekstów marketingowych w j zyku niemieckim oraz zastosowania zaczerpni tej z lektury tych tekstów wiedzy specjalistycznej	JO_U01	kolokwium, wykonanie zadania

3	wła ciwie dobiera ró dła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje potrzebne do analizy tekstów ekonomiczno-prawniczych	JO_U02	kolokwium, wykonanie zadania
4	potrafi prowadzi efektywne receptywne działania j zykowe w zakresie tekstów u ytkowych i specjalistycznych w niemieckim j zyku biznesu: po pi tym semestrze na poziomie B2, a po szóstym B2+ wg ESOKJ, uwzgl dniaj c pragmatyczne i socjolingwistyczne uwarunkowania tych działań oraz wykorzystuj c posiadane wiedz pozaj zykow	JO_U15	kolokwium, wykonanie zadania
5	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych tre ci i zasi gania opinii ekspertów w przypadku trudno ci z samodzielnym rozwi zaniem problemu	JO_K01	obserwacja zachowa

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

metody podaj ce (obja nienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizuj ce (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów)), metody praktyczne (praca z materiałem ikonograficznym, praca z tekstem pisemnym, wiczenia w analizowaniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

wiedza:

ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))

umiej tno ci:

ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))

ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na wiczeniach)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Celem zaj jest doskonalenie umiej tno ci analizy tekstów specjalistycznych z wykorzystaniem jako korpusu tekstów marketingowych. Umiej tno ta traktowana jest jako niezb dna do prowadzenia skutecznych j zykowych działań receptywnych w (e-)biznesie. Dodatkowym celem zaj jest poznanie i umiej tne stosowanie w komunikacyjnych działaniach produktywnych i interakcyjnych w (e-)biznesie specjalistycznej terminologii z zakresu marketingu.

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

	Liczba godzin
Semestr: 5	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
Na wst pie studenci definiuj poj cie j zyka specjalistycznego i tekstu specjalistycznego oraz podaj cechy ró ni ce tekst specjalistyczny od tekstu w j zyku ogólnym, a tak e omawiaj typologi tekstów specjalistycznych i parametry analizy tekstu specjalistycznego (nawi zanie do zaj z II semestru Lingwistyka j zyków specjalistycznych). Studenci zostaj uwra liwieni na fakt, i terminy specjalistyczne zawieraj odniesienie do wiedzy specjalistycznej, tzn. wymagaj rozumienia zjawisk z dziedziny specjalistycznej, które opisuj , oraz e niewła ciwe opanowanie słownictwa specjalistycznego prowadzi do formułowania nieprecyzyjnych wypowiedzi i w konsekwencji do nieporozumie w działalno ci zawodowej.	15
Działania receptywne stanowi symulacj autentycznych działań komunikacyjnych zwi zanych z działalno ci (e-)biznesow .	

<p>Analiza tekstu przebiega wg następującego schematu:</p> <p>Studenti:</p> <ol style="list-style-type: none"> Odkrywaj globalne znaczenie tekstu na podstawie postawionej hipotezy przy wykorzystaniu posiadanej wiedzy dotyczącej danej sytuacji komunikacyjnej, uwzględnieniu elementów ikonograficznych zawartych w tekście (struktura, typografia, tytuł, podtytuł, streszczenie) oraz własnej wiedzy ogólnej z danej dziedziny specjalistycznej i z zakresu danego tematu (antyrecypacja treści). Rozwiązuj zadania dotyczące globalnego rozumienia tekstu, mające na celu weryfikację hipotez dotyczących znaczenia tekstu i równolegle stawiaj hipotezy dotyczące aspektów formalnych języka. Następnie w trakcie weryfikacji tych hipotez, wychwytyj wskazówki w tekście pozwalające potwierdzić lub odrzucić oczekiwania semantyczne i formalne. Rozwiązuj zadania dotyczące selektywnego i szczegółowego rozumienia tekstu, obejmujące odpowiedzi na pytania otwarte i zamknięte, streszczanie najważniejszych części tekstu, układanie planu tekstu, oddzielanie faktów od opinii. Wyszukuj w tekście, definiuj i tłumacz na język polski specjalistyczną terminologię oraz wykonuj ćwiczenia doskonalące umiejętność jej prawidłowego użycia. Przekazuj treść tekstu specjalistycznego nacechowanego specjalistyczną terminologią i skomplikowaną składnią w formie dostosowanej do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu. <p>Podobne zadania studenci otrzymują do wykonania w ramach pracy domowej i kolejnej pracy zaliczeniowej.</p> <p>Gatunki analizowanych tekstów:</p> <ol style="list-style-type: none"> Teksty marketingowe skierowane do działalności biznesowej adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak: <ul style="list-style-type: none"> materiały promocyjne, takie jak: ulotki, broszury i foldery opis firmy, opis strategii marketingowych firmy, opis produktu na stronach internetowych firm informacje prasowe i newslettery związane z działalnością promocyjną hasła i slogany reklamowe teksty promocyjne w mediach społecznościowych teksty wykorzystywane w kampaniach mailingowych teksty specjalistyczne z zakresu dyskursu marketingowego Teksty ze stron internetowych firm i instytucji z zakresu dyskursu marketingowego – napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecjalistów w celu dzielenia się wiedzą Artykuły specjalistyczne dotyczące problematyki marketingu z niemieckich wiodących czasopism branżowych 	15
Semestr: 6	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Na wstępie studenci definiują pojęcie języka specjalistycznego i tekstu specjalistycznego oraz podają cechy różnicujące tekst specjalistyczny od tekstu w języku ogólnym, a także omawiają typologię tekstów specjalistycznych i parametry analizy tekstu specjalistycznego (nawiązanie do zajęć z II semestru Lingwistyka języków specjalistycznych). Studenci zostają uwrażliwieni na fakt, iż terminy specjalistyczne zawierają odniesienie do wiedzy specjalistycznej, tym samym wymagają rozumienia zjawisk z dziedziny specjalistycznej, które opisują, oraz efektywne opanowanie słownictwa specjalistycznego prowadzi do formułowania nieprecyzyjnych wypowiedzi i w konsekwencji do nieporozumień w działalności zawodowej.</p> <p>Działania receptywne stanowią symulację autentycznych działań komunikacyjnych związanych z działalnością (e-)biznesową.</p> <p>Analiza tekstu przebiega wg następującego schematu:</p> <p>Studenti:</p>	15

<p>1. Odkrywaj globalne znaczenie tekstu na podstawie postawionej hipotezy przy wykorzystaniu posiadanej wiedzy dotyczącej danej sytuacji komunikacyjnej, uwzględnieniu elementów ikonograficznych zawartych w tekście (struktura, typografia, tytuł, podtytuł, streszczenie) oraz własnej wiedzy ogólnej z danej dziedziny specjalistycznej i z zakresu danego tematu (antycypacja treści).</p> <p>2. Rozwiń zadania dotyczące globalnego rozumienia tekstu, mające na celu weryfikację hipotez dotyczących znaczenia tekstu i równoległe stawiaj hipotezy dotyczące aspektów formalnych języka. Następnie w trakcie weryfikacji tych hipotez, wychwytyj wskazówki w tekście pozwalające potwierdzić lub odrzucić oczekiwania semantyczne i formalne.</p> <p>3. Rozwiń zadania dotyczące selektywnego i szczegółowego rozumienia tekstu, obejmujące odpowiedzi na pytania otwarte i zamknięte, streszczanie najważniejszych części tekstu, układanie planu tekstu, oddzielanie faktów od opinii.</p> <p>4. Wyszukuj w tekście, definiuj i tłumacz na język polski specjalistyczną terminologię oraz wykonuj ćwiczenia doskonalące umiejętność jej prawidłowego użycia.</p> <p>5. Przekazuj treść tekstu specjalistycznego nacechowanego specjalistyczną terminologią i skomplikowaną składnią w formie dostosowanej do potrzeb niespecialistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu.</p> <p>Podobne zadania studenci otrzymują do wykonania w ramach pracy domowej i kolejnej pracy zaliczeniowej.</p> <p>Gatunki analizowanych tekstów:</p> <p>1. Teksty marketingowe wiążące się z działalnością biznesową adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • materiały promocyjne, takie jak: ulotki, broszury i foldery • opis firmy, opis strategii marketingowych firmy, opis produktu na stronach internetowych firm • informacje prasowe i newslettery związane z działalnością promocyjną • hasła i slogany reklamowe • teksty promocyjne w mediach społecznościowych • teksty wykorzystywane w kampaniach mailingowych • teksty specjalistyczne z zakresu dyskursu marketingowego <p>2. Teksty ze stron internetowych firm i instytucji z zakresu dyskursu marketingowego – napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecialistów w celu dzielenia się wiedzą</p> <p>3. Artykuły specjalistyczne dotyczące problematyki marketingu z niemieckojęzycznych czasopism branżowych</p>	15
Literatura	
Podstawowa	
Lukszyn, J., Parametry analizy tekstów specjalistycznych (w:) Języki Specjalistyczne III, Problemy technolingwistyki, Lukszyn J. (red.), Warszawa 2003	
Lukszyn, J., Tekst specjalistyczny pod lingwistyczną lupą, (w:) Podstawy technolingwistyki I, Lukszyn J. (red.), Warszawa 2008	
Smoleń-Wawrzyszyn, Polskie dyskursy marketingu. Perspektywa lingwistyczna, KUL, Lublin 2018	
<p>- Korpus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autentyczne teksty dotyczące marketingu wiążące się z działalnością biznesową adresowane do lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów • Autentyczne teksty marketingowe ze stron internetowych firm i instytucji biznesowych napisane przez specjalistów dla specjalistów i dla niespecialistów w celu dzielenia się wiedzą • Artykuły specjalistyczne dotyczące problematyki marketingu z niemieckojęzycznych czasopism branżowych 	
Uzupełniająca	
Gajewska, E., Analiza dyskursu w glottodydaktyce specjalistycznej: kryteria doboru modeli teoretycznych dla potrzeb dydaktyki szkolnej 2013 - „Neofilolog” 2013, nr 41, s. 21-37	

Dane jako ciowe	
Przyporządkowanie zajęć /grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	językoznawstwo

Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w szczególnie określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	20	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	20	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	28	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	50	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Coaching w biznesie				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235232	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	3	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	1	Semestr:	1		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	P	30	Zaliczenie z ocen	3
Razem			30		3
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu wybranych zagadnie coachingu w biznesie zorientowan na zastosowania praktyczne w komunikacji z kontrahentami, współpracownikami oraz klientami biznesowymi	JO_W04	kolokwium
2	posiada umiej tno merytorycznego argumentowania, formułowania wniosków oraz udziału w debacie w komunikacji z kontrahentami, współpracownikami i klientami biznesowymi	JO_U04	wypowied ustna
3	potrafi wykorzystywa metod Transforming Communication celem modelowania relacji w zespole oraz relacji z kontrahentami i klientami biznesowymi	JO_U05	wypowied ustna
4	potrafi wykorzysta posiadan wiedz z zakresu coachingu w biznesie, celem formułowania i rozwi zywania zło onych, typowych i nietypowych zada oraz problemów zwi zanych z komunikacj z kontrahentami, współpracownikami oraz klientami biznesowymi	JO_U09	wypowied ustna

5	potrafi planowa i organizowa efektywne działania komunikacyjne w ramach (e-)biznesu, a tak e współdziała w grupie przyjmuj c w niej ró ne role	JO_U17	wypowied ustna
6	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w rodowisku (e-)biznesowym	JO_K04	obserwacja zachowa
7	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej oraz wymagania tego od innych, a tak e ponoszenia odpowiedzialno ci za własne działania komunikacyjne w działalno ci (e-)biznesowej	JO_K05	obserwacja zachowa

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

metody podaj ce (obja nienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizuj ce (dyskusja, wypowiedzi indywidualne i interakcje, odgrywanie ról, swobodna konwersacja)), metody eksponuj ce (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z materiałami, tekstem, symulacje rozmów biznesowych)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

wiedza:

ocena kolokwium (ocena kolokwium)

umiej tno ci:

ocena wypowiedzi ustnej (ocena ustnych symulacji interakcyjnych wykonywanych w ramach wicze praktycznych)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Program nauczania został przygotowany w oparciu o warsztat Transforming Communication?. Jest to metoda komunikacji, która transformuje relacje zarówno biznesowe, jak i osobiste. Dodatkowo program obejmuje tre ci dotycz ce podstawowych zagadnie coachingu.

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

Semestr: 1

Forma zaj : wiczenia projektowe

Program nauczania został przygotowany w oparciu o warsztat Transforming Communication™. Jest to zestaw narz dzi na „trudne czasy”, dzi ki któremu łatwiej skonsolidowa zespół, porozumie si z kontrahentami, współpracownikami i klientami, uzyska synergi w działaniu oraz mie wi ksz satysfakcj zawodow i osobist . Umo liwia on skorzystanie z narz dzi podnosz cych jako ycia. Dodatkowo, zaj cia obejmuj wa ne zagadnienia z dziedziny coachingu.

W ramach zaj praktycznych Student:

- Dowiaduje si m.in., czym coaching ró ni si od innych metod wsparcia.
- Dowiaduje si , jak postaw powinna mie osoba, która jest gotowa do coachingu, oraz jak to sprawdzi .
- Poznaje ró ne rodzaje coachingu.
- Poznaje 11 kluczowych kompetencji Coacha wg. ICF oraz inne standardy
- Poznaje neurologiczny model Diltsa ukazuj cy schemat dokonywania zmian i uczenia si , na bazie którego powstało wiele narz dzi coachingowych.
- Uczy si , jak wpływa na swoje nastawienie oraz nastawienie innych.
- B dzie wiedzie , jak my le o celu, aby mie wysoki poziom motywacji do jego realizacji

30

Liczba godzin

- Do wiadczy, jakie nawyki hamuj wspieranie drugiej osoby.
- Definiuje swoje cele w oparciu o model SPEZIOR.
- Wykorzystuje metod "rapport" jako form dopasowania do drugiej osoby i nawi zania skutecznej relacji.
- Charakteryzuje wzrokowe wskazówki dost pu.
- Rozró nia typ reprezentacji rozmówcy (wzrokowiec, słuchowiec, kinestetyk).
- Identyfikuje model "kto ma problem" Thomasa Gordona.
- Potrafi skutecznie porozumiewa si z ró norodnymi typami osobowo ci.
- Wypracowuje m dr pewno siebie w trudnych sytuacjach.
- Unika 12 nawykowych zachowa , które przeszkadzaj w porozumieniu.
- Konstruuje i stosuje pytania otwarte i zamkni te w zale no ci od sytuacji i potrzeb w komunikacji z drug osob .
- Stosuje techniki aktywnego i wspieraj cego słuchania rozmówcy.
- Skutecznie stosuje komunikat "JA".
- Definiuje metod "Dwóch kroków".
- Rozumie zasady informacji zwrotnej.
- Zast puje agresj i uległo asertywno ci .
- Transformuje konflikty w dobre relacje.
- Rozró nia rodzaje konfliktów i wła ciwe działanie.
- Negocjuje tak, by wszyscy wygrywali.
- Stosuje Ram Partnerstwa w kontaktach z partnerami biznesowymi.
- Jest wyposa ony w zestaw podstawowych narz dzi coachingowych, m.in. GROW.

Po zako czeniu wszystkich zaj i uzyskaniu pozytywnej oceny studenci otrzymaj certyfikat Transforming Communication™ oraz certyfikat Basic Coaching Skills.

30

Literatura
Podstawowa
Atkinson, M., Chois, R. T., Wewn trzna dynamika coachingu, tom 1, New Dawn 2021
Bolstad, R., Komunikacja Transformuj ca, METAmorfoza 2016
Covey, S. R., 7 nawyków skutecznego działania, Dom Wydawniczy REBIS 2006
Uzupełniaj ca

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]
Udział w zaj ciach	30
Konsultacje z prowadz cym	2
Udział w egzaminie	0
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	20
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	10
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	13
Inne	0

Sumaryczne obciążenie prac studenta	75	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	3	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	38	1,5

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może różnić się od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Design thinking w działalno ci biznesowej				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235258	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	2	Semestr:	3		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3		30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	potrafi wła ciwie dobrać ró dła, analizowa , ocenia , selekcjonowa i wykorzystywa informacje celem zwi kszania efektywno ci działań komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_U02	wykonanie zadania
2	posiada umiej tno merytorycznego argumentowania z wykorzystaniem pogl dów innych autorów, formułowania wniosków oraz udziału w debacie podczas rozwi zywania problemów lub proponowania innowacji w działalno ci (e-)biznesowej	JO_U04	wykonanie zadania
3	potrafi wykorzystywa posiadan wiedz z zakresu metod Design Thinking celem formułowania i rozwi zywania zło onych, typowych i nietypowych zada oraz problemów zwi zanych z działalno ci (e-)biznesow	JO_U09	wykonanie zadania

4	potrafi planować i organizować działania komunikacyjne dotyczące rozwoju żywienia problematycznym i proponowania innowacji w ramach działalności (e-)biznesowej, a także współdziała w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania
5	jest świadomy różnic i podobieństw między kulturami oraz ich roli w komunikacji w (e-)biznesie oraz szanuje wartości innych kultur	JO_K06	obserwacja zachowa
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody podające (omówienie (przykłady, filmiki)), metody problemowe (- metoda sytuacyjna (analiza opisanej sytuacji, ciągu zdarzeń prowadząca do znalezienia rozwiązania) - metody aktywizujące: burza mózgów, dyskusja związana z przedstawionymi sytuacjami - metoda rozwiązywania problemów DT (design thinking)), konsultacje indywidualne, samodzielna praca studentów (samokształcenie)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
umiejętności: ocena wykonania zadania (ocena z wykonania zadania projektowego)			
kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Ocena wystawiana na podstawie ocen cząstkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.			
Treści programowe (opis skrócony)			
1. Elementy tworzące kulturę przedsiębiorstwa. 2. Procesy innowacyjne. 3. Główne obszary zastosowania Design Thinking. 4. Design Thinking - poszczególne etapy. Zajęcia odbywają się z wykorzystaniem technik kształcenia na odległość.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 3			
Forma zajęć: wiczenia audytorialne			
1. Elementy tworzące kulturę przedsiębiorstwa (Przykłady nieporozumień i konfliktów w środowisku pracy; Zróżnicowana kultura codzienna; Problematyka pracy grupowej). 2. Procesy innowacyjne (Modele procesów innowacyjnych – podstawowe, popytowe, zintegrowane; Metoda racjonalno-analityczna w odróżnieniu od Design Thinking; DT jako metoda myślenia projektowego, nieliniowego, wykorzystującego identyfikację potrzeb i rozwiązań dla klienta). 3. Główne obszary zastosowania Design Thinking (Projektowanie graficzne/ przedmioty i produkty/ projektowanie usług, interakcji i aktywności). 4. Design Thinking - poszczególne etapy (Empatyzacja/ Definiowanie problemu/ Generowanie pomysłów/ Budowanie prototypów/ Testowanie).			30
Literatura			
Podstawowa			
Hajdas, M., Projektowanie innowacji w oparciu o Design Thinking, Difin SA 2018 - w: Sty A., Dejnaka A. (red.), Innowacje w biznesie			
Ingle, B.R., Design Thinking dla przedsiębiorców i małych firm, Helion 2015			

Mróz, A., Jak tworzy produkty i usługi, Wydawnictwo Cztery Głowy 2019
Okraj, Z., Design thinking - inspiracje dla dydaktyki, Difin 2020
Uzupełniaj ca

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarz dzaniu i jako ci	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	30	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	10	
Przygotowanie do kolokwów i egzaminu	0	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	8	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	15	0,6

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Fonetyka i fonologia j zyka niemieckiego				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235220	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	1	Semestr:	1		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	P	30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	ma wiedz z zakresu fonetyki i fonologii j zyka niemieckiego zorientowan na zastosowania praktyczne w komunikacji na co dzie w rodowisku multilingwalnym oraz w dziaalnoci biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym	JO_W01	kolokwium
2	potrafi wykorzysta posiadana wiedz z zakresu poprawnej artykulacji głosek, akcentuacji, intonacji i frazowania w j zyku niemieckim celem prowadzenia efektywnej rutynowej komunikacji na co dzie oraz komunikacji specjalistycznej w zakresie dziaalnoci (e-)biznesowej	JO_U01	wypowied ustna
3	potrafi posługiwa si w ustnych działaniach komunikacyjnych j zykiem niemieckim ogólnym na poziomie A1 wg ESOKJ	JO_U13	wypowied ustna
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

metody podaj ce (obja nienie, omówienie, opis), metody praktyczne (praca z tekstem i z podr cznikiem, wiczenia fonetyczne: powtarzanie, opozycje, krótkie wypowiedzi monologiczne i dialogowe ze szczególnym uwzgl dnieniem aspektu komunikacyjnego)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si	
wiedza: ocena kolokwium (ocena z pisemnych kolokwiów cz stkowych)	
umiej tno ci: ocena wypowiedzi ustnej (ocena z ustnego kolokwium zaliczeniowe w formie czytanej oraz tworzonej spontanicznie wypowiedzi ustnej)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Zaliczenie z ocen na podstawie ocen cz stkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.	
Tre ci programowe (opis skrócony)	
Celem zaj jest opanowanie przez studentów poprawnej artykulacji głosek, akcentuacji, intonacji i frazowania w j zyku niemieckim celem prowadzenia efektywnej rutynowej komunikacji na co dzie oraz komunikacji specjalistycznej w zakresie działalno ci (e-)biznesowej.	
Content of the study programme (short version)	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 1	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
wiczenia z fonetyki i fonologii j zyka niemieckiego obejmuj nast puj ce tre ci: Przedmiot i zastosowania fonetyki i fonologii. Narz dy mowy. Podstawowe poj cia fonetyki i fonologii. Charakterystyka głosek (niemieckie samogłoski napi te, zamkni te długie w opozycji do nienapi tych, otwartych, krótkich; dyftongi; spółgłoski: Ich-Laut, Ach-Laut, nosowa zwarta ng., spółgłoski zwarto-wybuchowe bezd wi czne p, t, k wymawiane z przydechem. Uwarunkowania pozycyjne głosek (upodobnienia). Fonologiczny zapis tekstu. Akcent wyrazowy i zdaniowy. Akcent i wymowa wyrazów pochodzenia obcego. Intonacja zdaniowa. Intonacja zabarwiona emocjonalnie. Znaczna cz zaj jest po wi cona wiczeniom praktycznym, w których szczególny nacisk kładzie si na prawidłowe wymawianie głosek oraz prawidłowe akcentowanie, intonacj i frazowanie w wypowiedziach w j zyku niemieckim w celu optymalizacji efektywno ci ustnych działań komunikacyjnych (wiczenia w formie gło nego czytania fraz oraz czytania i tworzenia krótkich tekstów monologicznych i dialogowych.	30
Literatura	
Podstawowa	
Fischer, A., Deutsch lernen mit Rhythmus. Lehrbuch + CDs, Schubert 2007	
Morciniak, N., Pr dota, S., Podr cznik wymowy niemieckiej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008	
Schmohl, S., Schenk, B., Bleiner, S., Wirtz, M., Glaser, J., Akademie Deutsch A1+. Intensivlehrwerk mit Audios online. Band 1. Deutsch als Fremdsprache, Hueber, München 2020 - wiczenia dotycz ce fonetyki	
Schmohl, S., Schenk, B., Bleiner, S., Wirtz, M., Glaser, J., Akademie Deutsch A2+. Intensivlehrwerk mit Audios online. Band 2. Deutsch	

als Fremdsprache, Hueber, München 2020 - wiczenia dotycz ce fonetyki

Stock, E., Hirschfeld, U., Phonotheek. Deutsch als Fremdsprache. Arbeitsbuch, Langenscheidt 2000

Uzupełniaj ca

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	30	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypelniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	8	
Przygotowanie do kolokwiiów i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	5	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	34	1,4

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Gospodarowanie zasobami ludzkimi				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235260	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	2	Semestr:	3		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3		30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:	dr hab. Marta Domagalska-Gr dys				
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zakresu gospodarowania kapitałem ludzkim, której zastosowanie znajduje w działalno ci (e-)biznesowej	JO_W06	kolokwium
2	potrafi wykorzystywa posiadane wiedz z zakresu gospodarowania kapitałem ludzkim, by formułowa i rozwi zywa typowe i nietypowe zadania oraz problemy zwi zane z działalno ci (e-)biznesow	JO_U09	wykonanie zadania
3	potrafi planowa i organizowa działania komunikacyjne w ramach gospodarowania zasobami ludzkimi w (e-)biznesie, a tak e współdziała w grupie przyjmuj c w niej ró ne role	JO_U17	wykonanie zadania
4	jest gotów do działania w sposób przedsi biorczy w działalno ci (e-)biznesowej	JO_K03	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)	
metody problemowe (analiza przypadków marek znanych produktów), metody praktyczne (dyskusja), metody problemowe (analizy przypadków)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się	
<p>wiedza: ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))</p> <p>umiejętności: ocena wykonania zadania (analiza studiów przypadku, ocena efektywności inwestycji w kapitał ludzki na podstawie danych statystycznych)</p> <p>kompetencje społeczne: obserwacja zachowań (obserwacja zachowań indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)</p>	
Warunki zaliczenia	
<p>Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.</p> <p>Zasady ustalania ocen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%. 	
Treści programowe (opis skrócony)	
Gospodarowanie kapitałem ludzkim (GKL) jest procesem obejmującym kreowanie, alokację i wykorzystanie tego kapitału w celu zapewnienia subiektywnie rozumianego dobrobytu jednostkom na poziomie makroekonomicznym i mikroekonomicznym. Przedmiot obejmuje podstawy teoretyczne pojęcia kapitału ludzkiego w dorobku nauk ekonomicznych i nauk o zarządzaniu, które umożliwiają inwestowanie w kapitał ludzki poprzez tworzenie systemu opieki zdrowotnej, szkolnictwa, rynków pracy, zarządzanie migracjami w myślenie o koncepcji dobrobytu i dobrostanu.	
Content of the study programme (short version)	
Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 3	
Forma zajęć : wiczenia audytoryjne	
<ol style="list-style-type: none"> Teoria kapitału ludzkiego i istota rozwoju. Gospodarowanie kapitałem ludzkim (GKL). Modele rozwoju i pomiar kapitału ludzkiego. Demografia jako nauka o ludności i kapitałach ludzkimi. Rynki pracy w zakresie GKL. Migracje we współczesnym świecie Edukacja i kształcenie w ujęciu GKL Zdrowie jako komponent kapitału ludzkiego. Dobrostan i dobrobyt w zakresie GKL. 	30
Literatura	
Podstawowa	
Król, M., Gospodarowanie kapitałem ludzkim z uwzględnieniem elastycznych form zatrudnienia, Prace Naukowe/Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 2008	
Wojtczak-Turek, A., Zarządzanie kapitałem ludzkim w warunkach zrównoważonego rozwoju, PWN, Warszawa 2022	
Uzupełniająca	
Pocztowski A., Sitko-Lutek A., Rakowska A., Zarządzanie zasobami ludzkimi w Polsce. Ewolucja i współczesność, Wolters Kluwer, Warszawa 2021	
Dane dodatkowe	
Przygotowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarządzaniu i jakości

Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	6	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	6	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	6	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	36	1,4

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Gramatyka stosowana j zyka niemieckiego				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235233	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	6	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	1, 2	Semestr:	2, 3, 4		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2	P	30	Zaliczenie z ocen	2
2	3	P	30	Zaliczenie z ocen	2
	4	P	30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			90		6
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%) , semestr: 3 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%) , semestr: 4 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
semestr II: zaliczenie pierwszego semestru studiów			
semestr III: zaliczenie drugiego semestru studiów			
semestr IV: zaliczenie trzeciego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada w zaawansowanym stopniu wiedz dotycz c reguł morfologicznych i składniowych j zyka niemieckiego zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	kolokwium
2	potrafi wykorzystywa posiadan wiedz z zakresu morfologii i składni j zyka niemieckiego celem precyzyjnego, poprawnego i logicznego komunikowania si w rutynowych sytuacjach na co dzie oraz w ramach komunikacji specjalistycznej w zakresie działalno ci	JO_U01	wypowied ustna

2	(e-) biznesowej	JO_U01	wypowied ustna
3	potrafi w zaawansowanym stopniu stosować terminologię z zakresu gramatyki języka niemieckiego znajdując zastosowanie w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_U03	wypowied ustna
4	potrafi posługiwać się w działaniach komunikacyjnych językiem niemieckim ogólnym zgodnie z wymaganiami określonymi dla danego semestru studiów, tj. po semestrze II: poziom A2+, po semestrze III: poziom B1, po semestrze IV: poziom B2	JO_U13	wypowied ustna

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (objaśnienie (wyjaśnienie, omówienie), opis), metody problemowe (dyskusja dydaktyczna)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))

umiejętności:

ocena wypowiedzi ustnej (ocena wypowiedzi związanej z analizą tekstu)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Celem zajęć jest budowanie i doskonalenie przez studenta kompetencji gramatycznej i jednej z kluczowych składowych kompetencji komunikacyjnej rozumianej jako umiejętność rozumienia i wyrażania znaczeń za pomocą odczytywania i tworzenia skonstruowanych zgodnie z zasadami gramatycznymi wyrażenia i zdania (w przeciwieństwie do ich zapamiętywania i odtwarzania w postaci utartych formułek). W centrum uwagi znajduje się pragmatyczny i użyteczny aspekt nauczania gramatyki, tzn. i każdy uczeń się ma na celu posługiwanie się nią w trakcie praktyki językowej. W ramach kursu studenci poznają zagadnienia gramatyczne dotyczące reguł morfologicznych i składniowych języka niemieckiego przyporządkowane do poziomu językowego wg ESOKJ: w semestrze II: A2+, w semestrze III: B1, w semestrze IV: B2 oraz widać ich zastosowanie w praktyce komunikacyjnej.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

Liczba godzin

Semestr: 2

Forma zajęć : **wiczenia praktyczne**

Na zajęciach studenci poznają i uczą się stosować zasady gramatyki języka niemieckiego. Rozwijają wiczenia dotyczące gramatyki zdania, która odnosi się zasadniczo do aktów mowy realizowanych za pomocą środków językowych i wywołujących bezpośredni efekt u odbiorcy oraz gramatyki tekstu, która za jednostką analizy wybiera konkretny tekst i rozpatruje kwestie związane ze spójnością (wewnętrzna i zewnętrzna), zasady organizacji myśli i konstrukcji przekazu itp.;

Studenci uczą się :

- posługiwać się terminologią gramatyczną w języku niemieckim
- używać kategorii czasu i rodzajnika
- analizować i budować zdania wielokrotnie złożone
- wyrażać związki logiczne i czasowe w zdaniu i między zdaniami posługując się wieloma schematami zdaniowymi.
- analizować kontekst językowy i zauważać regularności oraz oboczności używania form językowych, zauważać i korygować formy niepoprawne

30

<p>-porównywa formy językowe, ich sposób funkcjonowania w językach polskim i niemieckim</p> <p>-posługuje się słownikami jedno- i dwujęzycznymi</p> <p>-dokonywa transferu poznanych form na nowe, niespotykane dotychczas sytuacje komunikacyjne</p> <p>W ramach zdefiniowanych w ten sposób celów zajęci studenci uczą się w praktyce zagadnienia gramatyczne dotyczące reguł morfologicznych i składniowych języka niemieckiego przyporządkowane do poziomu językowego wg ESOKJ: w semestrze II: A2+, w semestrze III: B1, w semestrze IV: B2 oraz wiczy ich zastosowanie w praktyce komunikacyjnej.</p> <p>semestr II:</p> <p>Zdania oznajmujące i zdanie pytające. Zdania ze spójnikami wprowadzającymi zdanie współrzędne złożone: und, oder, aber sondern, denn. Odmiana czasownika w czasie teraźniejszym, rodzajnik określony i nieokreślony (odmiana i podstawowe zasady użycia). Przysłówki. Czasowniki z dopełnieniem w bierniku. Liczba mnoga. Zaimek osobowy. Tryb rozkazujący. Czasowniki modalne (znaczenie obiektywne). Liczebniki porządkowe. Odmiana zaimka dzierżawczego. Czasowniki rozdzielnie i nierozdzielnie złożone. Przyimki z celownikiem i biernikiem. Przyimki miejsca i kierunku z celownikiem/biernikiem (pytania wo? I wohin?). Przyimki z dopełniaczem. Kolejność dopełnień w zdaniu. Czas przeszły Perfekt czasowników regularnych i nieregularnych. Zdanie podrzędne złożone z weil. Präteritum czasowników regularnych, nieregularnych i czasowników modalnych. Stopień wyższy i najwyższy przysłówka. Zdania porównawcze z als i wie. Zdanie podrzędne złożone z wenn i dass. Odmiana przysłówka. Opisowa forma trybu przypuszczającego wüßte + bezokolicznik. Bezokolicznik z zu. Zdania czasowe z wenn, als. Zdania warunkowe rzeczywiste z wenn. Po rednie zdania pytające z ob. Zdania celowe z damit i um...zu. Tryb przypuszczający czasowników modalnych. Zdania pytające niebezpośrednie i bezpośrednio.</p>	30
Semestr: 3	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>semestr III:</p> <p>Czasowniki mocne i nieregularne; czasowniki przechodnie i nieprzechodnie; czasowniki z formami mieszanymi, tworzenie czasu Perfekt z czasownikami posiłkowymi haben i sein. (Powtórzenie)</p> <p>Rzeczownik. Typy deklinacyjne rzeczownika; deklinacja imion własnych; homonimy i paronimy; tworzenie liczby mnogiej, Singularia- i Pluraliatantum.</p> <p>Rekcja czasowników, przysłówków i rzeczowników.</p> <p>Imiesłowy. Formy Gerundivum. Przydawka rozwinięta. Konstrukcje imiesłowowe.</p> <p>Czasowniki modalne, obiektywne (powtórzenie z semestru II) i subiektywne znaczenie czasowników modalnych; przysłówki modalne.</p>	30
Semestr: 4	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>semestr IV:</p> <p>Konjunktiv II – Konjunktiv II w nierzeczywistych zdaniach okolicznikowych warunku, zdaniach życzeniowych, zdaniach porównawczych, formy grzecznościowe</p> <p>Konjunktiv I i mowa zależna.</p> <p>Różne rodzaje negacji.</p> <p>Czasy gramatyczne (wiczenia zbiorcze)</p> <p>Użycie rodzajnika (wiczenia zbiorcze)</p> <p>Werbalne frazy składniowe (FVG) (wiczenia stylistyczne).</p>	30
Literatura	
Podstawowa	
Clamer, F., Heilmann, E.G., Übungsgrammatik für die Grundstufe. A2-B2, Liebaug-Dartmann, Meckenheim 2007	
Darski, J., Gramatyka niemiecka z uwagami konfrontatywnymi, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2013	
Swerlowa, O., Grammatik im Gespräch. A1/A2, B1/B2, Klett, Stuttgart 2013	

Wierzbicka, M., Golonka, J., Grammatik im Dienste der Kommunikation, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2016
Grammatik A2. Das Training. Serie: Deutsch intensiv, Klett Sprachen, Stuttgart 2019
Grammatik B1. Das Training. Serie: Deutsch intensiv, Klett Sprachen, Stuttgart 2019
Grammatik B2. Das Training. Serie: Deutsch intensiv., Klett Sprachen, Stuttgart 2019
Uzupełniaj ca
Reimann, M., Grundstufen-Grammatik. Erklärungen und Übungen, Hueber, München 2021
- teksty autentyczne do analizy
- materiały własne osoby prowadz cej zaj cia

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	90	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	20	
Przygotowanie do kolokwiiów i egzaminu	18	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	20	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	150	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	6	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	92	3,7
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	90	3,6

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Komunikacja mi dzykulturowa				
Course / group of courses:	Intercultural Communication				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235247	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	1	Semestr:	2		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2		15	Zaliczenie z ocen	1
		W	15	Zaliczenie	1
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytorjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pierwszego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada w zaawansowanym stopniu wiedz dotycz c wybranych faktów i zjawisk z zakresu lingwistyki stosowanej: komunikacji mi dzykulturowej zorientowan na komunikacj w przedsi biorstwie oraz komunikacj z klientami i partnerami biznesowymi w rodowisku multilingwalnym i multikulturowym	JO_W01	kolokwium
2	ma uporz dkowan wiedz o ró nych kr gach kulturowych oraz procesach interakcji kulturowych zorientowan na komunikacj w przedsi biorstwie oraz komunikacj z klientami i partnerami biznesowymi w rodowisku multilingwalnym i multikulturowym	JO_W03	kolokwium

3	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu lingwistyki stosowanej - komunikacji międzykulturowej celem formułowania i rozwiązywania problemów związanych z rutynową komunikacją na co dzień oraz z komunikacją specjalistyczną w zakresie działalności biznesowej w środowisku multilingwalnym i multikulturowym	JO_U01	wykonanie zadania
4	potrafi właściwie dobierać źródła, analizować, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje	JO_U02	wykonanie zadania
5	potrafi planować i organizować działania komunikacyjne w środowisku biznesowym, a także współdziałać w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania
6	jest świadomy różnic i podobieństw w zakresie wzorców zachowań komunikacyjnych funkcjonujących w różnych przestrzeniach językowo-kulturowych i szanuje wartości innych kultur	JO_K06	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody praktyczne (symulacja, studium przypadku, projekt), metody problemowe (rozpoznawanie i rozwiązywanie problemów związanych z rozpoznawaniem stylów uczenia się i doбором strategii uczenia się), samodzielna praca studentów (samokształcenie) (wyszukiwanie i organizowanie informacji)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))

umiejętności:

ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na ćwiczeniach)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych (ćwiczenia audytoryjne).

Zaliczenie na podstawie obecności (wykład).

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Celem kursu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu komunikowania międzykulturowego, pokazanie barier kulturowych w komunikacji i wpływu czynników kulturowych/narodowych na przebieg komunikowania. Zajęcia mają również na celu umożliwienie studentom poznania i zrozumienia mechanizmów funkcjonowania własnej kultury i kultur obcych, jak również rozpoznania swoich możliwości i ograniczeń jako osób komunikujących się w językach obcych z osobami reprezentującymi różne kultury i wypracowanie strategii radzenia sobie ze swoimi ograniczeniami w kontekstach zawodowych w biznesie z poszanowaniem dla kultury reprezentowanej przez partnerów.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

Liczba godzin

Semestr: 2

Forma zajęć: **wykład**

1. Kultura jako atrybut człowieka i społeczności ludzkich
2. Charakterystyka współczesnych społeczeństw oraz wielokulturowość jako zjawisko i program społeczny
3. Symboliczna i systemowa natura języka:
 - Znaczenia językowo-kulturowe
 - Mentalność językowa: Ujęcia współczesne
 - Schematy, skrypty i rytuały językowe

15

<p>4. Teoretyczne podstawy komunikacji międzykulturowej</p> <ul style="list-style-type: none"> -Istota i rodzaje komunikacji międzykulturowej -Badania międzykulturowe -Socjolingwistyka i społeczne uwarunkowania kompetencji komunikacyjnej; Pragmatyka i akty komunikacyjne; Analiza dyskursu <p>5. Style komunikacji</p> <p>6. Komunikacja międzykulturowa w biznesie:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Psychologiczne uwarunkowania dekodowania komunikatu na zrynicowanych kulturowo rynkach -Etnocentryzm, stereotypy i l k -Inteligencja emocjonalna i atrybucja -Kultury organizacyjne -Zarządzanie międzykulturowe -Negocjacje międzykulturowe -Międzykulturowe aspekty reklamy -Komunikacja e-mailowa w globalnych zespołach wirtualnych w ujęciu lingwistycznym -Specjalistyczna komunikacja multikulturowa i multilingwalna 	15
---	----

Forma zajęć : **wiczenia audytoryjne**

<p>1. Kultura jako atrybut człowieka i społeczno ci ludzkich</p> <p>2. Charakterystyka współczesnych społeczeństw oraz wielokulturowo jako zjawisko i program społeczny</p> <p>3. Symboliczna i systemowa natura języka:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Znaczenia językowo-kulturowe -Mentalność językowa: Ujęcia współczesne -Schematy, skrypty i rytuały językowe <p>4. Teoretyczne podstawy komunikacji międzykulturowej</p> <ul style="list-style-type: none"> -Istota i rodzaje komunikacji międzykulturowej -Badania międzykulturowe -Socjolingwistyka i społeczne uwarunkowania kompetencji komunikacyjnej; Pragmatyka i akty komunikacyjne; Analiza dyskursu <p>5. Style komunikacji</p> <p>6. Komunikacja międzykulturowa w biznesie:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Psychologiczne uwarunkowania dekodowania komunikatu na zrynicowanych kulturowo rynkach -Etnocentryzm, stereotypy i l k -Inteligencja emocjonalna i atrybucja -Kultury organizacyjne -Zarządzanie międzykulturowe -Negocjacje międzykulturowe -Międzykulturowe aspekty reklamy -Komunikacja e-mailowa w globalnych zespołach wirtualnych w ujęciu lingwistycznym -Specjalistyczna komunikacja multikulturowa i multilingwalna 	15
---	----

Literatura

Podstawowa

Budzanowska-Drzewiecka, Marcinkowski, A., Motyl-Adamczyk, A., Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej, WUJ, Kraków 2016

Palczyński, T., Interpersonalne stosunki międzykulturowe, WUJ, Kraków 2007

Wilczyńska, W., Mackiewicz, M., Krajka, J., Komunikacja interkulturowa. Wprowadzenie, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2019

Uzupełniająca

Zajac, J., Specjalistyczna komunikacja multikulturowa i multilingwalna w korporacjach globalnych, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Kulturologii i Lingwistyki Antropocentrycznej. Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2013

Dane jako ciowe

Przyporządowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	językoznawstwo
--	-----------------------

Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	1	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	5	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	6	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	8	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	31	1,2
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	30	1,2

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Komunikacja telefoniczna w biznesie w j zyku angielskim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235252	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	2	Semestr:		3	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3	P	30	Zaliczenie z ocen	4
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu akceptowalno ci, sytuacyjno ci, intencjonalno ci, intertekstowo ci informatywno ci oraz kohezji i koherencji wypowiedzi zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania
2	umie wykorzysta posiadana wiedz z zakresu wzorców zachowa komunikacyjnych, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga prowadzenia rozmów telefonicznych w j zyku angielskim	JO_U01	wykonanie zadania
3	potrafi kompetentnie uczestniczy w ustnej komunikacji specjalistycznej w angielskim j zyku biznesu na poziomie B2+ wg ESOKJ, uwzgl dniaj c jej uwarunkowania pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystuj c posiadane	JO_U16	wykonanie zadania

3	wiedz pozaj zykow	JO_U16	wykonanie zadania
4	potrafi planowa i organizowa interakcyjne dzialania komunikacyjne w formie rozmow telefonicznych w ramach dzialalno ci (e-)biznesowej, a tak e wspoldziala w grupie przyjmuj c w niej ro ne role	JO_U17	wykonanie zadania
5	jest wiadomy ro nic i podobie stw w zakresie wzorców zachowa komunikacyjnych funkcjonuj cych w polskiej przestrzeni j zykowo-kulturowej oraz w przestrzeni j zykowo-kulturowej krajów angielskiego obszaru j zykowego oraz szanuje warto ci innych kultur	JO_K06	wykonanie zadania, obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			
metody podaj ce (obja nienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizuj ce (dyskusja, symulacja, odgrywanie ról, burza mózgów)), metody eksponuj ce (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z tekstem ustnym, wiczenia w tworzeniu ustnych działa interakcyjnych, praca indywidualna i zespołowa)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si			
wiedza: ocena wykonania zadania (ocena zada wykonanych na zaj ciach, polegaj cych na spontanicznym odegraniu rozmów telefonicznych w angielskim j zyku biznesu, dotycz cych ró nych zagadnie tematycznych, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu dzialalno ci (e-)biznesowej)			
umiej tno ci: ocena wykonania zadania (ocena zada wykonanych na zaj ciach, polegaj cych na spontanicznym odegraniu rozmów telefonicznych w angielskim j zyku biznesu, dotycz cych ró nych zagadnie tematycznych, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu dzialalno ci (e-)biznesowej)			
kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych) ocena wykonania zadania (ocena zada wykonanych na zaj ciach, polegaj cych na spontanicznym odegraniu rozmów telefonicznych w angielskim j zyku biznesu, dotycz cych ró nych zagadnie tematycznych, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu dzialalno ci (e-)biznesowej)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.			
Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.			
Tre ci programowe (opis skrócony)			
Zaj cia obejmuj proces kształcenia i rozwijania umiej tno ci ustnych komunikacyjnych działa interakcyjnych podejmowanych w dzialalno ci (e-)biznesowej, takich jak kompetentne uczestniczenie w komunikacji telefonicznej w j zyku angielskim. Na zaj ciach odbywa si symulacja rutynowych rozmów telefonicznych ze współpracownikami i przeło onymi oraz symulacja rozmów z klientami i partnerami w interesach, dotycz cych zamówie , rezerwacji, reklamacji, marketingu telefonicznego i rozmów negocjacyjnych.			
Content of the study programme (short version)			
Tre ci programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 3			
Forma zaj : wiczenia praktyczne			
wiczenia obejmuj umiej tno tworzenia spójnych i odpowiednio ustrukturyzowanych wypowiedzi, umiej tno u ycia skonwencjonalizowanych wyra e j zykowych charakterystycznych dla komunikacji telefonicznej, umiej tno u ycia odpowiednich strategii komunikacyjnych, d enie do poprawno ci j zykowej i precyzji w u yciu j zyka, doskonalenie umiej tno ci płynno ci przekazu, rozwijanie umiej tno ci monitorowania własnej wypowiedzi w celu dokonania ewentualnej autokorekty oraz równie umiej tno aktywnego słuchania i umiej tno dostosowania wypowiedzi do potrzeb odbiorcy. Uwzgl dnione zostaj równie ró nice interkulturowe. Zaj cia maj równie na celu uwra liwienie studentów na ograniczenia wynikaj ce z niemo no ci wysyłania			30

<p>sygnałów niewerbalnych, interpretowania mimiki i gestów rozmówcy telefonicznego, na nieprzewidywalno odnosz c si do przebiegu rozmowy telefonicznej (radzenie sobie z sytuacjami trudnymi, jak np. odmow czy reakcj roszczeniow ze strony klientow i partnerow biznesowych).</p> <p>Studenci poznaj te zasady etykiety biznesowej w komunikacji telefonicznej dotycz ce godzin telefonowania, wla ciwego przedstawiania si , rozpoczynania (small-talk) i ko czenia rozmowy oraz zasad i funkcji u ycia telefonu komorkowego (np. zasad korzystania z poczty gl osowej).</p>	30
---	----

Literatura
Podstawowa
King, D., Lowe, S., Pile, L., Delta Business Communication Skills: Telephoning B1-B2, Delta Publishing 2017
Smith, D. G., English for Telephoning, Oxford University Press, Oxford 2007
Uzupełniaj ca

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo	
Sposob okre lenia liczby punktow ECTS		
Forma nakladu pracy studenta (udzial w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udzial w zaj ciach	30	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udzial w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wype lniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	28	
Przygotowanie do kolokwiow i egzaminu	15	
Indywidualna praca wlasna studenta z literatur , wykladami itp.	25	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	100	
Liczba punktow ECTS		
Liczba punktow ECTS	4	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udzialu nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	51	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktow ECTS' suma punktow ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udzialu nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktow ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Komunikacja telefoniczna w biznesie w j zyku niemieckim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235278	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	3	Semestr:	6		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	6	P	30	Zaliczenie z ocen	4
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 6 - j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pi tego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu akceptowalno ci, sytuacyjno ci, intencjonalno ci, intertekstowo ci informatywno ci oraz kohezji i koherencji wypowiedzi zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania, ocena aktywno ci
2	umie wykorzysta posiadana wiedz z zakresu wzorców zachowa komunikacyjnych, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga prowadzenia rozmów telefonicznych w j zyku niemieckim	JO_U01	wykonanie zadania, ocena aktywno ci
3	potrafi kompetentnie uczestniczy w ustnej komunikacji specjalistycznej w niemieckim j zyku biznesu na poziomie B2+ wg ESOKJ, uwzgl dniaj c jej uwarunkowania pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystuj c posiadane	JO_U15	wykonanie zadania, ocena aktywno ci

3	wiedz pozaj zykow	JO_U15	wykonanie zadania, ocena aktywno ci
4	potrafi planowa i organizowa interakcyjne dzialania komunikacyjne w formie rozmow telefonicznych w ramach dzialalno ci (e-)biznesowej, a tak e wspoldziala w grupie przyjmuj c w niej ro ne role	JO_U17	wykonanie zadania, ocena aktywno ci
5	jest wiadomy ro nic i podobie stw w zakresie wzorców zachowa komunikacyjnych funkcjonuj cych w polskiej przestrzeni j zykowo-kulturowej oraz w przestrzeni j zykowo-kulturowej krajów niemieckiego obszaru j zykowego oraz szanuje warto ci innych kultur	JO_K06	wykonanie zadania, ocena aktywno ci

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

metody podaj ce (obja nienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizuj ce (dyskusja, symulacja, odgrywanie ról, burza mózgów), konsultacje indywidualne (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z tekstem ustnym, wiczenia w tworzeniu ustnych działa interakcyjnych, praca indywidualna i zespołowa)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

<p>wiedza:</p> <p>ocena aktywno ci (ocena aktywno ci na zaj ciach)</p> <p>ocena wykonania zadania (Pozytywna ocena zada wykonanych na zaj ciach, polegaj cych na spontanicznym odegraniu rozmów telefonicznych w niemieckim j zyku biznesu, dotycz cej ró nych zagadnie tematycznych, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu dzialalno ci (e-)biznesowej.)</p> <p>umiej tno ci:</p> <p>ocena aktywno ci (ocena aktywno ci na zaj ciach)</p> <p>ocena wykonania zadania (Pozytywna ocena zada wykonanych na zaj ciach, polegaj cych na spontanicznym odegraniu rozmów telefonicznych w niemieckim j zyku biznesu, dotycz cej ró nych zagadnie tematycznych, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu dzialalno ci (e-)biznesowej.)</p> <p>kompetencje społeczne:</p> <p>ocena aktywno ci (ocena aktywno ci na zaj ciach)</p> <p>ocena wykonania zadania (Pozytywna ocena zada wykonanych na zaj ciach, polegaj cych na spontanicznym odegraniu rozmów telefonicznych w niemieckim j zyku biznesu, dotycz cej ró nych zagadnie tematycznych, stanowi cych symulacj autentycznych działa komunikacyjnych z zakresu dzialalno ci (e-)biznesowej.)</p>
--

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Zaj cia obejmuj proces ksztalcenia i rozwijania umiej tno ci ustnych komunikacyjnych działa interakcyjnych podejmowanych w dzialalno ci (e-)biznesowej, takich jak kompetentne uczestniczenie w komunikacji telefonicznej w j zyku niemieckim. Na zaj ciach odbywa si symulacja rutynowych rozmów telefonicznych ze współpracownikami i przeło onymi oraz symulacja rozmów z klientami i partnerami w interesach, dotycz cych zamówie , rezerwacji, reklamacji, marketingu telefonicznego i rozmów negocjacyjnych.

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

	Liczba godzin
Semestr: 6	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
wiczenia obejmuj umiej tno tworzenia spójnych i odpowiednio ustrukturyzowanych wypowiedzi, umiej tno u ycia skonwencjonalizowanych wyra e j zykowych charakterystycznych dla komunikacji telefonicznej, umiej tno u ycia odpowiednich strategii komunikacyjnych, d enie do poprawno ci j zykowej i precyzji w u yciu j zyka, doskonalenie umiej tno ci płynno ci przekazu, rozwijanie umiej tno ci monitorowania własnej wypowiedzi w celu dokonania ewentualnej autokorekty oraz równie	30

<p>umiejętność aktywnego słuchania i umiejętność dostosowania wypowiedzi do potrzeb odbiorcy. Uwzględnione zostają również różnice interkulturowe.</p> <p>Zajęcia mają również na celu uświadomienie studentów na ograniczenia wynikające z niemożności wysyłania sygnałów niewerbalnych, interpretowania mimiki i gestów rozmówcy telefonicznego, na nieprzewidywalność odnoszących się do przebiegu rozmowy telefonicznej (radzenie sobie z sytuacjami trudnymi, jak np. odmowa czy reakcja roszczeniowa ze strony klientów i partnerów biznesowych).</p> <p>Studenci poznają te zasady etykiety biznesowej w komunikacji telefonicznej dotyczące godzin telefonowania, właściwego przedstawiania się, rozpoczynania (small-talk) i kończenia rozmowy oraz zasad i funkcji użytkowania telefonu komórkowego (np. zasad korzystania z poczty głosowej).</p>	30
--	----

Literatura
Podstawowa
Eismann, V., Training Berufliche Kommunikation. Erfolgreich am Telefon und bei Gesprächen im Büro. Kursbuch mit audio-CD, Cornelsen 2020
Engst, J., Routiniert telefonieren – leicht gemacht, Duden 2008
Hering, A., Matussek, M., Geschäftskommunikation – Besser Telefonieren. Kursbuch mit Audio-CD, Hueber 2017
Uzupełniająca

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	Język wykładowy	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	20	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	20	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	28	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	51	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Komunikacja w j zyku angielskim ogólnym				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235221	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	6	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	1, 2	Semestr:	1, 2, 3		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	P	60	Zaliczenie z ocen	2
	2	P	45	Zaliczenie z ocen	2
2	3	P	45	Egzamin	2
Razem			150		6
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk angielski (100%) , semestr: 2 - j zyk angielski (100%) , semestr: 3 - j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
Semestr I: brak. Nast pnie odpowiednio: zaliczenie I i II semestru studiów.			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	umie wykorzysta posiadana wiedz o j zyku oraz wiedz o pragmatycznych, dyskursywnych i socjo-lingwistycznych uwarunkowaniach komunikacji j zykowej celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla sytuacji zwi zanych z yciem codziennym w rodowisku multilingwalnym oraz z działalno ci biznesow w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga prowadzenia efektywnych, receptywnych, produktywnych, interakcyjnych i mediacyjnych działań komunikacyjnych	JO_U01	kolokwium, wykonanie zadania, ocena aktywno ci

2	posiada umieć tno merytorycznego argumentowania i formułowania wniosków	JO_U04	kolokwium, wykonanie zadania, ocena aktywno ci
3	potrafi posługiwa si w działaniach komunikacyjnych j zykiem angielskim ogólnym, w zakresie zgodnym z wymogami jego znajomo ci odpowiadaj cymi realizowanemu w danym semestrze poziomowi j zykowemu wg ESOKJ: po sem. 1: B1; po sem. 2: B1+/B2, po sem. 3: B2+	JO_U14	kolokwium, wykonanie zadania, ocena aktywno ci
4	potrafi samodzielnie planowa i realizowa własne uczenie si przez całe ycie a szczególnie rozwój własnej ró noj zycznej i ró nokulturowej kompetencji komunikacyjnej	JO_U18	kolokwium, wykonanie zadania, ocena aktywno ci
5	jest wiadomy ró nic i podobie stw w zakresie wzorców zachowa komunikacyjnych funkcjonuj cych w polskiej przestrzeni j zykowo-kulturowej oraz w przestrzeni j zykowo-kulturowej krajów niemieckiego obszaru j zykowego oraz szanuje warto ci innych kultur	JO_K06	ocena aktywno ci

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

metody podaj ce (obja nienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizuj ce (dyskusja, wypowiedzi indywidualne i interakcje, odgrywanie ról, mapa my li, burza mózgów, swobodna konwersacja), metody eksponuj ce (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z podr cznikiem, tekstem, materiałem ikonograficznym, wiczenia w tworzeniu wypowiedzi ustnej i pisemnej, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe, wiczenia gramatyczne, praca indywidualna i praca zespołowa)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

umieć tno ci:

ocena kolokwium (ocena z pisemnych i ustnych kolokwiów cz stkowych, sprawdzaj cych umieć tno wła ciwego praktycznego zastosowania wiedzy j zykowej leksykalnej i gramatycznej, tzn. umieć tno poprawnego uwzgl dnienia podczas u ycia wiedzy j zykowej adekwatnych pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowa komunikacji j zykowej, celem prowadzenia akceptowalnych i efektywnych receptywnych, produktywnych, interakcyjnych i mediacyjnych działań komunikacyjnych)

ocena aktywno ci (ocena aktywno ci na zaj ciach)

ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na wiczeniach lub w ramach prac domowych)

kompetencje społeczne:

ocena aktywno ci (ocena aktywno ci na zaj ciach)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Zaliczenie z ocen : ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.

Egzamin: zaliczenie cz ci pisemnej i ustnej.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Studenci rozwijaj kompetencj komunikacyjn w zakresie komunikacji w j zyku angielskim - ogólnym, b d c podstaw dla równoległego rozwijania w kolejnych semestrach nauki kompetencji specjalistycznej w angielskim j zyku biznesu. Zdobywaj umieć tno adekwatnego zastosowania wiedzy leksykalnej i gramatycznej z uwzgl dnieniem pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowa komunikacji j zykowej. Studenci postrzegani s jako aktywne jednostki społeczne podejmuj ce działania j zykowe: produktywne, receptywne, interakcyjne i mediacyjne, pozwalaj ce zrealizowa okre lony cel niej zykowy.

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

Liczba godzin

Semestr: 1

Forma zaj : **wiczenia praktyczne**

Koncepcja zaj Komunikacja w j zyku ogólnym opiera si na zało eniu, e j zyk ogólny jest podstaw dla j zyka biznesowego, i e rutynowa komunikacja na co dzie w kr gach biznesowych to równie w du ej mierze komunikacja w j zyku ogólnym, a tak e na zało eniu, e umieć tno prowadzenia produktywnych, receptywnych, interakcyjnych i mediacyjnych działań komunikacyjnych jest uniwersalna dla j zyka

60

<p>ogólnego i różnych języków specjalistycznych.</p> <p>Na zajęciach ma miejsce - sukcesywne i ukierunkowane na progresję w zdobywaniu wiedzy językowej - kształtowanie umiejętności adekwatnego użycia słownictwa związanego z różnymi zagadnieniami tematycznymi oraz adekwatnego, podporządkowanego celom komunikacyjnym, użycia struktur gramatycznych, z uwzględnieniem pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji.</p> <p>Umiejętności obejmują :</p> <p>Adekwatne użycie wiedzy językowej leksykalnej i gramatycznej</p> <p>Właściwe zastosowanie słownictwa i struktur językowych charakterystycznych dla danego gatunku tekstu ustnego i pisemnego;</p> <p>Tworzenie spójnego i logicznego tekstu ustnego i pisemnego w warstwie semantycznej i formalnej;</p> <p>Argumentowanie i wyrażanie swojego stanowiska oraz komentowanie;</p> <p>Rozwijanie sprawności rozumienia tekstu mówionego i czytanego; poznawanie i stosowanie strategii: rozumienie globalne, selektywne i szczegółowe, rekonstruowanie intencji komunikacyjnej autora, odróżnianie faktów od opinii; interpretowanie informacji zawartych w tekście i formułowanie własnych opinii</p> <p>Ustne i pisemne przekazywanie w formie parafrazy konkretnych informacji w obrębie jednego języka lub dwóch języków</p> <p>Przekazaniu treści tekstu (rozmowy, wystąpienia ustnego, dokumentu pisemnego) w formie tłumaczenia streszczającego (nieprofesjonalnego) lub dokładnego osobie, która nie może go zrozumieć z powodu barier natury językowej lub kulturowej.</p> <p>Zajęcia prowadzone są w oparciu o podręcznik English File (wydanie 4), poziomy: upper-intermediate (semestr pierwszy), advanced (semestr drugi) i advanced plus (semestr trzeci).</p>	60
---	----

Semestr: 2

Forma zajęć : **wiczenia praktyczne**

<p>Koncepcja zajęć Komunikacja w języku ogólnym opiera się na założeniu, że język ogólny jest podstawą dla języka biznesowego, i że rutynowa komunikacja na co dzień w kręgach biznesowych to również w dużej mierze komunikacja w języku ogólnym, a także na założeniu, że umiejętność prowadzenia produktywnych, receptywnych, interakcyjnych i mediacyjnych działań komunikacyjnych jest uniwersalna dla języka ogólnego i różnych języków specjalistycznych.</p> <p>Na zajęciach ma miejsce - sukcesywne i ukierunkowane na progresję w zdobywaniu wiedzy językowej - kształtowanie umiejętności adekwatnego użycia słownictwa związanego z różnymi zagadnieniami tematycznymi oraz adekwatnego, podporządkowanego celom komunikacyjnym, użycia struktur gramatycznych, z uwzględnieniem pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji.</p> <p>Umiejętności obejmują :</p> <p>Adekwatne użycie wiedzy językowej leksykalnej i gramatycznej</p> <p>Właściwe zastosowanie słownictwa i struktur językowych charakterystycznych dla danego gatunku tekstu ustnego i pisemnego;</p> <p>Tworzenie spójnego i logicznego tekstu ustnego i pisemnego w warstwie semantycznej i formalnej;</p> <p>Argumentowanie i wyrażanie swojego stanowiska oraz komentowanie;</p> <p>Rozwijanie sprawności rozumienia tekstu mówionego i czytanego; poznawanie i stosowanie strategii: rozumienie globalne, selektywne i szczegółowe, rekonstruowanie intencji komunikacyjnej autora, odróżnianie faktów od opinii; interpretowanie informacji zawartych w tekście i formułowanie własnych opinii</p> <p>Ustne i pisemne przekazywanie w formie parafrazy konkretnych informacji w obrębie jednego języka lub dwóch języków</p> <p>Przekazaniu treści tekstu (rozmowy, wystąpienia ustnego, dokumentu pisemnego) w formie tłumaczenia streszczającego (nieprofesjonalnego) lub dokładnego osobie, która nie może go zrozumieć z powodu</p>	45
--	----

barier natury j zykowej lub kulturowej.	45
Zaj cia prowadzone s w oparciu o podr cznik English File (wydanie 4), poziomy: upper-intermediate (semestr pierwszy), advanced (semestr drugi) i advanced plus (semestr trzeci).	
Semestr: 3	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
<p>Koncepcja zaj Komunikacja w j zyku ogólnym opiera si na zało eniu, e j zyk ogólny jest podstaw dla j zyka biznesowego, i e rutynowa komunikacja na co dzie w kr gach biznesowych to równie w du ej mierze komunikacja w j zyku ogólnym, a tak e na zało eniu, e umiej tno prowadzenia produktywnych, receptywnych, interakcyjnych i mediacyjnych działa komunikacyjnych jest uniwersalna dla j zyka ogólnego i ró nych j zyków specjalistycznych.</p> <p>Na zaj ciach ma miejsce - sukcesywne i ukierunkowane na progresj w zdobywaniu wiedzy j zykowej - kształtowanie umiej tno ci adekwatnego u ycia słownictwa zwi zanego z ró nymi zagadnieniami tematycznymi oraz adekwatnego, podporz dkowanego celom komunikacyjnym, u ycia struktur gramatycznych, z uwzgl dnieniem pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowa komunikacji.</p> <p>Umiej tno ci te obejmuj :</p> <p>Adekwatne u ycie wiedzy j zykowej leksykalnej i gramatycznej</p> <p>Wła ciwe zastosowanie słownictwa i struktur j zykowych charakterystycznych dla danego gatunku tekstu ustnego i pisemnego;</p> <p>Tworzenie spójnego i logicznego tekstu ustnego i pisemnego w warstwie semantycznej i formalnej;</p> <p>Argumentowanie i wyra anie swojego stanowiska oraz komentowanie;</p> <p>Rozwijanie sprawno ci rozumienia tekstu mówionego i czytanego; poznawanie i stosowanie strategii: rozumienie globalne, selektywne i szczegółowe, rekonstruowanie intencji komunikacyjnej autora, odró nianie faktów od opinii; interpretowanie informacji zawartych w tek cie i formułowanie własnych opinii</p> <p>Ustne i pisemne przekazywanie w formie parafrazy konkretnych informacji w obr bie jednego j zyka lub dwóch j zyków</p> <p>Przekazaniu tre ci tekstu (rozmowy, wyst pienia ustnego, dokumentu pisemnego) w formie tłumaczenia streszczaj cego (nieprofesjonalnego) lub dokładnego osobie, która nie mo e go zrozumie z powodu barier natury j zykowej lub kulturowej.</p> <p>Zaj cia prowadzone s w oparciu o podr cznik English File (wydanie 4), poziomy: upper-intermediate (semestr pierwszy), advanced (semestr drugi) i advanced plus (semestr trzeci).</p>	45
Literatura	
Podstawowa	
Latham-Koenig, Ch., Oxenden, C., Chomacki, K., English File 4th edition. Advanced Plus. Student's Book with Online Practice, Oxford University Press, Oxford 2020	
Latham-Koenig, Ch., Oxenden, C., Chomacki, K., English File 4th edition. Advanced. Student's Book with Online Practice, Oxford University Press, Oxford 2020	
Latham-Koenig, Ch., Oxenden, C., Chomacki, K., English File 4th edition. Upper-Intermediate. Student's Book with Online Practice, Oxford University Press, Oxford 2020	
Uzupełniaj ca	

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]
Udział w zaj ciach	150

Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	10	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	8	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	10	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	180	
Liczba punktów ECTS	6	
Liczba punktów ECTS	6	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	152	5,1
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	150	5,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Komunikacja w j zyku niemieckim ogólnym				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235219	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	17	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	1, 2	Semestr:	1, 2, 3, 4		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	P	120	Zaliczenie z ocen	4
	2	P	120	Egzamin	5
2	3	P	120	Zaliczenie z ocen	4
	4	P	120	Egzamin	4
Razem			480		17
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk niemiecki (100%) , semestr: 2 - j zyk niemiecki (100%) , semestr: 3 - j zyk niemiecki (100%) , semestr: 4 - j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytorjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
Semestr I: brak. Nast pnie odpowiednio: zaliczenie I, II i III semestru studiów.			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	umie wykorzysta posiadana wiedz o j zyku oraz wiedz o pragmatycznych, dyskursywnych i socjo-lingwistycznych uwarunkowaniach komunikacji j zykowej celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla sytuacji zwi zanych z yciem codziennym w rodowisku multilingwalnym oraz z działalno ci biznesow w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga prowadzenia efektywnych receptywnych, produktywnych, interakcyjnych i mediacyjnych działań	JO_U01	kolokwium, wykonanie zadania, ocena aktywno ci

1	komunikacyjnych	JO_U01	kolokwium, wykonanie zadania, ocena aktywności
2	posiada umiejętność merytorycznego argumentowania i formułowania wniosków	JO_U04	kolokwium, wykonanie zadania, ocena aktywności
3	potrafi posługiwać się w działaniach komunikacyjnych językiem niemieckim ogólnym, w zakresie zgodnym z wymogami jego znajomości odpowiadającymi realizowanemu w danym semestrze poziomowi językowemu wg ESOKJ: po sem. 1: A1+; po sem. 2: A2+, po sem. 3: B1+; po sem. 4: B2.1/B2.2	JO_U13	kolokwium, wykonanie zadania, ocena aktywności
4	potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie a szczególnie rozwój własnej roli życiowej i roli kulturowej kompetencji komunikacyjnej	JO_U18	kolokwium, wykonanie zadania, ocena aktywności
5	jest świadomy różnic i podobieństw w zakresie wzorców zachowań komunikacyjnych funkcjonujących w polskiej przestrzeni językowo-kulturowej oraz w przestrzeni językowo-kulturowej krajów niemieckiego obszaru językowego oraz szanuje wartości innych kultur	JO_K06	ocena aktywności

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, wypowiedzi indywidualne i interakcje, odgrywanie ról, mapa myśli, burza mózgów, swobodna konwersacja), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z podręcznikiem, tekstem, materiałem ikonograficznym, wyczenia w tworzeniu wypowiedzi ustnej i pisemnej, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe, wyczenia gramatyczne, praca indywidualna i praca zespołowa)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

umiejętności:

ocena kolokwium (ocena z pisemnych i ustnych kolokwiów czystkowych, sprawdzających umiejętność właściwego praktycznego zastosowania wiedzy językowej leksykalnej i gramatycznej, tzn. umiejętność poprawnego uwzględnienia podczas użycia wiedzy językowej adekwatnych pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji językowej, celem prowadzenia akceptowalnych i efektywnych receptywnych, produktywnych, interakcyjnych i mediacyjnych działań komunikacyjnych)

ocena aktywności (ocena aktywności na zajęciach)

ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na wyczeniach lub w ramach prac domowych)

kompetencje społeczne:

ocena aktywności (ocena aktywności na zajęciach)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Zaliczenie z ocen: łączna ocena wystawiana na podstawie ocen czystkowych.

Egzamin: zaliczenie czystkowej pisemnej i ustnej.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Studenci rozwijają kompetencje komunikacyjne w zakresie komunikacji w języku niemieckim - ogólnym, będąc podstawą dla równoległego rozwijania w kolejnych semestrach nauki kompetencji specjalistycznej w niemieckim języku biznesu. Zdobywają umiejętność adekwatnego zastosowania wiedzy leksykalnej i gramatycznej z uwzględnieniem pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji językowej. Studenci postrzegani są jako aktywne jednostki społeczne podejmujące działania językowe: produktywne, receptywne, interakcyjne i mediacyjne, pozwalające zrealizować określony cel językowy.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

Liczba godzin

Semestr: 1

Forma zajęć: **wyczenia praktyczne**

Koncepcja zajęć Komunikacja w języku ogólnym opiera się na założeniu, że język ogólny jest podstawą dla języka biznesowego, a rutynowa komunikacja na co dzień w kręgach biznesowych to również w dużej

120

mierze komunikacja w języku ogólnym, a także na założeniu, że umiejętność prowadzenia produktywnych, receptywnych, interakcyjnych i mediacyjnych działań komunikacyjnych jest uniwersalna dla języka ogólnego i różnych języków specjalistycznych.

Na zajęciach ma miejsce - sukcesywne i ukierunkowane na progresję w zdobywaniu wiedzy językowej - kształtowanie umiejętności adekwatnego użycia słownictwa związanego z różnymi zagadnieniami tematycznymi oraz adekwatnego, podporządkowanego celom komunikacyjnym, użycia struktur gramatycznych, z uwzględnieniem pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji.

Umiejętności obejmują :

Adekwatne użycie wiedzy językowej leksykalnej i gramatycznej

Właściwe zastosowanie słownictwa i struktur językowych charakterystycznych dla danego gatunku tekstu ustnego i pisemnego;

Tworzenie spójnego i logicznego tekstu ustnego i pisemnego w warstwie semantycznej i formalnej;

Argumentowanie i wyrażanie swojego stanowiska oraz komentowanie;

Rozwijanie sprawności rozumienia tekstu mówionego i czytanego; poznawanie i stosowanie strategii: rozumienie globalne, selektywne i szczegółowe, rekonstruowanie intencji komunikacyjnej autora, odróżnianie faktów od opinii; interpretowanie informacji zawartych w tekście i formułowanie własnych opinii

Ustne i pisemne przekazywanie w formie parafrazy konkretnych informacji w obrębie jednego języka lub dwóch języków

Przekazaniu treści tekstu (rozmowy, wystąpienia ustnego, dokumentu pisemnego) w formie tłumaczenia streszczającego (nieprofesjonalnego) lub dokładnego osobie, która nie może go zrozumieć z powodu barier natury językowej lub kulturowej.

Zajęcia prowadzone są w oparciu o podręczniki: Akademie Deutsch A1+, A2+, B1+ oraz B2+ (podręcznik oraz ćwiczenia) i obejmują następujące produktywne, receptywne, interakcyjne i mediacyjne działania komunikacyjne, które stanowią symulację autentycznych działań komunikacyjnych związanych z rutynami komunikacyjnymi na co dzień i komunikacji biznesowej :

120

Semestr 1

Podręcznik Akademie Deutsch A1+

1. Poznawanie się, witanie i egzultowanie, przedstawianie siebie i innych, stawianie podstawowych pytań dotyczących innych osób, wypełnianie formularzy z danymi osobowymi, liczenie, literowanie (gramatyka: użycie zaimków osobowych, odmienianie czasownika przez osoby, pozycjonowanie czasownika w zdaniu)
2. Stawianie pytań dotyczących wyglądu i funkcji przedmiotów stanowiących wyposażenie pomieszczenia (np. sali lekcyjnej), potwierdzanie i zaprzeczanie (gram.: użycie rodzajnika, liczby mnogiej rzeczowników, wyrazów złożonych, różnych form negacji)
3. Zamawianie dań i napojów w restauracji, formułowanie uprzejmych próśb, opowiadanie o swoich preferencjach żywieniowych, robienie zakupów w sklepie spożywczym (gram.: użycie rodzajnika w bierniku)
4. Rozmawianie o hobby, określanie czasu – pytania i odpowiedzi, umawianie się w różnych celach – akceptacja i odmowa (gram.: użycie czasowników rozdzielnie i nierozdzielnie złożonych, użycie przysłówków i spójników)
5. Przedstawianie członków rodziny i opowiadanie o ich zawodach, wyrażanie uczuć (gram.: użycie zaimków dzierżawczych i przysłówków modalnych)
6. Pytanie o zdrowie i samopoczucie, wizyta u lekarza i w aptece, dawanie i rozumienie wskazówek i porad (gram.: użycie czasowników modalnych, nieosobowego zaimka man oraz trybu rozkazującego)
7. Planowanie weekendu, wycieczki i podróży (wyrażanie propozycji i rezerwowanie), opowiadanie o wydarzeniach z przeszłości, nieoficjalne maile i widokówki, podróżowanie różnymi rodzajami transportu, zakwaterowanie, wybór odpowiednich rzeczy do garderoby (gram.: użycie czasu przeszłego Perfekt i Praeteritum, przyimki lokalne)

<p>8. Formułowanie pisemnych zaproszeń z okazji różnych okoliczności – ich akceptacja i odmowa, formułowanie życzeń, planowanie uroczystości (gram.: użycie czasowników z dopełnieniem w celowniku i bierniku, pozycjonowanie zaimków osobowych w zdaniu)</p> <p>9. Wypowiadanie się o życiu w mieście i na wsi, urządzenie mieszkania, planowanie przeprowadzki, pytanie o drogę i opis drogi do jakiegoś miejsca (gram.: użycie przymków z celownikiem i biernikiem, użycie czasowników zwrotnych z wyrażeniem miejsca i kierunku)</p>	120
Semestr: 2	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Semestr 2</p> <p>Podręcznik Akademii Deutsch A2+:</p> <p>1. Wypowiadanie się o przyczynach i skutkach dotyczących zagadnień tematycznych: wybór kierunku studiów, życie studenckie, finansowanie studiów itp. prezentowanie informacji, porównywanie (gram.: użycie zdań podrzędnych i głównych przyczynowych i przyzwajających, użycie stopnia wyższego i najwyższego przymiotnika)</p> <p>2. Wypowiadanie się o pogodzie, klimacie i geografii, rozmawianie o kraju ojczystym i popkulturze, streszczanie filmu, wyrażanie przypuszczeń i opinii, redagowanie tekstu argumentatywnego (gram.: pozycjonowanie przysłówków w zdaniu, użycie zdań podrzędnych dopełnieniowych, użycie bezokolicznika z zu, użycie pytań zależnych)</p> <p>3. Zamawianie przez telefon i przez Internet, wyrażanie uprzejmych życzeń i prób, pytanie o czyje życzenia, prowadzenie rozmowy telefonicznej, ustne i pisemne formułowanie skarg oraz reklamacji, wymienianie różnych artykułów, zakupy online (gram.: użycie trybu przypuszczającego z form würde + bezokolicznik, użycie deklinacji słabej/-n)</p> <p>4. Opisywanie wyglądu i cech charakteru osób, rozmawianie o modzie, wyrażanie pochwał i komplementów (gram.: użycie deklinowanych form przymiotnika, użycie pytania: welcher? i was für ein?)</p> <p>5. Formułowanie i rozumienie reguł dotyczących życia we wspólnocie mieszkaniowej/wspólnym mieszkaniu, wyznaczanie zadań dotyczących utrzymania porządku, rozumienie i formułowanie reguł, pisemne formułowanie listy czynności do wykonania, czytanie i rozumienie przepisów kulinarnych, rozmawianie o idei foodsharing (gram.: użycie rekcji czasownika i przymiotnika, użycie czasowników zwrotnych)</p> <p>6. Opisywanie systemu szkolnictwa, rozmawianie o swojej biografii edukacyjnej (ukończone szkoły, wykształcenie zawodowe i etapy kształcenia), wyrażanie przyczyn i skutków, formułowanie rad (gram.: użycie zdań podrzędnych złożonych warunkowych, użycie deklinowanych form przymiotnika w stopniu wyższym i najwyższym)</p> <p>7. Formułowanie wiadomości, opowiadanie historyjek, opisywanie miejscowości i krajobrazów, wymienianie się wspomnieniami z dzieciństwa (gram.: użycie czasu przeszłego Präteritum, użycie zdań podrzędnych złożonych czasowych)</p> <p>8. Zdobywanie informacji o mieszkaniach do wynajęcia i udzielanie informacji dotyczących mieszkania do wynajęcia, meblowanie i urządzenie mieszkania – planowanie i przeprowadzanie urządzenia i remontu mieszkania (gram.: użycie spójników w zdaniach głównych, użycie zaimka wskazującego i nieokreślonego)</p> <p>9. Opisywanie miast i różnych form życia w miastach oraz dyskusja o ich zaletach i wadach, opisywanie obrazków i zdjęć, formułowanie przypuszczeń, pisemne formułowanie opinii w sprawie, wygłaszanie prezentacji (gram.: użycie zdań podrzędnych złożonych przydawkowych)</p>	120
Semestr: 3	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Semestr 3</p> <p>Podręcznik: Akademii Deutsch B1+</p> <p>1. Wymienianie się do wiadomościami i problemami dotyczącymi relacji, miłości i przyjaźni oraz śmierci, udzielanie rad, argumentowanie i zajmowanie stanowiska, wyrażanie współczucia (gram.: użycie zdań celowych, użycie zdań okolicznikowych sposobu)</p> <p>2. Wypowiadanie się o wydarzeniach z historii Niemiec w latach 1945-1990, opowiadanie niezwykłych</p>	120

<p>historii z życia prywatnego, formułowanie konsekwencji wydarzeń, przedstawianie osobistości, rozmawianie o przyszłości (gram.: użycie czasu przeszłego Plusquamperfekt, użycie zdań czasowych z nachdem i sobald)</p> <p>3. Zgłaszanie wypadków i zdarzeń losowych oraz redagowanie pisemnego sprawozdania z wypadku, pisemne formułowanie zeznań świadka (gram.: użycie strony biernej – również z czasownikami modalnymi, użycie konstrukcji lassen + bezokolicznik)</p> <p>4. Wymienianie się do wiadzczeniami i wrażeniami z pobytu za granicą, rozmawianie o życiu we własnym kraju, stereotypach i uprzedzeniach, formułowanie przypuszczeń i wrażeń (gram.: użycie konstrukcji bezokolicznikowych z zu, użycie czasowników modalnych w czasie Perfekt)</p> <p>5. Przedstawianie własnych planów na przyszłość oraz formułowanie prognoz dotyczących zawodów przyszłości i katastroficznych scenariuszy na przyszłość (gram.: użycie czasu teraźniejszego Präsens i czasu przeszłego Perfekt oraz czasu przyszłego Futur dla wyrażenia przyszłości)</p> <p>6. Prośzenie o rady i formułowanie rad dotyczących pracy zawodowej, analizowanie ofert pracy i formułowanie podania o pracę, listu przewodniego i życiorysu, korespondencja mailowa z pracodawcą w sprawie ubiegania się o pracę, uczestniczenie w rozmowie kwalifikacyjnej (gram.: użycie trybu przypuszczającego Konjunktiv II oraz zdań warunkowych bezspójnikowych)</p> <p>7. Rozmawianie o korzystaniu z mediów, porównywanie wrażeń mediów wczoraj i dziś, rozmawianie o formach spędzania wolnego czasu, opisywanie i interpretowanie wykresów i diagramów dotyczących wyposażenia gospodarstw domowych w media i korzystanie z mediów w czasie wolnym, dyskutowanie o zagrożeniach ze strony mediów (gram.: użycie zdań przydawkowych z przyimkami, użycie dopełniacza, użycie zdań porównawczych)</p> <p>8. Dyskutowanie i argumentowanie dotyczące ról społecznych i stereotypów związanych z płcią oraz wychowaniem dzieci, odgrywanie ról w konfliktach, wyrażanie sprzecznego zdania (gram.: użycie imiesłowu Partizip I -również w funkcji przymiotnika, użycie znominalizowanych przymiotników i imiesłówów, użycie zdań przeciwstawnych)</p> <p>9. Przygotowywanie i przedstawianie prezentacji, formułowanie Handoutu na tematy związane z ochroną środowiska i przykładami ekologicznych zachowań (gram.: użycie strony biernej w zdaniach bezokolicznikowych, użycie strony biernej bezosobowej, użycie zdań okolicznikowych sposobu)</p>	120
--	-----

Semestr: 4

Forma zajęć : **wiczenia praktyczne**

<p>Semestr 4</p> <p>Podręcznik Akademische Deutsch B2+</p> <p>1. Nazywanie i opisywanie uczuć i emocji. Opowiadanie o doświadczeniach i mechanizmach działania różnych stanów emocjonalnych, analizowanie przyczyn i skutków stresu, redagowanie artykułu do gazety (gram.: użycie strony biernej)</p> <p>2. Redagowanie tekstu argumentatywnego i odnoszenie się do cudzych opinii w kwestii problemów w komunikacji werbalnej (np. tematów tabu), analizowanie znaczenia komunikacji niewerbalnej (gram.: użycie zastępczych form strony biernej, użycie przydawki)</p> <p>3. Ustne streszczenie tekstu i redagowanie pisemnego tekstu argumentatywnego na temat nowych mediów i kompetencji medialnej (gram.: użycie imiesłowu Partizip II jako przydawki, użycie form alternatywnych dla czasowników modalnych, użycie trybu Konjunktiv II w odniesieniu do przeszłości)</p> <p>4. Moderowanie dyskusji i przeformułowywanie wypowiedzi dotyczących problemów planety, takich jak zmiany klimatu i wymieranie gatunków</p> <p>5. Sporządzanie, analizowanie i interpretowanie wykresów dotyczących zagadnień związanych ze strategiami producentów żywności i zachowań konsumentów (gram.: użycie połączeń rzeczownikowo-czasownikowych)</p> <p>6. Przedstawianie prezentacji, przeprowadzanie wywiadu dot. różnych modeli pracy, innowacyjnych koncepcji pracodawców oraz przyczyn niezadowolenia z pracy zawodowej (gram.: werbalizacja i nominalizacja)</p> <p>7. Redagowanie pisemnego tekstu argumentatywnego oraz uczestniczenie w dyskusji dot. zagadnień gospodarczych i globalizacji, uczestniczenie w ustnej sytuacji egzaminacyjnej (gram.: użycie form alternatywnych dla czasowników modalnych, użycie trybu Konjunktiv I oraz mowy zależnej)</p>	120
--	-----

8. Redagowanie tekstu i omawianie cytatów dot. rozwoju techniki (np. tradycyjne i nowoczesne sprzęty codziennego użytku, wykorzystanie robotów w zawodach socjalnych), analizowanie instrukcji obsługi urządzeń oraz analizowanie doniesień prasowych o postępie w medycynie (wiczenia w strukturyzowaniu tekstów)	120
9. Przedstawianie prezentacji i redagowanie handoutu na temat historii odkryć i wynalazków (gram.: użycie zdań względných)	

Literatura	
Podstawowa	
Schmohl, S., Schenk, B., Bleiner, S., Wirtz, M., Glaser, J., Akademie Deutsch A1+. Deutsch als Fremdsprache. Intensivlehrwerk Band 1, Hueber 2020	
Schmohl, S., Schenk, B., Bleiner, S., Wirtz, M., Glaser, J., Akademie Deutsch A1+. Zusatzmaterial mit Audios online Band 1. Deutsch als Fremdsprache, Hueber 2020	
Schmohl, S., Schenk, B., Bleiner, S., Wirtz, M., Glaser, J., Akademie Deutsch A2+. Deutsch als Fremdsprache. Intensivlehrwerk Band 2, Hueber 2020	
Schmohl, S., Schenk, B., Bleiner, S., Wirtz, M., Glaser, J., Akademie Deutsch A2+. Zusatzmaterial mit Audios online Band 2. Deutsch als Fremdsprache, Hueber 2020	
Schmohl, S., Schenk, B., Bleiner, S., Wirtz, M., Glaser, J., Akademie Deutsch B1+. Deutsch als Fremdsprache. Intensivlehrwerk Band 3, Hueber 2020	
Schmohl, S., Schenk, B., Bleiner, S., Wirtz, M., Glaser, J., Akademie Deutsch B1+. Zusatzmaterial mit Audios online Band 3. Deutsch als Fremdsprache, Hueber 2020	
Schmohl, S., Schenk, B., Bleiner, S., Wirtz, M., Glaser, J., Akademie Deutsch B2+. Deutsch als Fremdsprache. Intensivlehrwerk Band 3, Hueber 2021	
Schmohl, S., Schenk, B., Bleiner, S., Wirtz, M., Glaser, J., Akademie Deutsch B2+. Zusatzmaterial mit Audios online Band 3. Deutsch als Fremdsprache, Hueber 2021	
Uzupełniająca	

Dane jako ciowe

Przyporządowanie zajęć /grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	Wzrosty zykoznawstwo	
Sposób okrelenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	480	
Konsultacje z prowadzącym	8	
Udział w egzaminie	4	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w wyjątkowych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze, zajęć	3	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	8	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	7	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	510	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	17	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	492	16,4
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	496	16,5

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Komunikacja w przedsi biorstwie w j zyku angielskim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235224	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	1	Semestr:	1, 2		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	P	30	Zaliczenie z ocen	2
	2	P	30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			60		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk angielski (100%) , semestr: 2 - j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
Semestr 1: znajomo j zyka angielskiego na poziomie B1 Semestr 2: zaliczenie 1 semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	umie wykorzysta posiadana wiedz o j zyku oraz wiedz o pragmatycznych, dyskursywnych i socjo- lingwistycznych uwarunkowaniach komunikacji j zykowej celem wykonywania zada typowych i nietypowych dla sytuacji zwi zanych z działalno ci biznesow w multilingwalnym kontek cie zawodowym	JO_U01	praca pisemna, wypowied ustna
2	potrafi posługiwa si w działaniach komunikacyjnych angielskim j zukiem biznesu, w zakresie zgodnym z wymogami znajomo ci j zyka angielskiego odpowiadaj cymi realizowanemu w danym semestrze poziomowi j zykowemu wg ESOKJ: po sem. 1: B1+; po sem. 2: B2.1.	JO_U16	praca pisemna, wypowied ustna

3	potrafi organizować i prowadzić działania komunikacyjne w ramach (e-)biznesu, a także współdziała w grupie, przyjmując różne role w zależności od pozycji zawodowej i posiadanych obowiązków w przedsiębiorstwie	JO_U17	praca pisemna, wypowiedź ustna
4	jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy	JO_K03	obserwacja zachowa
5	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej, a zwłaszcza w komunikacji elektronicznej	JO_K05	obserwacja zachowa
6	jest świadomy i podobnie do innych kulturami istniejących w multilingwalnym środowisku biznesowym, szanuje wartości innych kultur	JO_K06	obserwacja zachowa
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, studium przypadku, wypowiedzi indywidualne i interakcje, odgrywanie ról, swobodna konwersacja)), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z podręcznikiem, tekstem, symulacje rozmów biznesowych)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
<p>umiejętności:</p> <p>ocena pracy pisemnej (ocena z pisemnych kolokwium czyńskich, sprawdzających umiejętność właściwego praktycznego zastosowania wiedzy językowej leksykalnej i gramatycznej, tzn. umiejętność poprawnego uwzględnienia podczas użycia wiedzy językowej adekwatnych pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji językowej, celem prowadzenia akceptowalnych i efektywnych receptywnych, produktywnych i interakcyjnych działań komunikacyjnych.)</p> <p>ocena wypowiedzi ustnej (ocena z ustnych kolokwium czyńskich, sprawdzających umiejętność właściwego praktycznego zastosowania wiedzy językowej leksykalnej i gramatycznej, tzn. umiejętność poprawnego uwzględnienia podczas użycia wiedzy językowej adekwatnych pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji językowej, celem prowadzenia akceptowalnych i efektywnych receptywnych, produktywnych i interakcyjnych działań komunikacyjnych.)</p> <p>kompetencje społeczne:</p> <p>obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)</p>			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.			
<p>Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen czyńskich.</p> <p>Zasady ustalania ocen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%. 			
Treści programowe (opis skrócony)			
Studenci rozwijają specjalistyczną kompetencję komunikacyjną w zakresie komunikacji w angielskim języku biznesu dla potrzeb pracy w przedsiębiorstwie. Zdobywają umiejętność adekwatnego zastosowania wiedzy leksykalnej i gramatycznej z uwzględnieniem pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji językowej.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 1			
Forma zajęć : wiczenia praktyczne			
<p>Koncepcja zajęć Komunikacja w przedsiębiorstwie w angielskim języku biznesu opiera się na założeniu, że język biznesu jest komplementarny dla języka ogólnego oraz że umiejętności komunikacyjne zdobyte w ramach zajęć z komunikacji w języku ogólnym są bazą do rozwijania umiejętności komunikacyjnych w języku specjalistycznym.</p> <p>Głównym celem zajęć jest kształtowanie i rozwijanie umiejętności realizacji celu komunikacyjnego w językowych działaniach interakcyjnych z użyciem słownictwa i struktur, które są typowe dla komunikacji w przedsiębiorstwie.</p> <p>Semestr 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wybór kariery: symulacja rozmowy o pracę, dyskusja w zespole i wybór najlepszego kandydata 			30

<p>na stanowisko, przygotowanie swojego CV.</p> <p>2. Przyjście stały w firmie: prezentacja kierownictwa firmy, prezentacja firmy z uwzględnieniem jej obszarów działalności, przynależności do branży, produkcji, struktury i kultury organizacyjnej. Komunikacja pomiędzy stałym a jego opiekunem, uzyskiwanie informacji na temat firmy i jej kultury korporacyjnej.</p> <p>3. Komunikacja z klientem: wsparcie klienta, symulacja rozmów telefonicznych z klientem w języku angielskim, rozwiązywanie problemów przez telefon, symulacja działań komunikacyjnych pracownika call-center, komunikacja e-mailowa. Symulacja pracy w Dziale Obsługi Klienta: reakcja na skargi i zażalenia, udzielanie informacji i wsparcia.</p> <p>4. Udział firmy w targach: działania komunikacyjne z organizatorem targów, rozdzielanie obowiązków w zespole, przygotowanie zakresu prezentowanych produktów oraz ich opisu, przygotowanie materiałów reklamowych, symulacja rozmów z gośćmi targów, nawiązywanie kontaktów z potencjalnymi odbiorcami produktów.</p> <p>5. Zebranie pracowników firmy/działu/zespołu na temat planu działań w danym zakresie: wybór celów działania, akceptacja lub negacja wprowadzania danego produktu na rynek, pozyskanie nowych partnerów, rynków zbytu.</p>	30
--	----

Semestr: 2

Forma zajęć : **wiczenia praktyczne**

<p>Semestr 2</p> <p>1. Handel w sieci: komunikacja z e-konsumentami, zbieranie informacji na temat ich potrzeb i preferencji, wykorzystanie mediów społecznościowych do komunikacji z e-konsumentami, symulacja negocjowania i zawierania transakcji</p> <p>2. Społeczna odpowiedzialność biznesu: symulacja zebrania w Dziale CSR, dyskusja na temat roli biznesu w życiu społeczności lokalnej, burza mózgów i wypracowanie strategii CSR dla przykładowego e-biznesu. Etyka firmy: studium przypadku i dyskusja nad przykładowymi nieetycznymi działaniami firm, dyskusja i wypracowanie zasad etycznych firmy, ze szczególnym uwzględnieniem e-biznesu.</p> <p>3. Przedstawienie warunków płatności za produkty w firmie, ustalanie terminów i sposobów płatności zgodnie z ogólnymi zasadami handlowymi.</p> <p>4. Różnorodność kulturowa w firmie: działania komunikacyjne mające na celu wzajemne poznanie się, symulacja rozmów dotyczących kraju pochodzenia, typowych zachowań w obszarze komunikacji biznesowej w kraju pochodzenia, rozmowy na temat roli stereotypów w życiu zawodowym, wyjaśnianie nieporozumień wynikających z kontekstów kulturowych.</p> <p>5. Przedsiębiorczość indywidualna: działania komunikacyjne związane z założeniem własnej firmy (start-up), ze szczególnym uwzględnieniem firmy działającej w Internecie.</p>	30
---	----

Literatura

Podstawowa

Allison, J., Emmerson, P., The Business 2.0 Intermediate B1+, Student Book, Macmillan 2013

Allison, J., Emmerson, P., The Business 2.0 Intermediate B1+, Workbook, Macmillan 2013

Allison, J., Emmerson, P., The Business 2.0 Upper-Intermediate B2, Student Book, Macmillan 2013

- Materiały autentyczne dostępne na stronach firmowych online

Uzupełniająco

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	językoznawstwo
--	----------------

Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	60	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	18	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	10	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	62	2,5
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	75	3,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Komunikacja w przedsi biorstwie w j zyku niemieckim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235249	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	2	Semestr:	3, 4		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3	P	30	Zaliczenie z ocen	2
	4	P	30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			60		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk niemiecki (100%) , semestr: 4 - j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
semestr 3: zaliczenie 2 semestru studiów			
semestr 4: zaliczenie 3 semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	umie wykorzysta posiadana wiedz o j zyku oraz wiedz o pragmatycznych, dyskursywnych i socjo- lingwistycznych uwarunkowaniach komunikacji j zykowej celem wykonywania zada typowych i nietypowych dla sytuacji zwi zanych z działalno ci biznesow w multilingwalnym kontek cie zawodowym	JO_U01	dyskusja, wykonanie zadania, kolokwium
2	potrafi posługiwa si w działaniach komunikacyjnych niemieckim j zykiem biznesu, w zakresie zgodnym z wymogami znajomo ci j zyka niemieckiego odpowiadaj cymi realizowanemu w danym semestrze poziomowi j zykowemu wg ESOKJ: po sem. 3: B1+; po sem. 4.: B2.1.	JO_U15	dyskusja, wykonanie zadania, kolokwium

3	potrafi organizować i prowadzić działania komunikacyjne w ramach (e-)biznesu, a także współdziała w grupie, przyjmując różne role w zależności od pozycji zawodowej i posiadanych obowiązków w przedsiębiorstwie	JO_U17	dyskusja, wykonanie zadania, kolokwium
4	jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy w działalności (e-)biznesowej	JO_K03	dyskusja, wykonanie zadania, kolokwium
5	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej, a zwłaszcza w komunikacji elektronicznej	JO_K05	dyskusja, wykonanie zadania, kolokwium
6	jest świadomy i podobnie stymulowany kulturami istniejącymi w multilingualnym środowisku biznesowym, szanuje wartości innych kultur	JO_K06	dyskusja, kolokwium
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, wypowiedzi indywidualne i interakcje, odgrywanie ról, swobodna konwersacja)), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z podręcznikiem, tekstem, symulacje rozmów biznesowych)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
umiejętności:			
ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji)			
ocena kolokwium (ocena z pisemnych i ustnych kolokwiumów cząstkowych, sprawdzających umiejętność właściwego praktycznego zastosowania wiedzy językowej leksykalnej i gramatycznej, tzn. umiejętność poprawnego uwzględnienia podczas użycia wiedzy językowej adekwatnych pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji językowej, celem prowadzenia akceptowalnych i efektywnych receptywnych, produktywnych i interakcyjnych działań komunikacyjnych)			
ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na ćwiczeniach, na laboratorium, innych formach zajęć)			
kompetencje społeczne:			
ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji)			
ocena kolokwium (ocena z pisemnych i ustnych kolokwiumów cząstkowych, sprawdzających umiejętność właściwego praktycznego zastosowania wiedzy językowej leksykalnej i gramatycznej, tzn. umiejętność poprawnego uwzględnienia podczas użycia wiedzy językowej adekwatnych pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji językowej, celem prowadzenia akceptowalnych i efektywnych receptywnych, produktywnych i interakcyjnych działań komunikacyjnych)			
ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na ćwiczeniach, na laboratorium, innych formach zajęć)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.			
Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen cząstkowych.			
Zasady ustalania ocen:			
1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.			
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.			
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.			
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.			
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.			
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.			
Treści programowe (opis skrócony)			
Studenci rozwijają specjalistyczną kompetencję komunikacyjną w zakresie komunikacji w niemieckim języku biznesu dla potrzeb pracy w przedsiębiorstwie. Zdobywają umiejętność adekwatnego zastosowania wiedzy leksykalnej i gramatycznej z uwzględnieniem pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych uwarunkowań komunikacji językowej.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 3			
Forma zajęć: wiczenia praktyczne			
Koncepcja zajęć Komunikacja w przedsiębiorstwie w języku niemieckim opiera się na założeniu, że język biznesu jest komplementarny dla języka ogólnego oraz że umiejętności komunikacyjne zdobyte w ramach zajęć z komunikacji w języku ogólnym są bazą do rozwijania umiejętności komunikacyjnych w języku specjalistycznym.			30
Głównym celem zajęć jest kształtowanie i rozwijanie umiejętności realizacji celu komunikacyjnego w			

<p>j zykowych działaniach interakcyjnych z u yciem słownictwa i struktur, które s typowe dla komunikacji w przedsi biorstwie.</p> <p>Semestr 3</p> <p>1.Przyj cie wizyty go ci niemieckoj zycznych w firmie: przedstawienie programu pobytu, prezentacja kierownictwa firmy, prezentacja firmy z uwzgl dnieniem jej historii, obszarów działalno ci, przynale no ci do bran y, produkcji, danych liczbowych, struktury organizacyjnej firmy.</p> <p>2.Komunikacja w miejscu pracy: uzyskiwanie informacji u przeło onych i współpracowników na temat organizacji pracy w przedsi biorstwie, u ywania sprz tów biurowych, rodzaju stanowisk pracy, zakresów odpowiedzialno ci, zasad wynagradzania, rozumienia tre ci wyci gów z kont bankowych (składniki wynagrodzenia i potr cenia), praw i obowi zków pracownika, bezpiecze stwa i higieny pracy.</p> <p>3.Organizacja transportu produktów firmy z magazynu do miejsca docelowego: działania komunikacyjne słu ce ustaleniu terminów, rodków transportu, wykorzystania parku maszynowego firm lub zlecenia transportu firmie spedycyjnej uwzgl dniaj c optymalizacj nakładów czasowych i finansowych.</p> <p>4.Zebranie pracowników firmy/działu/zespołu na temat planu działa w danym zakresie: wybór celów działania, akceptacja lub negacja wprowadzania danego produktu na rynek, pozyskanie nowych partnerów, rynków zbytu.</p> <p>5.Udział firmy w targach: działania komunikacyjne z organizatorem targów, rozdział obowi zków w zespole, przygotowanie zakresu prezentowanych produktów, przygotowanie materiałów reklamowych, symulacja rozmów z go mi targów, nawi zywanie kontaktów z potencjalnymi odbiorcami produktów.</p>	30
Semestr: 4	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
<p>Semestr 4</p> <p>1.Przedstawienie warunków płatno ci za produkty w firmie, ustalanie terminów i sposobów płatno ci zgodnie z ogólnymi zasadami handlowymi.</p> <p>2.Ró norodno c kulturowa w firmie: działania komunikacyjne maj ce na celu wzajemne poznanie si , symulacja rozmów dotycz cych kraju pochodzenia, typowych zachowa w obszarze komunikacji biznesowej w kraju pochodzenia, rozmowy na temat roli stereotypów w yciu zawodowym, wyja nianie nieporozumie wynikaj cych z kontekstów kulturowych.</p> <p>3.Gospodarka a ochrona rodowiska: przedstawienie argumentów za i przeciw w kwestii produkcji przedmiotów długo- i krótkotrwałych, etyki firmowej, zaj cie stanowiska w omawianej kwestii.</p> <p>4.Innowacje w miejscu pracy: symulacja dyskusji w gronie współpracowników i przeło onych na temat zmian w organizacji pracy. Zebranie propozycji, przedstawienie innowacyjnych rozwi za z wykorzystaniem rodków j zykowych słu cych argumentacji.</p> <p>5.Przedsi biorczo indywidualna: działania komunikacyjne zwi zane z zało eniem własnej firmy (Start-up), a dotycz ce m.in. wyboru odpowiedniej lokalizacji i formy prawnej,</p> <p>6.E-commerce: działania komunikacyjne z klientem w handlu cyfrowym, działania komunikacyjne w mediach społeczno ciowych prowadzonych przez firm /przedsi biorstwo, symulacja działa komunikacyjnych pracownika call-center.</p>	30
Literatura	
Podstawowa	
Braunert, J., Schlenker, W., Unternehmen Deutsch Aufbaukurs B1/B2, Arbeitsbuch, LektorKlett	
Braunert, J., Schlenker, W., Unternehmen Deutsch Aufbaukurs B1/B2, Lehrbuch, LektorKlett, Pozna 2013	
Enzelberger, E.-M. et al., Fokus Deutsch-Erfolgreich im Alltag und Beruf B2 (Österreich), Cornelsen, Berlin 2015	
Schote, J., Weimann, G., Pluspunkt Deutsch-Erfolgreich im Beruf B1, Cornelsen, Berlin 2018	
Uzupełniaj ca	
- Teksty oryginalne dost pne na stronach firmowych online	

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	60	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	18	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	10	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	62	2,5
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	51	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Korespondencja w biznesie w j zyku angielskim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235250	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	3	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	2	Semestr:		3	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3	P	45	Zaliczenie z ocen	3
Razem			45		3
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu analizy dyskursu zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania
2	potrafi wykorzysta posiadan wiedz z zakresu wzorców zachowa komunikacyjnych, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga prowadzenia korespondencji handlowej w j zyku angielskim	JO_U01	wykonanie zadania
3	potrafi kompetentnie uczestniczy w pisemnej specjalistycznej komunikacji biznesowej w j zyku angielskim na poziomie okre lonym dla danego semestru studiów: po sem. IV: B2.1, po semestrze V: B2.2	JO_U16	wykonanie zadania

4	jest wiadomy różnic i podobieństw w odniesieniu do przestrzeni kulturowej polskiej i krajów anglojęzycznych oraz szanuje wartości innych kultur	JO_K06	obserwacja zachowa
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody podaje (objaśnienie (wyjaśnienie, omówienie), opis), metody problemowe (przygotowanie wypowiedzi pisemnej na zadany temat)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
<p>wiedza: ocena wykonania zadania (ocena pisemnych działań interakcyjnych wykonywanych w ramach ćwiczeń praktycznych)</p> <p>umiejętności: ocena wykonania zadania (ocena pisemnych działań interakcyjnych wykonywanych w ramach ćwiczeń praktycznych)</p> <p>kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (Ocena stosowania interakcji zgodnych z normami zachowań językowych w sytuacjach biznesowych typowych dla kultury biznesowej polskiej oraz krajów anglojęzycznych)</p>			
Warunki zaliczenia			
Pozytywna ocena łączna prac pisemnych z zakresu korespondencji w biznesie. Pod uwagę brane są: poprawność merytoryczna i formalna tekstu oraz umiejętności użycia adekwatnych skonwencjonalizowanych wyrażen językowych, właściwa struktura dyskursywna oraz spójność i logiczność wypowiedzi, jak również dostosowanie komunikatu do odbiorcy pod względem socjolingwistycznym.			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.			
<p>Zasady ustalania ocen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%. 			
Treści programowe (opis skrócony)			
Zajęcia obejmują proces rozwijania umiejętności pisemnych komunikacyjnych działań interakcyjnych w języku angielskim i przygotowują studenta do kompetentnego uczestniczenia w wymianie korespondencji pisemnej w (e-) biznesie w kontekstach multilingwalnych.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 3			
Forma zajęć: wiczenia praktyczne			
<p>Na zajęciach wiczone są umiejętności analizy i tworzenia tekstów pisemnych z zakresu korespondencji w biznesie w języku angielskim traktowanych jako naturalna działalność komunikacyjna. Główny nacisk położony jest na wiczenie umiejętności tworzenia tekstów pisemnych. Wiczenia te obejmują umiejętności tworzenia spójnych i odpowiednio ustrukturyzowanych wypowiedzi, umiejętności użycia skonwencjonalizowanych wyrażen językowych charakterystycznych dla korespondencji handlowej, umiejętności użycia odpowiednich strategii komunikacyjnych, dążenie do poprawności językowej i precyzji w użyciu języka oraz również umiejętności dostosowania wystąpienia do potrzeb odbiorcy. Uwzględnione zostają również różnice interkulturowe oraz zasady dobrego komunikowania się.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Forma i struktura listu biznesowego 2. Ogólne warunki handlowe i ich zastosowanie w korespondencji biznesowej. 3. Podstawowe formy pisemne w korespondencji biznesowej: <ul style="list-style-type: none"> -zapytanie ofertowe -oferta -warunki dostawy -warunki płatności -zamówienie 			45

-potwierdzenie zamówienia -reklamacje 4.Pisma informacyjne. 5.Korespondencja zwi zana z organizowaniem spotka , wizyt biznesowych, targów itp.	45
---	----

Literatura	
Podstawowa	
Ashley, A., Oxford Handbook of Commercial Correspondence, Oxford University Press, Oxford 2010	
Kienzler, I., Wzory korespondencji handlowej i umów w j zyku angielskim, wiat Ksi ki 2010	
Wallwork, A., Email and Commercial Correspondence, Springer 2014	
Uzupełniaj ca	

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	45	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	10	
Przygotowanie do kolokwów i egzaminu	8	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	10	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	75	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	3	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	47	1,9
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	46	1,8

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Korespondencja w biznesie w j zyku niemieckim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235265	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	2, 3	Semestr:	4, 5		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	4	P	15	Zaliczenie z ocen	1
3	5	P	30	Zaliczenie z ocen	3
Razem			45		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 4 - j zyk niemiecki (100%) , semestr: 5 - j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:
semestr IV: zaliczenie trzeciego semestru studiów semestr V: zaliczenie czwartego semestru studiów

Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu analizy dyskursu zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania
2	potrafi wykorzysta posiadana wiedz z zakresu wzorców zachowa komunikacyjnych, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga prowadzenia korespondencji handlowej w j zyku niemieckim	JO_U01	wykonanie zadania
3	potrafi kompetentnie uczestniczy w pisemnej specjalistycznej komunikacji biznesowej w j zyku niemieckim na poziomie okre lonym dla danego semestru studiów: po sem. IV: B2.1, po	JO_U15	wykonanie zadania

3	semestrze V: B2.2	JO_U15	wykonanie zadania
4	jest wiadomy różnic i podobieństw w odniesieniu do przestrzeni kulturowej polskiej i krajów niemieckojęzycznych oraz szanuje wartości innych kultur	JO_K06	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (objaśnienie (wyjaśnienie, omówienie), opis), metody problemowe (przygotowanie wypowiedzi pisemnej na zadany temat)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

ocena wykonania zadania (ocena pisemnych działań interakcyjnych wykonywanych w ramach ćwiczeń praktycznych)

umiejętności:

ocena wykonania zadania (ocena pisemnych działań interakcyjnych wykonywanych w ramach ćwiczeń praktycznych)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (ocena stosowania interakcji zgodnych z normami zachowań językowych w sytuacjach biznesowych typowych dla kultury biznesowej polskiej oraz krajów niemieckojęzycznych)

Warunki zaliczenia

Pozytywna ocena listów pisemnych z zakresu korespondencji w biznesie. Pod uwagę brane są: poprawność merytoryczna i formalna tekstu oraz umiejętność użycia adekwatnych skonwencjonalizowanych wyrażen językowych, właściwa struktura dyskursywna oraz spójność i logiczność wypowiedzi, jak również dostosowanie komunikatu do odbiorcy pod względem socjolingwistycznym.

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się zgodne z Regulaminem studiów ANS §28 z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Zajęcia obejmują proces rozwijania umiejętności pisemnych komunikacyjnych działań interakcyjnych w języku niemieckim i przygotowują studenta do kompetentnego uczestniczenia w wymianie korespondencji pisemnej w (e-) biznesie w kontekstach multilingwalnych

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

Liczba godzin

Semestr: 4

Forma zajęć: **wiczenia praktyczne**

Na zajęciach wiczone są umiejętności analizy i tworzenia tekstów pisemnych z zakresu korespondencji w biznesie w języku niemieckim traktowanych jako naturalna działalność komunikacyjna. Główny nacisk położony jest na wiczenie umiejętności tworzenia tekstów pisemnych. Wiczenia te obejmują umiejętność tworzenia spójnych i odpowiednio ustrukturyzowanych wypowiedzi, umiejętność użycia skonwencjonalizowanych wyrażen językowych charakterystycznych dla korespondencji handlowej, umiejętność użycia odpowiednich strategii komunikacyjnych, dążenie do poprawności językowej i precyzji w użyciu języka oraz również umiejętność dostosowania wystąpienia do potrzeb odbiorcy. Uwzględnione zostają również różnice interkulturowe oraz zasady dobrego komunikowania się.

15

1. Forma i struktura listu biznesowego
2. Ogólne warunki handlowe i ich zastosowanie w korespondencji biznesowej.
3. Podstawowe formy pisemne w korespondencji biznesowej:
 - zapytanie ofertowe
 - oferta
 - warunki dostawy

-warunki płatności -zamówienie -potwierdzenie zamówienia -reklamacje 4.Pisma informacyjne. 5.Korespondencja związana z organizowaniem spotkania, wizyt biznesowych, targów itp.	15
--	----

Semestr: 5

Forma zajęć : **wiczenia praktyczne**

Na zajęciach wiczone są umiejętności analizy i tworzenia tekstów pisemnych z zakresu korespondencji w biznesie w języku niemieckim traktowanych jako naturalna działalność komunikacyjna. Główny nacisk położony jest na wiczenie umiejętności tworzenia tekstów pisemnych. Wiczenia te obejmują umiejętności tworzenia spójnych i odpowiednio ustrukturyzowanych wypowiedzi, umiejętności użycia skonwencjonalizowanych wyrażenia językowych charakterystycznych dla korespondencji handlowej, umiejętności użycia odpowiednich strategii komunikacyjnych, dążenie do poprawności językowej i precyzji w użyciu języka oraz również umiejętności dostosowania wystąpienia do potrzeb odbiorcy. Uwzględnione zostają również różnice interkulturowe oraz zasady dobrego komunikowania się.

1. Forma i struktura listu biznesowego
2. Ogólne warunki handlowe i ich zastosowanie w korespondencji biznesowej.
3. Podstawowe formy pisemne w korespondencji biznesowej:
 - zapytanie ofertowe
 - oferta
 - warunki dostawy
 - warunki płatności
 - zamówienie
 - potwierdzenie zamówienia
 - reklamacje
4. Pisma informacyjne.
5. Korespondencja związana z organizowaniem spotkania, wizyt biznesowych, targów itp.

30

Literatura

Podstawowa

Braun, St., Kleinschmidt, A., Deutsch im Büro, Warszawa 2010

Eisman, V., Erfolgreich in der geschäftlichen Korrespondenz, Berlin 2015

Sachs, R., Deutsche Handelskorrespondenz Neu: der Briefwechsel in Export und Import: Neubearbeitung, Ismaning 2003

Uzupełniająca

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	liczba godzin
Sposób określenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]
Udział w zajęciach	45
Konsultacje z prowadzącym	2
Udział w egzaminie	0
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w wyjątkowych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0

Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	20	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	13	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	20	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	47	1,9
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	51	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Kreatywno a poprawno j zykowa tekstów w j zyku polskim w (e-)biznesie				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235254	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	2	Semestr:	3		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3	P	15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			15		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz dotycz c zagadnie poprawno ci i sprawnoci j zykowej współczesnej polszczyzny zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	dyskusja, wykonanie zadania
2	potrafi tworzy i ocenia komunikaty j zykowe w j zyku polskim w (e-)biznesie pod wzgl dem przestrzegania zasad poprawno ci j zykowej	JO_U01	dyskusja, wykonanie zadania
3	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych tre ci i zasi gania opinii ekspertów w przypadku trudno ci z samodzielnym rozwi zaniem problemu	JO_K01	dyskusja, wykonanie zadania
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			
samodzielna praca studentów (samokształcenie) (praca indywidualna i w grupach), metody praktyczne (wiczenia praktyczne, wiczenia konwersatoryjne z prezentacj multimedialn), metody problemowe (dyskusje - wyra anie i uzasadnianie opinii), metody podaj ce (obja nienie lub wyja nienie)			

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si	
wiedza:	
ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji)	
ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego na zaj ciach; ocena przygotowanej w domu pracy zaliczeniowej)	
umiej tno ci:	
ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji)	
ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego na zaj ciach; ocena przygotowanej w domu pracy zaliczeniowej)	
kompetencje społeczne:	
ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji)	
ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego na zaj ciach; ocena przygotowanej w domu pracy zaliczeniowej)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.	
Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.	
Zasady ustalania ocen:	
1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.	
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.	
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.	
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.	
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.	
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.	
Tre ci programowe (opis skrócony)	
Kreatywno j zykowa w tekstach w (e-)biznesie w kontek cie zasad poprawno ci j zykowej współczesnej polszczyzny.	
Content of the study programme (short version)	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 3	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
Kreatywno j zykowa i jej granice. Kreatywno a pragmatyka j zykowa. Kreatywno a poprawno j zykowa (norma j zykowa - bł dy j zykowe). Kreatywno a gatunki tekstów w (e-)biznesie. Słotwórcze gry j zykowe w tekstach w (e-)biznesie. Frazologia i innowacje frazeologiczne w tekstach w (e-)biznesie. Ekspansja potoczno ci i wulgarno ci. Metafory potoczne. Słownictwo modne i zapo yczenia.	15
Literatura	
Podstawowa	
Ba ko, M., Słownik dobrego stylu, czyli wyrazy, które si lubi , Warszawa 2006	
Jadacka, H., Kultura j zyka polskiego. Fleksja, słotwórstwo, składnia, Warszawa 2005	
Markowski, A., Kultura j zyka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne, Warszawa 2005	
Markowski, A. (red.), Wielki słownik poprawnej polszczyzny PWN, PWN, Warszawa 2006	
Uzupełniają ca	
Burska, K., Zar bski, R., Kreatywno j zykowa w przestrzeni publicznej, Łód 2017 - wybrane artykuły	
Rypel, A., Jastrz bska-Golonka, D., Sawicka, G., J zyk, biznes, media, Bydgoszcz 2009 - wybrane artykuły	

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	15	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	13	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	10	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	17	0,7
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	27	1,1

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Kultura Austrii i Szwajcarii				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235243	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	3	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	2		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2		30	Zaliczenie z ocen	3
Razem			30		3
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczony pierwszy semestr studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz dotycz c wybranych zagadnie z zakresu kultury Austrii i Szwajcarii zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych zwi zanych z prac zawodow w (e-)biznesie	JO_W03	kolokwium
2	wła ciwie dobiera ró dła, wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i wykorzystuje pozyskane informacje z zakresu kultury Austrii i Szwajcarii celem prowadzenia efektywnych dział komunikacyjnych w działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym i multikulturowym kontek cie zawodowym	JO_U02	dyskusja, kolokwium, wypowied ustna
3	ma wiadomo ró nic i podobie stw kulturowych mi dzy Polsk a Austri i Szwajcari , ich przyczyn oraz ich wpływu na system warto ci i wzorce zachowa , a tak e szanuje warto ci innych kultur	JO_K06	dyskusja
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

metody podaj ce (opis, wyja nienie), metody problemowe (dyskusja, metoda analizy przypadków)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si	
wiedza: ocena kolokwium (ocena z pisemnych testów cz stkowych)	
umiej tno ci: ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji) ocena kolokwium (ocena z pisemnych testów cz stkowych) ocena wypowiedzi ustnej (ocena wyst pienia podczas prezentacji multimedialnej)	
kompetencje społeczne: ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.	
Tre ci programowe (opis skrócony)	
W trakcie zaj studenci zapoznaj si z najwa niejszymi zagadnieniami zwi zanymi z dziedzictwem kulturowym Austrii i Szwajcarii oraz aspektami dotycz cymi wzorców zachowa mieszka ców obu krajów w wielokulturowym społecze stwie celem prowadzenia efektywnych działa komunikacyjnych w dzia łalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym i multikulturowym kontek cie zawodowym.	
Content of the study programme (short version)	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 2	
Forma zaj : wiczenia audytoryjne	
Zaj cia obejmuj nast puj ce tre ci: 1. Austria - poło enie, podział administracyjny, organy pa stwowe, militarna neutralno . 2.Sytuacja społeczno-gospodarcza Austrii w XX i XXI w. jako tło ycia kulturalnego. Znaczenie tradycji i zwyczajów ludowych w kulturze Austrii. 3.Wybrane osi gni cia w dziedzinie muzyki, literatury i sztuki austriackiej na przestrzeni wieków. 4.Wybrane o rodki i zabytki kultury Austrii. 5.Szwajcaria – poło enie, podział administracyjny, organy pa stwowe, neutralno . 6.Jezyki urz dowe w Szwajcarii. 7.Kultura niemieckoj zycznej cz ci Szwajcarii (literatura i sztuka)oraz wybitne postacie historyczne. 8.Wybrane o rodki i zabytki kultury w Szwajcarii 9.Multikulturowo współczesnej Austrii i Szwajcarii, twórcy wywodz cy si ze rodowisk imigracyjnych 10.Uczestnictwo kultury austriackiej i Szwajcarskiej w kulturze wiatowej.	30
Literatura	
Podstawowa	
Kuczy ski, E., Tomczyk, M., Polityka-kultura-społecze stwo. Niemcy, Austria, Szwajcaria w pierwszej dekadzie XXI wieku, Łód 2013	
Rowi ska-Januszewska, B., Mi dzy „rajem” a „wi zieniem”: studia o literaturze i kulturze Szwajcarii, Pozna 2004	
- Materiały własne prowadz cego zaj cia	
- Encyklopedie, mapy, oficjalne strony internetowe instytucji pa stwowych i o rodków kultury	

Dane jako ciowe

Przyporz dkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej		j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS			
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)		Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach		30	
Konsultacje z prowadz cym		2	
Udział w egzaminie		0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)		0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj		15	
Przygotowanie do kolokwiiów i egzaminu		13	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.		15	
Inne		0	
Sumaryczne obci enie prac studenta		75	
Liczba punktów ECTS			
Liczba punktów ECTS		3	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego		L. godzin	ECTS
		32	1,3
Zaj cia o charakterze praktycznym		L. godzin	ECTS
		38	1,5

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Kultura Niemiec				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235242	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	3	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	2		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2		30	Zaliczenie z ocen	3
Razem			30		3
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pierwszego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz dotycz c wybranych zagadnie z zakresu kultury Niemiec zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych zwi zanych z prac zawodow w (e-)biznesie	JO_W03	dyskusja, wykonanie zadania
2	wła ciwie dobiera ró dła, wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i wykorzystuje pozyskane informacje z zakresu kultury Niemiec celem prowadzenia efektywnych działa komunikacyjnych w działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym i multikulturowym kontek cie zawodowym	JO_U02	dyskusja, wykonanie zadania
3	ma wiadomo ró nic i podobie stw kulturowych mi dzy Polsk a Niemcami, ich przyczyn oraz ich wpływu na system warto ci i wzorce zachowa , a tak e szanuje warto ci innych kultur	JO_K06	dyskusja, wykonanie zadania, obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

metody podaj ce (opis, wyja nienie), metody praktyczne (dyskusja, prezentacja, metoda analizy przypadków)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si	
wiedza: ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji) ocena wykonania zadania (ocena z pisemnych testów cz stkowych, przedstawionej prezentacji oraz zaprezentowanej symulacji spotkania biznesowego)	
umiej tno ci: ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji) ocena wykonania zadania (ocena z pisemnych testów cz stkowych, przedstawionej prezentacji oraz zaprezentowanej symulacji spotkania biznesowego)	
kompetencje społeczne: ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji) obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych) ocena wykonania zadania (ocena z pisemnych testów cz stkowych, przedstawionej prezentacji oraz zaprezentowanej symulacji spotkania biznesowego)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.	
Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.	
Tre ci programowe (opis skrócony)	
W trakcie kursu studenci zapoznaj si z najwa niejszymi zagadnieniami zwi zanymi z dziedzictwem kulturowym Niemiec oraz aspektami dotycz cymi wzorców zachowa mieszka ców Niemiec w wielokulturowym społecze stwie celem prowadzenia efektywnych działa komunikacyjnych w działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym i multikulturowym kontek cie zawodowym.	
Content of the study programme (short version)	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 2	
Forma zaj : wiczenia audytoryjne	
Zaj cia obejmuj nast puj ce tre ci: 1.Organy pa stwowe, podział administracyjny oraz specyfika funkcjonowania poszczególnych krajów zwi zkowych Niemiec. 2.Sytuacja polityczna w Europie po II Wojnie wiatowej – dwa pa stwa niemieckie: RFN i NRD. 3.Zjednoczenie Niemiec w 1990 roku – przemiany polityczne, gospodarcze i społeczne ze szczególnym uwzgl dnieniem przemian zachodz cych na terenie byłej NRD, „Ostalgie” jako zjawisko społeczne. 4.Wybrane o rodki i zabytki kultury oraz wybitne postacie historyczne w historii Niemiec. 5.Wybrane osi gni cia w dziedzinie literatury i sztuki XX i XXI w., multikulturowo współczesnych Niemiec (edukacja, praca zawodowa, kultura), twórcy wywodz cy si ze rodowisk imigracyjnych 6.Relacje polsko-niemieckie w konsekwencji skomplikowanej historii - poj cia uwarunkowane kulturowo i skrypty kulturowe, zagadnienie niemieckiej pami ci kulturowej. 8.Uczestnictwo kultury niemieckiej w kulturze wiatowej XX i XXI w.	30
Literatura	
Podstawowa	
Karolak, Cz., Kunicki, W., Orłowski, H., Dzieje kultury niemieckiej, PWN 2015	
Mazur, Z., Orłowski, H., Wagi ska-Marzec, M., Kultura zjednoczonych Niemiec: wybrane problemy, Instytut Zachodni, Pozna 2013	

Uzupełniaj ca
- encyklopedie, mapy, oficjalne strony internetowe instytucji państwowych i ośrodków kultury

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	językoznawstwo	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenia studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w szczególnie określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	13	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	15	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	15	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	75	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	3	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	38	1,5

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Kultura USA				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235245	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	3	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	2		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2		30	Zaliczenie z ocen	3
Razem			30		3
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski, j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczony pierwszy semestr studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz dotycz c wybranych zagadnie z zakresu kultury USA zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych zwi zanych z prac zawodow w (e-)biznesie	JO_W03	kolokwium
2	wła ciwie dobiera ró dła, wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i wykorzystuje pozyskane informacje z zakresu kultury USA celem prowadzenia efektywnych działa komunikacyjnych w działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym i multikulturowym kontek cie zawodowym	JO_U02	kolokwium, wypowied ustna
3	ma wiadomo ró nic i podobie stw kulturowych mi dzy Polsk a USA, ich przyczyn oraz ich wpływu na system warto ci i wzorce zachowa , a tak e szanuje warto ci innych kultur	JO_K06	wypowied ustna, obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

metody podaj ce (opis, wyja nienie), metody praktyczne (dyskusja, prezentacja, metoda analizy przypadków)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si	
wiedza: ocena kolokwium (ocena z pisemnych testów cz stkowych, przedstawionej prezentacji oraz zaprezentowanej symulacji spotkania biznesowego)	
umiej tno ci: ocena kolokwium (ocena z pisemnych testów cz stkowych, przedstawionej prezentacji oraz zaprezentowanej symulacji spotkania biznesowego) ocena wypowiedzi ustnej (aktywne uczestniczenie w zaj ciach)	
kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych) ocena wypowiedzi ustnej (aktywne uczestniczenie w zaj ciach)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.	
Tre ci programowe (opis skrócony)	
Celem zaj jest zdobycie wiedzy na temat Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej: poszczególnych regionów USA (m.in. ich geografii, przyrody, klimatu, urbanistyki, zró nicowania populacji), ustroju pa stwa (federalnego i stanowego), ameryka skiego modelu demokracji, polityki, gospodarki oraz edukacji. Zaj cia obejmuj równie takie tre ci, jak: szeroko poj ta kultura ameryka ska, społecze stwo ameryka skie i charakterystyczne dla niego zjawiska społeczno-kulturowe, równie w kontek cie religijnym, instytucje, organizacje, wydarzenia, a tak e ycie codzienne, obyczaje, tradycje, status i aspiracje Amerykanów, co do ich roli w kraju jak i we współczesnym wiecie. Na zaj ciach podejmuje si prób zdefiniowania podstawowych warto ci i przekona Amerykanów oraz okre lenia ameryka skiej to samo ci w oparciu o struktur etnicz , histori emigracji, zmiany oraz podziały społeczno-ekonomiczne powi zane z terytorium USA.	
Content of the study programme (short version)	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 2	
Forma zaj : wiczenia audytoryjne	
Zaj cia obejmuj nast puj ce tre ci: 1) Fakty o USA w skrócie (nazewnictwo, poj cia definiuj ce, dane liczbowe i statystyczne, porównania). 2) Ogólne informacje o geografii, klimacie, urbanizacji i rozmieszczeniu populacji, elementy wspólnej i odr bnej historii, tradycji i kultury, kwestie j zykowe (The Land and People). 3) Regiony geograficzne i kulturowe USA. -Północny Wschód (The Northeast) -Waszyngton, Dystrykt Columbia (Washington DC) - Południowy Wschód (The Southeast) - rodkowy Zachód (The Midwest) -Północny Zachód (the Northwest) -Południowy Zachód (The Southwest) - Alaska i Hawaje 4) ycie publiczne i instytucje pa stwowo-publiczne. -Ustrój/System polityczny/cele polityki krajowej i mi dzynarodowej (aktywno mi dzynarodowa) -Ameryka ska konstytucja (najwa niejsze fakty, model demokracji, podział władzy, system wzajemnej kontroli i równowagi) -Stany i samorz d lokalny a rz d federalny	30

-Egzekwowanie prawa/sądu by porządkowe

-Polityczne partie i grupy interesu

-Media: rodzaje, rola i wpływ na kształtowanie Ameryki

- Siły zbrojne USA/strategie obrony

- Wyznania religijne: rodzaje, trendy, wpływ na życie publiczne

5) Gospodarka i dobrobyt: model gospodarki, amerykańska gospodarka w liczbach, duch amerykańskiej przedsiębiorczości, 'American dream' – prawda a mity.

6) Nauka i technika: USA jako światowe centrum technologii, wiedza o rodki naukowe, wyzwania dla amerykańskiej dominacji we współczesnym świecie.

7) Edukacja: system edukacji, standardy, trendy rozwoju i reformy edukacji.

-Przebieg podstawowych faktów i danych

- Przedszkola i szkolnictwo podstawowe

-Szkolnictwo średnie

-Szkolnictwo wyższe

8) Amerykańska kultura i sztuka: czołowe postacie, trendy, zjawiska i kulturowe osiągnięcia 'made in America' oraz ich wpływ na resztę świata – zjawisko eksportu 'American pop culture'.

-Literatura (najważniejsze fakty i postacie wyodrębnione przykładowo)

-Sztuki piękne (malarstwo tradycyjne, realizm, modernizm, trendy współczesne oraz 'pop art') Muzyka (np. 'country', jazz, blues, soul, rock, pop, rap itp.)

-Architektura ('amerykańskie' style architektury, 'megacities and megastructures', wpływ na styl i warunki życia mieszkańców)

-Teatr/Kino/Telewizja/Internet i inne rodzki masowej kultury i rozrywki, przemysł filmowo-telewizyjny, mit i realia Hollywood- amerykański świat celebrytów, eksport amerykańskiej rozrywki i mediów oraz ich wpływ na kształtowanie świata i obrazu Ameryki za granic

9) Style życia, sport i rekreacja.

-Społeczne zwyczaje i konwencje, amerykańskie wartości

-'American way of life': styl(ę) życia, status społeczny, prawda i mity wokół 'American middle class'

- żywność i posiłki

-Rekreacja i sport/Rozrywka

10) 'American People/Nation' narodziny narodu 'e pluribus unum', imigracja w przeszłości i współczesnie, 'melting pot' czy 'vegetable salad'?, amerykańskie wartości i to samo, problemy i wyzwania integracji: struktura i podziały rasowe, etniczne, kulturowe, religijne oraz społeczno-ekonomiczne – America is (not) the greatest country in the world (?) – wielka debata o współczesnej Ameryce. Jaka Ameryka w przyszłości?

30

Literatura

Podstawowa

Gołbiewski, M., Dzieje kultury Stanów Zjednoczonych, Wydawnictwo Naukowe PWN 2015

Napierała, P. (red.), Oblicza Ameryki. Szkice o społeczeństwie, kulturze i polityce Stanów Zjednoczonych, Księgarnia Akademicka 2016

Uzupełniająca

Diniejko, A., An Introduction to the United States of America, Egis 2005

Temperley, H., Bigsby, Ch., A New Introduction to American Studies, Routledge 2005

- Dokumenty oraz informacje zawarte w formie online lub papierowej w oparciu o m.in: Dictionary of the United States (1995): WSIP.; The Constitution of the United States, USIA An Outline of American Geography and Economy, US Government & US NGO websites oraz szeroko rozumiane źródła/zasoby internetowe powiązane z USA na ogólnodostępnych platformach internetowych.

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	liczba godzin
Sposób określenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]
Udział w zajęciach	30

Konsultacje z prowadzonym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze, zajęcia	13	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	20	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	75	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	3	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	38	1,5

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Kultura Wielkiej Brytanii				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235244	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	3	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	2		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2		30	Zaliczenie z ocen	3
Razem			30		3
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski, j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pierwszego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz dotycz c wybranych zagadnie z zakresu kultury Wielkiej Brytanii zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych zwi zanych z prac zawodow w (e-)biznesie	JO_W03	dyskusja, kolokwium, wykonanie zadania
2	wła ciwie dobiera ró dła, wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i wykorzystuje pozyskane informacje z zakresu kultury Wielkiej Brytanii celem prowadzenia efektywnych dział komunikacyjnych w działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym i multikulturowym kontek cie zawodowym	JO_U02	dyskusja, kolokwium, wykonanie zadania
3	ma wiadomo ró nic i podobie stw kulturowych mi dzy Polsk a Wielk Brytani , ich przyczyn oraz ich wpływu na system warto ci i wzorce zachowa , a tak e szanuje warto ci innych kultur	JO_K06	dyskusja, kolokwium, wykonanie zadania
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

metody praktyczne (dyskusja, prezentacja, metoda analizy przypadków), metody podaj ce (opis, wyja nienie)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si	
wiedza:	
ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji)	
ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))	
ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na wiczeniach)	
umiej tno ci:	
ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji)	
ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))	
ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na wiczeniach)	
kompetencje społeczne:	
ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji)	
ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))	
ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na wiczeniach)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.	
Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.	
Zasady ustalania ocen:	
1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.	
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.	
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.	
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.	
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.	
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.	
Tre ci programowe (opis skrócony)	
W trakcie kursu studenci zapoznaj si z najwa niejszymi zagadnieniami zwi zanymi z dziedzictwem kulturowym Wielkiej Brytanii oraz aspektami dotycz cymi wzorców zachowa mieszka ców Wielkiej Brytanii, ze szczególnym uwzgl dnieniem wielokulturowej specyfiki kraju, celem prowadzenia efektywnych działa komunikacyjnych w działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym i multikulturowym kontek cie zawodowym.	
Content of the study programme (short version)	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 2	
Forma zaj : wiczenia audytoryjne	
Zaj cia obejmuj nast puj ce tre ci:	30
1.Geografia Wysp Brytyjskich 2.Najwa niejsze wydarzenia i postaci historyczne 3.To samo brytyjska 4.Podstawowe aspekty funkcjonowania pa stwa 5.Podziały narodowe i klasowe oraz grupy etniczne 6.Wybrane zabytki kultury 7.Wybrane osi gni cia w dziedzinie literatury i sztuki, 8.Najwa niejsze o rodki kultury m.in. teatry i muzea 9.Wybrane aspekty ycia codziennego mieszka ców Zjednoczonego Królestwa: -Kultura Wielkiej Brytanii jako system norm i warto ci oraz wzorców zachowa jej mieszka ców -Kwestie religijne, przemiany społeczne i obyczajowe oraz rola mediów w ich kształtowaniu -Kultura sp dziania wolnego czasu	
Literatura	

Podstawowa
Lipowski, W., Kultura Wielkiej Brytanii, PWN 2011
O'Driscoll, J., Britain for Learners of English, OUP, Oxford 2009
- GOV.UK (oficjalna strona informacyjna rządu Zjednoczonego Królestwa)
Uzupełniająca
- encyklopedie, mapy, białe przekazy prasowe, radiowe i telewizyjne, oficjalne strony internetowe wybranych instytucji i organizacji

Dane jako ciowe

Przyporządowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	Wykaz źródeł	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w szczególnych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	18	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	15	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	10	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	75	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	3	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	38	1,5

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Lingwistyka j zyków specjalistycznych				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235246	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	1	Semestr:		2	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2	W	15	Egzamin	2
Razem			15		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pierwszego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada w zaawansowanym stopniu wiedz dotycz c wybranych faktów i zjawisk z zakresu j zykoznawstwa stosowanego i lingwistyki j zyków specjalistycznych zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	egzamin
2	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zakresu lingwistyki j zyków specjalistycznych znajduj c zastosowanie w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W02	egzamin
3	potrafi wła ciwie dobrać ró dła, analizowa , ocenia , selekcjonowa i wykorzystywa informacje z zakresu lingwistyki j zyków specjalistycznych pod k tem ich wykorzystania w komunikacji biznesowej	JO_U02	wykonanie zadania
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

metody eksponuj ce (prezentacje PP, materiał audiowizualny), metody podaj ce (wykład informacyjny (PP)), metody problemowe (wykład konwersatoryjny), samodzielna praca studentów (samokształcenie)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si	
wiedza: egzamin (egzamin pisemny w formie zada otwartych oraz w formie testu wielokrotnego wyboru;)	
umiej tno ci: ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na wiczeniach)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest wykonanie zada etapowych. Ocena z egzaminu. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.	
Tre ci programowe (opis skrócony)	
Celem zaj jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu lingwistyki j zyków specjalistycznych: koncepcji j zyka specjalistycznego, rodzajami j zyków specjalistycznych oraz ich cechami charakterystycznymi, jak równie dodatkowo typologii i charakterystycznych cech komunikacji specjalistycznej oraz przybli enie roli, jak pełni j zyki specjalistyczne w obecnej rzeczywisto ci. Zaj cia prowadzone s z wykorzystaniem technik kształcenia na odległo .	
Content of the study programme (short version)	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 2	
Forma zaj : wykład	
Na zaj ciach realizowane s nast puj ce zagadnienia tematyczne: 1. Konkretny i uogólniony przedmiot lingwistyki j zyków specjalistycznych 2. Funkcje j zyków ludzkich 3. Integracyjny model lingwistyki j zyków specjalistycznych 4. J zyki specjalistyczne w wietle teorii antropocentrycznej 5. Tradycyjne podej cie do j zyków specjalistycznych i jego mankamenty 6. J zyki specjalistyczne i ich uogólnienia - idiolekty i polilekty specjalistyczne 7. Idiolekty i polilekty specjalistyczne - ich rekonstrukcja i zakres przedmiotowy 8. Specjalistyczna kompetencja j zykowa, specjalistyczna kompetencja dyskursywna, specjalistyczna kompetencja (inter)kulturowa 9. Wiedza, wiedza rzeczywista, wiedza specjalistyczna 10. Teksty specjalistyczne, a j zyki specjalistyczne (idiolekty) i dyskursy specjalistyczne 11. Teksty specjalistyczne, a terminy i tezaury 12. Czysta lingwistyka j zyków specjalistycznych 13. Stosowana lingwistyka j zyków specjalistycznych 14. Kompetencja specjalistyczna i jej komponenty: Specjalistyczna kompetencja j zykowa, dyskursywna i interkulturowa 15. Komunikacja specjalistyczna w j zyku biznesowym	15
Literatura	
Podstawowa	
Go d -Roszkowski, S., Mazurkiewicz-Sułkowska, J., Wst p do lingwistyki w biznesie, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łód 2022	
Grucza, S., Lingwistyka j zyków specjalistycznych, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Kulturologii i Lingwistyki Antropocentrycznej	

UW, Warszawa 2013
Stalmaszczyk, P., Metodologie j zykoznawstwa – filozoficzne i empiryczne problemy w analizie j zyka, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łód 2010
Tabakowska, E. (red.), Kognitywne podstawy j zyka i j zykoznawstwa, Universitas, Kraków 2001
Uzupełniaj ca
Bartmi ski, J., Tekst jako przedmiot tekstologii lingwistycznej, UMCS Lublin, Lublin 1998 - (w:) J. Bartmi ski/ B. Boniecka (red.), Tekst. Problemy teoretyczne
Boniecka, B., Tekst potoczny a dyskurs, UMCS Lublin, Lublin 1998 - (w:) J. Bartmi ski/ B. Boniecka (red.), Tekst. Problemy teoretyczne
D bski, A., Problem stosowalno ci opisu lingwistycznego, Graf-Punkt, Warszawa 2000 - (w:) B.Z. Kielar/T.P. Krzeszowski/ J. Lukszyn/ T. Namowicz (red.), Problemy komunikacji mi dzykulturowej. Lingwistyka, translatoryka, glottodydaktyka

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	15	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	3	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	0	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	20	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	20	0,8
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Marketing cyfrowy w praktyce				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235229	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	1	Semestr:		1	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	LI	30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna zasady, narz dzia, metody i procedury zwi zane z marketingiem cyfrowym	JO_W05	wykonanie zadania, kolokwium
2	potrafi wła ciwie dobrać ró dła, analizowa , ocenia , selekcyjowa i wykorzystywa informacje	JO_U02	wykonanie zadania, kolokwium
3	potrafi dobrać i stosowa metody i narz dzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, wła ciwe dla działa komunikacyjnych w działałno ci e-marketingowej	JO_U05	wykonanie zadania, kolokwium
4	potrafi posługiwa si narz dziami wdra ania i zarz dzania marketingiem internetowym	JO_U07	wykonanie zadania, kolokwium

5	potrafi wykorzysta marketing internetowy w procesie rozwoju biznesu oraz rozwoju otoczenia społeczno-gospodarczego	JO_U08	wykonanie zadania, kolokwium
6	potrafi planowa i organizowa działania komunikacyjne w ramach działań e-marketingowych, a tak e współdziała w grupie przyjmuj c w niej ró ne role	JO_U17	wykonanie zadania, kolokwium
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody praktyczne, e-learning - metody i techniki kształcenia na odległość			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
<p>wiedza: ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej) ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej)</p> <p>umiejętności: ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej) ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej)</p>			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.			
Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.			
Zasady ustalania ocen:			
1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.			
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.			
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.			
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.			
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.			
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.			
Treści programowe (opis skrócony)			
Realizacja planu przedmiotu ma za zadanie przybliżyć studentom konkretne, wybrane elementy działań e-marketingowych. Studenci zapoznają się z praktycznymi aspektami najpopularniejszych form marketingowych. Zajęcia odbywają się z wykorzystaniem technik kształcenia na odległość.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 1			
Forma zajęć: laboratorium informatyczne			
Zajęcia mają formę warsztatów i prowadzone są głównie w formie zdalnej oraz częściowo w formie stacjonarnej. Na zajęciach realizowane są następujące zagadnienia tematyczne:			30
<ul style="list-style-type: none"> • Pozycjonowanie stron internetowych (SEO) • Google Ads (w wynikach wyszukiwania, remarketing, w display network) • Social Media Ads: LinkedIn Ads, Facebook Ads, SnapChat Ads, Instagram Ads • Social Media Marketing: trendy, kanały, narzędzia, optymalizacja konwersji • Social selling • Content marketing i copywriting • E-mail marketing • Programy lojalnościowe i afiliacyjne 			
Literatura			

Podstawowa
Cengiel, P., SEO jako element strategii marketingowej Twojej firmy, Helion 2020
D browski, A., Kłodawski, F., E-mail marketing oswojony. Teoria, praktyka, prawda, Onepress 2018
Macierowski, A., E-marketing w praktyce. Strategie skutecznej promocji online, Edgard 2013
Meerman Scott, D., Nowe zasady marketingu i PR. Jak poprzez social media, podcasty, content marketing, newsjacking oraz sztuczna inteligencja dotrze bezpo rednio do kupuj cych, MT Biznes 2022
Rodriguez, J., Nowoczesny e-mail marketing. Uniwersalny, responsywny i skuteczny mailing w HTML-u, Helion 2015
Uzupełniają ca
Marzec, K., Trzósło, T., Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów, Onepress 2022
Oruba, N., Strategia komunikacji w social mediach, Onepress 2022

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarz dzaniu i jako ci	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	30	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	8	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	5	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	25	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Marketing produktu				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235225	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	1		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	LI	30	Egzamin	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:	dr hab. Marta Domagalska-Gr dys				
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna zasady budowania koncepcji marketingowej produktu i inne narz dzia marketingowe wspomagaj ce konkurencyjno oferty rynkowej	JO_W05	kolokwium
2	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zakresu marketingu produktu, znajduj c zastosowanie w dziaalnoci (e-)biznesowej	JO_W06	kolokwium
3	potrafi posługiwa si narz dziami wdra nia i zarz dzania marketingiem tradycyjnym i internetowym oraz inicjowa ich rozwój	JO_U07	wykonanie zadania
4	jest gotów do działania w sposób przedsi biorczy	JO_K03	obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

metody problemowe (analizy przypadków marek znanych produktów), metody praktyczne (dyskusja), samodzielna praca studentów (samokształcenie) (zadanie grupowe (projektowe))	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się	
wiedza: ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))	
umiejętności: ocena wykonania zadania (ocena prezentacji etapów projektu, ocena poprawności rozwiązań studiów przypadku, ocena realizacji etapów projektu badań kwestionariuszowych konsumentów, reklamy)	
kompetencje społeczne: obserwacja zachowań (obserwacja zachowań indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest wykonanie zadań etapowych. Ocena z egzaminu. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.	
Treści programowe (opis skrócony)	
Istotą koncepcji marketingu jest zapewnianie satysfakcji nabywcom dzięki wytwarzaniu, oferowaniu i sprzedawaniu produktów i usług zaspokajających w najwyższym stopniu potrzeby i wymagania każdego rodzaju nabywców na każdym rynku. Marketing produktu skupia się na działaniach rozwoju rynku dla ofert produktowych. Produkt jako najbardziej rozpoznawalny instrument marketingowy ma zaspokajać potrzeby konsumentów. Uwzględniając specyfikę potrzeb konsumentów (różnych, luksusowych, ukrytych) marketingowcy tworzą marketingowe koncepcje produktu, które producenci/sprzedawcy wdrażają, dobierając rozwiązania na poziomie opakowania, ceny, dystrybucji i promocji.	
Content of the study programme (short version)	
Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 1	
Forma zajęć : laboratorium informatyczne	
1. Produkt – element działań marketingu. 2. Nowe generacje produktów i produkty oczekiwane przez konsumentów. Przykłady produktów różnych marek podkreślające niejednorodność preferencji konsumentów. 3. Badanie rynku produktu i otoczenia marketingowego firm. 4. Cykl życia produktu a cykl innowacji. 5. Marka i opakowanie. Znaki towarowe. 6. Strategie marketingowe typu produkt-rynek. Macierz Ansoffa. 7. Procedury poszukiwania nowych produktów. 8. Analizy konkurencyjności produktów. BCG.	30
Literatura	
Podstawowa	
Armstrong G., Kotler, Ph., Marketing: wprowadzenie, Wydawnictwo Nieoczywiste-imprint GAB Media, Warszawa 2020	
Domagalska-Grębska, M., Marketing treści i rekomendacji produktu, Wydawnictwa PWSZ w Tarnowie, Tarnów 2021	
Uzupełniająca	
Gorchels, L., Zarządzanie produktem: od badania i rozwoju do budowania reklamy, Helion, Gliwice 2007	

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarz dzaniu i jako ci	
Sposb okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakladu pracy studenta (udzial w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udzial w zaj ciach	30	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udzial w egzaminie	2	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wype lniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	5	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	6	
Indywidualna praca wlasna studenta z literatur , wykladami itp.	5	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udzialu nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	34	1,4
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	30	1,2

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udzialu nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od l cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Marketing usług				
Course / group of courses:	Service Marketing				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235226	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	1		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	LI	30	Egzamin	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna zasady, narz dzia, metody i procedury zwi zane z marketingiem usług	JO_W05	egzamin
2	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zakresu marketingu usług, znajduj c zastosowanie w działalno ci (e-) biznesowej	JO_W06	egzamin
3	potrafi posługiwa si narz dziami wdra nia i zarz dzania marketingiem usług oraz inicjowa ich rozwój rynków usług	JO_U07	wykonanie zadania
4	jest gotów do działania w sposób przedsi biorczy w ramach pracy zawodowej w obszarze (e-)biznesu	JO_K03	obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

metody praktyczne, metody problemowe, samodzielna praca studentów (samokształcenie)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się	
wiedza: egzamin (egzamin pisemny w formie zadań otwartych i zamkniętych)	
umiejętności: ocena wykonania zadania (ocena prezentacji etapów projektu, ocena poprawności i rozwoju zrealizowanych studiów przypadku, ocena realizacji etapów projektu dla firmy usługowej)	
kompetencje społeczne: obserwacja zachowań (obserwacja zachowań indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest wykonanie zadań etapowych. Ocena z egzaminu. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.	
Treści programowe (opis skrócony)	
Marketing usług (MU) to szeroki kompleks o charakterze bardzo niejednorodnym. MU w odróżnieniu od marketingu produktu musi uwzględnić specyficzne właściwości usług i procesu ich świadczenia, co ma decydujący wpływ na projektowanie konkretnych działań marketingowych. Kurs uwzględni specyficzne cechy usług i wynikające z nich działania operacyjne 7P (produkt, cena, dystrybucja, promocja, dowody materialne, procesy, personel). Dodatkowo pozwala wykorzystać badania jako narzędzie do uzupełnienia wspomnianych narzędzi 7P.	
Content of the study programme (short version)	
Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 1	
Forma zajęć: laboratorium informatyczne	
1. Usługi i ich specyficzne cechy w działaniach marketingowych. Mity marketingowe. 2. Nowe generacje usług i odbiorców (młodzi i seniorzy). 3. Badanie rynku firm usługowych. 4. Usługa jako produkt w marketingowych działaniach. Dowody materialne usług. 5. Cena i dystrybucja usług. 6. Promocja i komunikacja marketingowa usług. Storytelling. 7. Personel w świadczeniu usług i w działaniach marketingowych. 8. Proces świadczenia usług a jako usług.	30
Literatura	
Podstawowa	
Czubała, A., Jonas, A., Smolecki, T., Wiktor, J.W., Marketing usług, Oficyna a Wolter Kluwer business, Warszawa 2012	
Domagalska-Grudys, M., Marketing treści i rekomendacji produktu, Wydawnictwa PWSZ w Tarnowie, Tarnów 2021	
Domagalska-Grudys, M., Marketing usług. Przewodnik do wiedzy, Wydawnictwa PWSZ w Tarnowie, Tarnów 2018	
Uzupełniająca	

Dane kontaktowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarządzaniu i jakości
--	-------------------------------

Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	2	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	5	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	6	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	34	1,4
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Narz dzia informatyczne w biznesie: arkusz kalkulacyjny Excel				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235230	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	1		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	LI	30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu mo liwo ci zastosowa oprogramowania typu arkusz kalkulacyjny w dzialno ci biznesowej	JO_W04	kolokwium
2	potrafi wykorzysta wiedz z zakresu zastosowania arkusza kalkulacyjnego Excel w biznesie do analizy danych biznesowych, a tak e zarz dzania dokumentacj przedsi biorstwa	JO_U09	wykonanie zadania
3	potrafi samodzielnie planowa i realizowa własne uczenie si przez całe ycie w zakresie doskonalenia/aktualizacji wiedzy dotycz cej wykorzystania narz dzi informatycznych w dzialno ci biznesowej	JO_U18	wykonanie zadania
4	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w rodowisku (e-)biznesowym	JO_K04	obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

metody podaj ce (opis, wyja nienie), samodzielna praca studentów (samokształcenie) (wykonanie przez studenta zadania wg wskaza prowadz cego)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

wiedza:

ocena kolokwium (ocena kolokwium (test wielokrotnych odpowiedzi, test online))

umiej tno ci:

ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego oraz zespołowego na laboratorium)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Celem zaj jest opanowanie przez studentów umiej tno ci stosowania arkusza kalkulacyjnego Excel pod k tem ich wykorzystania do rozwi zywania praktycznych zada z zakresu analizy danych biznesowych oraz rozwi zywania zada w obszarze finansów, rachunkowo ci i zarz dzania, a tak e zarz dzania dokumentacj przedsi biorstwa. Zaj cia s prowadzone w formie laboratorium informatycznego oraz z wykorzystaniem technik kształcenia na odległo .

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

Liczba godzin

Semestr: 1

Forma zaj : **laboratorium informatyczne**

1. Wykorzystanie funkcji finansowych w arkuszu kalkulacyjnym.
2. Funkcje wyznaczaj ce wewn trzn stop zwrotu oraz warto zaktualizowan netto. Kredyty – wyznaczanie rat, wielko ci spłaty kredytu i odsetek dla podanego przedziału czasowego.
3. Obliczanie warto ci przyszłej i bie cej bezpo rednio i za pomoc funkcji finansowych, wyznaczanie wymaganej stopy procentowej dla pojedynczego okresu, efektywnej stopy procentowej.
4. Analiza danych za pomoc sum cz ciowych, tabel i wykresów przestawnych.
5. Praca z danymi z wielu arkuszy kalkulacyjnych.
6. Tworzenie wykresów z jedn oraz wieloma seriami danych.
7. Funkcje bazodanowe w arkuszu kalkulacyjnym.
8. Narz dzia obliczeniowe MS Excel.
9. Przykłady zastosowania narz dzia Szukaj wyniku do rozwi zywania równa opisuj cych zjawiska ekonomiczne.
10. Zastosowanie dodatku Solver do rozwi zywania problemów optymalizacyjnych – ustalanie optymalnej struktury produkcji, maksymalizacja zysku, minimalizacja kosztów.
11. Zastosowanie arkusza kalkulacyjnego do podejmowania decyzji finansowych.
12. Narz dzia transferu i porz dkowania danych ródtowych w MS Excel.

30

Literatura

Podstawowa

Masłowski, K., Excel 2016 PL. wiczenia zaawansowane, Gliwice 2016

Tyszka, H., Excel Solver w praktyce. Zadania ekonometryczne z rozwi zaniami, Gliwice 2016

Uzupełniaj ca

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarz dzaniu i jako ci	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	30	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wype lniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	8	
Przygotowanie do kolokwów i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	5	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Narz dzia informatyczne w biznesie: programy graficzne				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235231	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	1		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	LI	30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna mo liwo ci zastosowa programów graficznych w działalno ci biznesowej	JO_W04	kolokwium
2	potrafi wykorzysta wiedz z zakresu zastosowania programów graficznych w działalno ci biznesowej	JO_U09	wykonanie zadania
3	potrafi samodzielnie planowa i realizowa własne uczenie si przez całe ycie w zakresie doskonalenia/aktualizacji wiedzy dotycz cej wykorzystania narz dzi informatycznych w działalno ci biznesowej	JO_U18	wykonanie zadania
4	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w rodowisku (e-)biznesowym	JO_K04	obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

samodzielna praca studentów (samokształcenie) (wykonanie przez studenta zadania wg wskaza prowadz ce go), metody podaj ce (opis, wyja nienie)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si	
wiedza: ocena kolokwium (ocena kolokwium (test wielokrotnych odpowiedzi, test online))	
umiej tno ci: ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego oraz zespołowego na laboratorium)	
kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.	
Tre ci programowe (opis skrócony)	
Celem zaj jest opanowanie przez studentów umiej tno ci stosowania programów graficznych pod k tem ich wykorzystania do rozwi zywania praktycznych zada w działalno ci biznesowej (m.in. do wprowadzenia struktury, hierarchii i modyfikacji przekazu i metod tworzenia porz dku w chaosie informacji w działalno ci biznesowej). Zaj cia s prowadzone w formie laboratorium informatycznego oraz z wykorzystaniem technik kształcenia na odległo .	
Content of the study programme (short version)	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 1	
Forma zaj : laboratorium informatyczne	
1. Grafika komputerowa - informacje ogólne. 2. wiało i barwa w grafice komputerowej. Systemy opisywania barw. 3. Podstawowa funkcjonalno narz dzia grafiki rastrowej. 4. Oprogramowanie do grafiki rastrowej: interfejs, podstawowe narz dzia. Malowanie, operacje na warstwach. Retusz zdj . Fotomonta . 5. Charakterystyka i zastosowania narz dzia grafiki wektorowej. 6. Podstawowa funkcjonalno narz dzia grafiki wektorowej. 7. Oprogramowanie do grafiki wektorowej: interfejs, podstawowe narz dzia. Rysowanie prostych obiektów. 8. Obiekty zło one z krzywych, podstawowe operacje na tek cie, rysowanie znaków firmowych. 9. Identyfikacja wizualna firmy. Zasady projektowania materiałów reklamowych. 10. Projektowanie i skład materiałów reklamowych (zagadnienia techniczne). 11. Projektowanie firmowych akcydensów informacyjnych (logo, ulotki, plakaty, wizytówki). 12. Zastosowanie grafiki wektorowej w projektowaniu firmowych materiałów informacyjnych. 13. Przygotowanie materiałów graficznych do druku.	30
Literatura	
Podstawowa	
Benicewicz-Miazga, A., Grafika w biznesie. Projektowanie elementów to samo ci wizualnej – logotypy, wizytówki oraz papier firmowy. Wydanie II, Helion 2012	
Dabner, D., Szkoła projektowania graficznego. Zasady i praktyka, nowe programy i technologie, Arkady 2019	
Faulkner, A., Havez, C., Adobe Photoshop PL. Oficjalny podr cznik. Edycja 2020, Gliwice 2021	

Witkowski, B., GIMP. Poznaj świat grafiki komputerowej, Helion 2019
CorelDRAW 2018 - Przewodnik, WWW, Corel Corporation 2018
Uzupełniająca

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarządzaniu i jakości	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenia studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w szczególnie określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze, zajęcia	8	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	5	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Negocjacje w biznesie w j zyku angielskim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235271	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	3	Semestr:		5	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	5	P	15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			15		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 5 - j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie czwartego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu wzorców zachowa komunikacyjnych maj cych zastosowanie w negocjacjach w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	kolokwium
2	potrafi wykorzysta posiadan wiedz z zakresu wzorców zachowa komunikacyjnych typowych dla negocjacji prowadzonych w j zyku angielskim, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym	JO_U01	ocena aktywno ci
3	posiada umiej tno merytorycznego argumentowania i formułowania wniosków	JO_U04	ocena aktywno ci

4	potrafi posługiwać się w sytuacji negocjacyjnej angielskim językiem biznesu zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+	JO_U16	ocena aktywności
5	potrafi przygotować i przeprowadzić rozmowy negocjacyjne odgrywając w nich różne role	JO_U17	ocena aktywności
6	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej, w tym poszanowania drugiej strony negocjacji, zarówno w sytuacjach stacjonarnych, jak też w sytuacjach online	JO_K05	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podajace (opis, materiał leksykalny), metody praktyczne (symulacja rozmów, przyjmowanie ról w rozmowie)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))

umiejętności:

ocena aktywności (ocena aktywności na zajęciach)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen cząstkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

W trakcie zajęć student opanowuje techniki negocjacyjne w języku angielskim, wykorzystując typowe dla tej formy komunikacji umiejętności językowe. W symulacjach negocjacyjnych przyjmuje różne role zawodowe, a także argumentuje i kontrargumentuje z poszanowaniem partnera rozmów.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

Liczba godzin

Semestr: 5

Forma zajęć: **wiczenia praktyczne**

Celem zajęć jest kształtowanie i rozwijanie umiejętności realizacji celu komunikacyjnego w językowych działaniach interakcyjnych – negocjacjach prowadzonych w przedsiębiorstwie z użyciem typowego słownictwa i struktur oraz z uwzględnieniem typowych dla działań negocjacyjnych w biznesie uwarunkowań pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych, jak również z wykorzystaniem posiadanej wiedzy pozajęzykowej.

Cel ten osiągnięty jest poprzez symulację negocjacji w różnych obszarach działalności zawodowej. Symulacja obejmuje przygotowanie do rozmowy (argumenty, kontrargumenty, wykazanie zrozumienia dla stanowiska partnera w negocjacjach, stawianie wymagań, wyrażenie zgody, przystanie na kompromisy), a także jej aktywne przeprowadzenie z kontrolnym czasem trwania rozmowy. Po zakończeniu rozmowy student przeprowadza ustną lub pisemną ewaluację negocjacji.

1. Negocjacje w obrębie zespołu pracowników prowadzące do wynegocjowania wspólnych celów, np. ustalenie podziału zadań w ramach zleconego zadania, zaplanowanie urlopów itp.

2. Negocjacje indywidualne z przełożonym – warunki pracy i płacy, zmiany w zakresie obowiązków, zmiany lokacji; negocjacje zespołowe z przełożonym – propozycje zmian w organizacji pracy.

15

3.Negocjacje z klientami/dostawcami: negocjowanie oferty, warunków handlowych, terminów dostawy itp. 4.Negocjacje z przedstawicielami firmy partnerskiej na temat mo liwo ci współpracy.	15
Literatura	
Podstawowa	
Lafond, Ch., Vine, S., Welch, B., English for Negotiating, Oxford University Press, Oxford 2018	
Lowe, S., Pile, L., BCS Negotiating B1-B2, Delta Publishing 2021	
Uzupełniaj ca	

Dane jako ciowe

Przyporz dkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	15	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	10	
Przygotowanie do kolokwiiów i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	13	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	17	0,7
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Negocjacje w biznesie w j zyku niemieckim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235279	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	3	Semestr:		6	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	6	P	15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			15		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 6 - j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pi tego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu wzorców zachowa komunikacyjnych maj cych zastosowanie w negocjacjach w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania
2	potrafi wykorzysta posiadan wiedz z zakresu wzorców zachowa komunikacyjnych typowych dla negocjacji prowadzonych w j zyku niemieckim, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym	JO_U01	wykonanie zadania
3	posiada umiej tno merytorycznego argumentowania i formułowania wniosków	JO_U04	wykonanie zadania

4	potrafi posługiwać się w sytuacji negocjacyjnej niemieckim językiem biznesu zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+	JO_U15	wykonanie zadania
5	potrafi przygotować i przeprowadzić rozmowy negocjacyjne odgrywając w nich różne role	JO_U17	wykonanie zadania
6	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej, w tym poszanowania drugiej strony negocjacji, zarówno w sytuacjach stacjonarnych, jak też w sytuacjach online	JO_K05	obserwacja wykonania zadania

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (metoda opisowa, prezentacja materiału audio), metody praktyczne (symulacja rozmów, przyjmowanie ról w rozmowie)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:
ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych na zajęciach, polegających na spontanicznym odegraniu negocjacji w niemieckim języku biznesu, dotyczących różnych zagadnień tematycznych, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)

umiejętności:

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych na zajęciach, polegających na spontanicznym odegraniu negocjacji w niemieckim języku biznesu, dotyczących różnych zagadnień tematycznych, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

obserwacja wykonania zadania (obserwacja bezpośrednia studenta w czasie wykonywania działań właściwych dla danego zadania zawodowego wynikających z ról)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

W trakcie zajęć student opanowuje techniki negocjacyjne w języku niemieckim, wykorzystując typowe dla tej formy komunikacji umiejętności językowe. W symulacjach negocjacyjnych przyjmuje różne role zawodowe, a także argumentuje i kontrargumentuje z poszanowaniem partnera rozmów.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

Liczba godzin

Semestr: 6

Forma zajęć: **wiczenia praktyczne**

Celem zajęć jest kształtowanie i rozwijanie umiejętności realizacji celu komunikacyjnego w językowych działaniach interakcyjnych – negocjacjach prowadzonych w przedświadczeniu z użyciem typowego słownictwa i struktur oraz z uwzględnieniem typowych dla działań negocjacyjnych w biznesie uwarunkowań pragmatycznych, dyskursywnych i socjolingwistycznych, jak również z wykorzystaniem posiadanej wiedzy pozajęzykowej.

Cel ten osiągnięty jest poprzez symulację negocjacji w różnych obszarach działalności zawodowej. Symulacja obejmuje przygotowanie do rozmowy (argumenty, kontrargumenty, wykazanie zrozumienia dla stanowiska partnera w negocjacjach, stawianie wymagań, wyrażenie zgody, przystanie na kompromisy), a także jej aktywne przeprowadzenie z kontrolnym czasem trwania rozmowy. Po zakończeniu rozmowy student przeprowadza ustną lub pisemną ewaluację negocjacji.

1. Negocjacje w obrębie zespołu pracowników prowadzące do wynegocjowania wspólnych celów, np.

15

ustalenie podziału zadań w ramach zleconego zadania, zaplanowanie urlopów itp. 2.Negocjacje indywidualne z przełożonym – warunki pracy i płacy, zmiany w zakresie obowiązków, zmiany lokacji; negocjacje zespołowe z przełożonym – propozycje zmian w organizacji pracy. 3.Negocjacje z klientami/dostawcami: negocjowanie oferty, warunków handlowych, terminów dostawy itp. 4.Negocjacje z przedstawicielami firmy partnerskiej na temat możliwości współpracy.	15
Literatura	
Podstawowa	
Eismann, V., Erfolgreich in Verhandlungen, Cornelsen, Berlin 2006	
Uzupełniająca	

Dane jakościowe

Przygotowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	15	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	15	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w wyjątkowych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wycieczki, zajęcia	13	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	15	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	17	0,7
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Ochrona własno ci intelektualnej				
Course / group of courses:	Protection of Intellectual Property				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235261	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	1	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	2	Semestr:	3		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3	W	15	Zaliczenie z ocen	1
Razem			15		1
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytorijne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna i rozumie podstawowe poj cia i zasady z zakresu przepisów dotycz cych ochrony własno ci intelektualnej i prawa autorskiego	JO_W07	kolokwium
2	Potrafi wła ciwie dobrać i interpretować podstawowe przepisy z zakresu prawa własno ci intelektualnej oraz stosować je do rozwi zania typowych przypadków dotycz cych działalno ci (e-)biznesowej	JO_U02	ocena aktywno ci
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			
metody podaj ce (wykład z wykorzystaniem prezentacji PP), metody problemowe (rozwi zywanie problemu z wykorzystaniem i systematyzowaniem wiedzy)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si			
wiedza:			

ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))	
umiej tno ci:	
ocena aktywno ci (ocena aktywno ci na zaj ciach)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.	
Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.	
Tre ci programowe (opis skrócony)	
Celem zaj jest uzyskanie przez studenta wiedzy dotycz cej przepisów zwi zanych z ochron własno ci intelektualnej oraz prawami autorskimi, a tak e przygotowanie do samodzielnego dobierania, interpretowania i stosowania w/w przepisów w obr bie działa komunikacyjnych w działalno ci (e-)biznesowej. Zaj cia prowadzone s z wykorzystaniem technik kształcenia na odległo .	
Content of the study programme (short version)	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 3	
Forma zaj : wykład	
1.Poj cie „własno ci intelektualnej”, ró dła prawa autorskiego, podmioty prawa autorskiego, autorskie prawa osobiste, roszczenia w razie naruszenia omawianych praw. 2.Dozwolony u ytek publiczny: prawo przedruku, prawo cytatu, inne licencje, test trójstopniowy. 3.Prawo autorskie w Internecie: odpowiedzialno za naruszenie prawa autorskiego w Internecie, piractwo i transfer plików MP3, rozpowszechnianie przedmiotów prawa autorskiego w sieci (webcasting, simulcasting, usługi on-demand i near-on-demand). 4.Zasady wspólne dla wynalazków, wzorów u ytkowych i wzorów przemysłowych. 5.Znaki towarowe i udzielane na nie prawa ochronne, oznaczenia geograficzne i topografie układów scalonych, rejestracja oznaczenia graficznego, nazwy regionalne i oznaczenia pochodzenia.	15
Literatura	
Podstawowa	
Barta, J., Czajkowska-D browska, M., wi kalski, Z., Markiewicz, R., Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz, Zakamycze 2005	
Podrecki, P., (red.), Oko , Z., Litwi ski, P., wierczy ski, M., Targosz, T., Smycz, M., Kasprzycki, D., Prawo Internetu, Warszawa 2007	
Po niak-Niedzielska, M., Szczotka, J., Mozgawa, M., Prawo autorskie i prawa pokrewne. Zarys wykładu, Warszawa 2007	
Uzupełniaj ca	

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarz dzaniu i jako ci
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]

Udział w zajęciach	15	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	0	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	4	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	4	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	25	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	1	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	17	0,7
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	0	0,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Podstawy e-biznesu				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235236	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	1	Semestr:		2	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2	LI	20	Zaliczenie z ocen	2
Razem			20		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pierwszego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz dotycz c wybranych faktów i zjawisk z zakresu funkcjonowania biznesu elektronicznego	JO_W04	wykonanie zadania, kolokwium
2	potrafi poprawnie stosowa poznana terminologi zwi zana z prowadzeniem biznesu internetowego	JO_U06	wykonanie zadania, kolokwium
3	potrafi wykorzystywa posiadana wiedz z zakresu e-biznesu w celu formułowania i rozwi zywania zło onych, typowych i nietypowych zada oraz problemów zwi zanych z działalno ci w wiecie cyfrowym	JO_U09	wykonanie zadania, kolokwium
4	potrafi samodzielnie planowa i realizowa własne uczenie si przez całe ycie	JO_U18	wykonanie zadania, kolokwium

5	jest gotów do wypełniania zobowiazań społecznych, współorganizowania działalności e-biznesowej na rzecz środowiska lokalnego	JO_K02	wykonanie zadania, kolokwium
6	jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy	JO_K03	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody praktyczne, e-learning - metody i techniki kształcenia na odległość

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

<p>wiedza: ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązań zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej) ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej)</p> <p>umiejętności: ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązań zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej) ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej)</p> <p>kompetencje społeczne: ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązań zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej) obserwacja zachowa (obserwacja zachowań indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych) ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej)</p>
--

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Zaliczenie z oceną na podstawie ocen częściowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Program zajęć będzie obejmował między innymi kwestie związane z finansowaniem w e-commerce, biznesplanem biznesu internetowego, logistyką e-sklepu, metodami budowania oraz rozliczania kampanii e-marketingowych w sklepie internetowym. Podczas zajęć zostaną przedstawione etapy rozpoczynania sprzedaży internetowej wraz z określeniem czynników sukcesu w e-commerce. Istotnym elementem programu zajęć jest transgraniczny handel internetowy wraz z platformami marketplace typu Allegro, Ebay, Amazon czy eMag. Zajęcia odbywają się z wykorzystaniem technik kształcenia na odległość.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

	Liczba godzin
Semestr: 2	
Forma zajęć: laboratorium informatyczne	
Zajęcia mają formę warsztatów i prowadzone są głównie w formie zdalnej oraz częściowo w formie stacjonarnej. Na zajęciach realizowane są następujące zagadnienia tematyczne: <ul style="list-style-type: none"> • Czynniki sukcesu w e-commerce • Finansowanie w e-commerce • Koncepcja i biznesplan dla sklepu internetowego • Transgraniczny handel internetowy • Logistyka w sklepie internetowym • Definiowanie celów 	20

<ul style="list-style-type: none"> • Metody bud etowania i rozliczania kampanii • Omnichannel • Rozpoczynanie sprzeda y internetowej • Platformy marketplace 	20
--	----

Literatura

Podstawowa

Dobrzy ski, S., K pa, L., Bezpiecze stwo systemu e-commerce, czyli jak bez ryzyka prowadzi biznes w Internecie, Helion 2012

Kantorowski, P., Gł b, P., Prawo dla biznesu. E-commerce, Onepress 2020

Marzec, K., Narz dzia Google dla e-commerce, Onepress 2018

Pola ski, P., Europejskie prawo handlu elektronicznego, Beck 2014

Skorupska, J., E-commerce. Strategia, zarz dzanie, finanse, PWN 2017

Uzupełniają ca

Skurpel, D., Obsługa logistyczna w handlu elektronicznym, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego 2019

Smu niak, M., Bienias, M., E-commerce na platformach ofertowych Allegro, eBay, Amazon, Onepress 2019

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarz dzaniu i jako ci
--	--------------------------------------

Sposób okre lenia liczby punktów ECTS

Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]
---	------------------------------

Udział w zaj ciach	20
--------------------	----

Konsultacje z prowadz cym	2
---------------------------	---

Udział w egzaminie	0
--------------------	---

Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0
---	---

Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	13
--	----

Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	5
---------------------------------------	---

Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	10
---	----

Inne	0
------	---

Sumaryczne obci enie prac studenta	50
---	-----------

Liczba punktów ECTS

Liczba punktów ECTS	2
----------------------------	----------

Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	22	0,9

Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	25	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Podstawy marketingu cyfrowego				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235227	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	1	Semestr:		1	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	LI	18	Zaliczenie z ocen	2
Razem			18		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz dotycz c wybranych faktów i zjawisk z zakresu marketingu cyfrowego	JO_W04	wykonanie zadania, kolokwium
2	zna zasady, narz dzia, metody i procedury zwi zane z marketingiem cyfrowym	JO_W05	wykonanie zadania, kolokwium
3	potrafi wykorzysta marketing cyfrowy w procesie rozwoju biznesu	JO_U08	wykonanie zadania, kolokwium
4	potrafi wykorzystywa posiadan wiedz z zakresu marketingu cyfrowego celem formułowania i rozwi zywania problemów zwi zanych z działalno ci (e-)biznesow	JO_U09	wykonanie zadania, kolokwium

5	potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	JO_U18	wykonanie zadania, kolokwium
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody podające, e-learning - metody i techniki kształcenia na odległość			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
wiedza: ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej) ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej)			
umiejętności: ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej) ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Zaliczenie z oceną na podstawie ocen cząstkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.			
Treści programowe (opis skrócony)			
Niniejsze zajęcia wraz z zajęciami Strategie marketingu cyfrowego stanowią wprowadzenie do wszystkich pozostałych zajęć dotyczących płaszczyzny cyfrowej. Podczas zajęć zostanie położony nacisk na zapoznanie słuchaczy z podstawami marketingu cyfrowego. Omawiane zagadnienia nawiązują do rynku reklamy internetowej, trendów panujących w e-marketingu oraz możliwych modeli zakupu i emisji reklam. Ponadto zostaną wyjaśnione podstawowe pojęcia z zakresu e-marketingu oraz różnice między nimi z wykorzystaniem przykładów z marketingu onlineowego oraz marketingu offlineowego. Zajęcia odbywają się z wykorzystaniem technik kształcenia na odległość.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 1			
Forma zajęć: laboratorium informatyczne			
Realizacja przewidzianych w programie zagadnień pozwoli z jednej strony na uzupełnienie i usystematyzowanie wiedzy o e-marketingu w środowisku cyfrowym, a z drugiej na ujednoczenie poziomu grupy. Zajęcia mają formę warsztatów i prowadzone są głównie w formie zdalnej oraz częściowo w formie stacjonarnej. Na zajęciach realizowane są następujące zagadnienia tematyczne:			18
<ul style="list-style-type: none"> • Rynek reklamy internetowej • Internauci w Polsce i na świecie (dane i liczby, trendy i tendencje) • Kanały komunikacji w Internecie - rodzaje i koncepcje klasyfikacji • Rodzaje i klasyfikacja podmiotów związanych z rynkiem reklamy w Internecie • Podstawowe modele zakupu i emisji reklamy w sieci • Podstawowe pojęcia z zakresu e-marketingu • Podstawowe narzędzia i wskaźniki z zakresu e-marketingu • Marketing offline vs online • Trendy w e-marketingu 			
Literatura			

Podstawowa
Cendrowska, B. / Sokół, A. / Ylińska, P., E-marketing dla małych i średnich przedsiębiorstw, CeDeWu 2014
Królewski, J. / Sala, P. (red.), E-marketing. Współczesne trendy, Wydawnictwo Naukowe PWN 2020
Maciorowski, A., E-marketing w praktyce. Strategie skutecznej promocji online, Edgar 2013
Wierczyńska-Kaczor, U., E-marketing przedsiębiorstwa w społeczności wirtualnej, Difin 2012
Uzupełniająca
Marzec, K., Narzędzia Google dla e-commerce, Onepress 2018
Skorupska, J., E-commerce. Strategia, zarządzanie, finanse, PWN 2017

Dane jakościowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarządzaniu i jakości	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	18	
Konsultacje z prowadzącym	1	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	12	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	9	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	19	0,8
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	25	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Podstawy prawa gospodarczego				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235240	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	2		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2		15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			15		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pierwszego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna w zaawansowanym stopniu regulacje stanowi ce podstawow wiedz ogóln z zakresu prawa gospodarczego, zasady funkcjonowania pa stwa w gospodarce i rz dz ce nimi prawidłowo ci oraz prawne gwarancje prowadzenia działalno ci gospodarczej zorientowane na zastosowania praktyczne w działalno ci (e-)biznesowej	JO_W04	kolokwium
2	potrafi posługiwa si terminologi prawn z zakresu prawa gospodarczego znajduj c zastosowanie w działalno ci (e-)biznesowej	JO_U06	kolokwium
3	potrafi wykorzysta posiadán wiedz z zakresu prawa gospodarczego do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania ró norodnych procesów i zjawisk w działalno ci handlowej w Internecie	JO_U09	kolokwium

4	rozumie potrzeb ci głęgo uzupełniania swojej wiedzy z zakresu prawa gospodarczego oraz potrafi planowa i realizowa podnoszenie własnych kwalifikacji zawodowych z zakresu prawa gospodarczego	JO_U18	kolokwium
5	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy z zakresu prawa gospodarczego, a w przypadku trudno ci z samodzielnym rozwi zaniem problemu do zwrócenia si po opinie do ekspertów	JO_K01	obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			
metody problemowe (dyskusja), metody praktyczne (praca z aktami prawnymi, rozwi zywanie kazuów, analiza wybranych przypadków zwi zanych z sytuacjami faktycznymi)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si			
wiedza: ocena kolokwium (test zaliczeniowy (test wyboru) ocena zada wykonywanych na wiczeniach)			
umiej tno ci: ocena kolokwium (test zaliczeniowy (test wyboru) ocena zada wykonywanych na wiczeniach)			
kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.			
Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.			
Tre ci programowe (opis skrócony)			
Przedmiotem zaj s podstawowe instytucje polskiego i europejskiego prawa gospodarczego. Zaj cia uwzgl dniaj aktualne tendencje rozwojowe w w/w zakresie. wiczenia zajmuj si ogólnymi poj ciami prawa gospodarczego, ródlami prawa, usytuowaniem pa stwa w gospodarce i poszczególnymi formami działania pa stwa w zwi zku z prawem UE. Przedmiotem wicze s równie zasady prowadzenia działalno ci gospodarczej i obowi zki przedsi biorców. wiczenia polegaj na analizie przepisów prawa oraz orzecznictwa. Tre ci zaj s zorientowane na zastosowania praktyczne w działalno ci (-e)biznesowej.			
Content of the study programme (short version)			
Tre ci programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 2			
Forma zaj : wiczenia audytoryjne			
1. Poj cie i zakres prawa gospodarczego. 2. ródlą prawa gospodarczego. 3. Prawne poj cie działalno ci gospodarczej. 4. Podmioty działalno ci gospodarczej. 5. Obowi zki warunkuj ce wykonywanie działalno ci gospodarczej. 6. Poj cie reglamentacji działalno ci gospodarczej. 7. Koncesje na działalno gospodarcz . 8. Zezwolenia na działalno gospodarcz . 9. Działalno gospodarcza regulowana. 10. Działalno komunalna.			15
Literatura			
Podstawowa			
Olszewski, J. (red.), Prawo gospodarcze. Kompendium, Warszawa 2019			

Uzupełniaj ca

Powałowski, A. (red.), Prawo gospodarcze publiczne, Warszawa 2020

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej		nauki o zarz dzaniu i jako ci	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS			
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)		Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach		15	
Konsultacje z prowadz cym		2	
Udział w egzaminie		0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)		0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj		10	
Przygotowanie do kolokwiiów i egzaminu		10	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.		13	
Inne		0	
Sumaryczne obci enie prac studenta		50	
Liczba punktów ECTS			
Liczba punktów ECTS		2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego		L. godzin	ECTS
		17	0,7
Zaj cia o charakterze praktycznym		L. godzin	ECTS
		26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Podstawy prawne w handlu internetowym				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235241	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	1	Semestr:		2	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2		15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			15		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczony pierwszy semestr studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna w zaawansowanym stopniu regulacje stanowi ce podstawow wiedz ogóln z zakresu prawnych aspektów handlu internetowego oraz prawne zasady i gwarancje prowadzenia handlu internetowego zorientowane na zastosowania praktyczne w działalno ci e-biznesowej	JO_W04	kolokwium
2	potrafi posługiwa si terminologi prawn z zakresu handlu internetowego znajduj c zastosowanie w działalno ci e-biznesowej	JO_U06	kolokwium
3	potrafi wykorzysta posiadán wiedz z zakresu prawnych aspektów handlu internetowego do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania ró norodnych procesów i zjawisk w działalno ci gospodarczej	JO_U09	kolokwium

4	rozumie potrzeb podnoszenia kwalifikacji zawodowych i ci głęgo pogł biania wiedzy z zakresu prawnych aspektów handlu internetowego oraz potrafi planowa i realizowa własne uczenie si przez całe ycie	JO_U18	kolokwium, wykonanie zadania
5	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy z zakresu prawnych aspektów handlu internetowego, a w przypadku trudno ci z samodzielnym rozwi zaniem problemu do zwrócenia si po opinie do ekspertów	JO_K01	obserwacja zachowa

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

metody problemowe (dyskusja), metody praktyczne (praca z aktami prawnymi, rozwi zywanie kasusów, analiza wybranych przypadków zwi zanych z sytuacjami faktycznymi)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

wiedza:

ocena kolokwium (test zaliczeniowy (test wyboru)
ocena zada wykonywanych na wiczeniach)

umiej tno ci:

ocena kolokwium (test zaliczeniowy (test wyboru)
ocena zada wykonywanych na wiczeniach)
ocena wykonania zadania (ocena zada wykonywanych na wiczeniach)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Celem zaj jest zaznajomienie studentów z podstawowymi instytucjami prawnymi handlu internetowego. Zaj cia uwzgl dniaj aktualne tendencje rozwojowe w w/w zakresie. Dodatkowym celem zaj jest poznanie przez studentów podstawowych regulacji prawnych dotycz cych prowadzenia działalno ci handlowej w Internecie (handlu elektronicznego), w tym równie dotycz cych prawnych aspektów ochrony konsumentów. wiczenia polegaj na analizie przepisów prawa oraz orzecnictwa.

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

	Liczba godzin
--	---------------

Semestr: 2

Forma zaj : **wiczenia audytoryjne**

- | | |
|--|----|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Poj cie i zakres prawa handlu internetowego. 2. ródlą prawa sprzeda y internetowej. 3. Prowadzenie działalno ci gospodarczej w obszarze handlu internetowego. 4. Obowi zki warunkuj ce wykonywanie działalno ci gospodarczej w handlu internetowym. 5. Zawarcie umowy sprzeda y przez Internet. 6. Wykonanie umowy sprzeda y przez Internet oraz skutki jej niewykonania b d nienale ytego wykonania. 7. Ustanie stosunku wynikaj cego z umowy sprzeda y przez Internet i jego skutki. 8. Ograniczenia sprzeda y wybranych towarów przez Internet. 9. Procesowe aspekty sprzeda y przez Internet. 10. Prawne zasady ochrony konsumentów w handlu internetowym. | 15 |
|--|----|

Literatura

Podstawowa
Zelek, M., Sprzedaż przez Internet, Difin 2012
Uzupełniająca
Polański, P., Europejskie prawo handlu elektronicznego, Warszawa 2014

Dane jakościowe

Przygotowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarządzaniu i jakości	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	15	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w szczególnie określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze, zajęcia	10	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	13	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	17	0,7
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Polska etykieta j zykowa w (e-)biznesie				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235253	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	2	Semestr:		3	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3	P	15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			15		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna i rozumie poj cie j zykowej grzeczno ci (etykiety j zykowej) oraz jej funkcj w yciu zawodowym i kontaktach j zykowych, jak równie zasady zachowa obowi zuj cych w ró nych sytuacjach pragmatycznych, wymagaj cych przyj cia postaw pozytywnie warto ciowanych (etykieta - etyka) przez normy obyczajowe polskiej kultury i obyczajowo ci. Wiedza ta jest zorientowana na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania, praca pisemna
2	potrafi zastosowa wiadomie adekwatne w danej sytuacji formy i zwroty grzeczno ciowe (tak e zachowania niewerbalne), by zbudowa swoj wypowied zgodnie z normami grzeczno ci, zyska pozytywne nastawienie odbiorcy i osi gn po dany zamiar komunikacyjny w komunikacji (e-)biznesowej z pracodawcami,	JO_U01	wykonanie zadania, praca pisemna

2	kontrahentami, klientami i współpracownikami	JO_U01	wykonanie zadania, praca pisemna
3	jest gotów do uczestnictwa w relacjach zawodowych w (e-)biznesie zgodnie z regułami savoir-vivre'u, z tradycje i obyczajowo ci polskiego kr gu kulturowego oraz szanuje reguły savoir-vivre'u oraz tradycje i obyczajowo innych kr gów kulturowych	JO_K06	obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			
metody praktyczne (wiczenia praktyczne wykonywane indywidualnie, w grupach oraz na forum całej grupy), metody problemowe (konwersatorium na podstawie referowanych zagadnie i czytanych tekstów), metody podaj ce (obja nienie lub wyja nienie)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si			
wiedza:			
ocena pracy pisemnej (ocena z przygotowanej pracy zaliczeniowej (realizacja mikroprojektu - temat/obszar do wyboru przez studenta))			
ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na wiczeniach)			
umiej tno ci:			
ocena pracy pisemnej (ocena z przygotowanej pracy zaliczeniowej (realizacja mikroprojektu - temat/obszar do wyboru przez studenta))			
ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na wiczeniach)			
kompetencje społeczne:			
obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.			
Ł czna ocena wystawiana na podstawie ocen cz stkowych.			
Zasady ustalania ocen:			
1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.			
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.			
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.			
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.			
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.			
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.			
Tre ci programowe (opis skrócony)			
Celem zaj jest podnoszenie kompetencji j zykowych i komunikacyjnych studentów w zakresie j zykowej etykiety.			
Content of the study programme (short version)			
Tre ci programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 3			
Forma zaj : wiczenia praktyczne			
Etykieta (grzeczno) j zykowa - wst pne uwagi. Reguły komunikacji interpersonalnej w modelu J. Austina, J. Searle'a, H.P.Grice'a. Reguły grzeczno ci - podstawowe uj cia (H.P. Grice, G. Lakoff, G. Leech, J. Culpeper, M. Marcjanik, M. Peisert, K. O óg). Reguły polskiej etykiety j zykowej (K. O óg, M. Marcjanik, J. Antas). Doskonalenie kompetencji j zykowych i komunikacyjnych w relacjach z pracodawcami, kontrahentami, współpracownikami i klientami - zasady i strategie polskiego savoir-vivre'u w praktyce.			15
Literatura			
Podstawowa			
Jarczy ski, A., Etykieta w biznesie, Gliwice 2010			
Kami ska-Radomska, I., Etykieta biznesu, czyli mi dzynarodowy j zyk kurtuazji, Warszawa 2003			
Marcjanik, M., Grzeczno w komunikacji j zykowej, Warszawa 2007			
Marcjanik, M., Słownik j zykowego savior-vivre'u, Warszawa 2020			

Uzupełniaj ca

Castells, M., Galaktyka internetu. Refleksje nad internetem, biznesem i społeczeństwem, Poznań 2003

Dane jako ciowe

Przygotowanie zajęć /grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej		Język obcy	
Sposób określenia liczby punktów ECTS			
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)		Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach		15	
Konsultacje z prowadzącym		2	
Udział w egzaminie		0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniać tylko w szczególnie określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)		0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć		10	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu		10	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.		13	
Inne		0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta		50	
Liczba punktów ECTS			
Liczba punktów ECTS		2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS	
	17	0,7	
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS	
	26	1,0	

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Praktyka zawodowa				
Course / group of courses:	Professional Training				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235267	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	32	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	2, 3	Semestr:	4, 6		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	4	PR	480	Zaliczenie z ocen	16
3	6	PR	480	Zaliczenie z ocen	16
Razem			960		32
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 4 - j zyk polski, j zyk angielski, j zyk niemiecki (100%) , semestr: 6 - j zyk polski, j zyk angielski, j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytorjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
semestr IV: zaliczenie trzeciego semestru studiów semestr VI: zaliczenie pi tego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	rozumie podstawowe zasady bezpiecze stwa i higieny pracy w obr bie działalności (e-)biznesowej	JO_W09	samoocena, dokumentacja praktyki
2	potrafi wykorzysta wiedz z zakresu j zykoznawstwa stosowanego - wiedzy o specjalistycznej komunikacji j zykowej celem realizowania zada typowych i nietypowych w ramach komunikacji (e-)biznesowej w miejscu pracy	JO_U01	samoocena, dokumentacja praktyki
3	posiada umie jtno merytorycznego argumentowania z wykorzystaniem pogl dów innych autorów, formułowania wniosków oraz udziału w debacie w działaniach (e-)biznesowych	JO_U04	samoocena, dokumentacja praktyki

4	potrafi dobiera i stosowa metody, narz dzia i techniki informacyjno-komunikacyjne w dzialaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_U05	samoocena, dokumentacja praktyki
5	potrafi wykorzystywa posiadana wiedza z zakresu nauk o zarz dzaniu i jako cel formułowania i rozwi zywania zło onych, typowych i nietypowych zada oraz problemów zwi zanych z dzialalno ci (e-)biznesow	JO_U09	samoocena, dokumentacja praktyki
6	potrafi organizowa dzialania komunikacyjne w (e-)biznesie, a tak e pracowa w grupie przyjmuj c w niej ró ne role	JO_U17	samoocena, dokumentacja praktyki
7	samodzielnie planuje i realizuje rozwój własnych umiej tno ci profesjonalnych zwi zanych z dzialalno ci (e-)biznesow	JO_U18	samoocena, dokumentacja praktyki
8	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych tre ci oraz do zasi gania opinii specjalisty/opiekuna praktyki w przypadku trudno ci z realizacj zadania	JO_K01	samoocena, dokumentacja praktyki
9	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w rodowisku (e-)biznesowym	JO_K04	samoocena, dokumentacja praktyki
10	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej i wła ciwego post powania w rodowisku pracy	JO_K05	samoocena, dokumentacja praktyki
11	jest wiadomy ró nic i podobie stw kulturowych i ich roli w dzialalno ci (e-)biznesowej, odnosi si z szacunkiem do innych kultur	JO_K06	samoocena, dokumentacja praktyki

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

samodzielna praca studentów (samokształcenie) (samodzielna praca studentów odbywaj cych praktyk zawodow)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

wiedza:

ocena dokumentacji praktyki (ocena realizacji zada i rozwi zywania problemów w ramach praktyk zawodowych (kontrola praktyk, dziennika praktyk, analiza ankiety po praktykach, karta oceny praktyki, ocena sprawozdania, ocena z hospitacji))
samoocena (ocena własnych umiej tno ci lub kompetencji dokonana przez studenta)

umiej tno ci:

ocena dokumentacji praktyki (ocena realizacji zada i rozwi zywania problemów w ramach praktyk zawodowych (kontrola praktyk, dziennika praktyk, analiza ankiety po praktykach, karta oceny praktyki, ocena sprawozdania, ocena z hospitacji))
samoocena (ocena własnych umiej tno ci lub kompetencji dokonana przez studenta)

kompetencje społeczne:

ocena dokumentacji praktyki (ocena realizacji zada i rozwi zywania problemów w ramach praktyk zawodowych (kontrola praktyk, dziennika praktyk, analiza ankiety po praktykach, karta oceny praktyki, ocena sprawozdania, ocena z hospitacji))
samoocena (ocena własnych umiej tno ci lub kompetencji dokonana przez studenta)

Warunki zaliczenia

Ocenie podlega merytoryczna poprawno (wiedza oraz umiej tno ci) wykonania zadania przez studenta w miejscu odbywania praktyki, stosunku do obowi zków oraz wykazanie si osi gni ciem zakładanych efektów uczenia si z zakresu kompetencji społecznych. Oceny dokonuje opiekun praktyki z ramienia Uczelni na podstawie pohospitacyjnej rozmowy z opiekunem praktyki w zakładzie pracy, dokumentacji praktyki oraz rozmowy ze studentem.

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Celem praktyki jest poznanie zakładu pracy wraz z jego specyfik oraz zdobycie do wiadczenia w samodzielnym i zespołowym wykonywaniu obowi zków zawodowych.

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

	Liczba godzin
Semestr: 4	
Forma zaj : praktyka zawodowa	
<p>1. Poznanie zakładu pracy (przedsiębiorstwa, firmy): zaznajomienie się z różnymi stanowiskami pracy i przynależnymi do nich obowiązkami. Obserwacja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - codziennego rytmu i stylu pracy przedsiębiorstwa, - aktywności poszczególnych pracowników, z którymi student ma/mo bezpośredni kontakt, - interakcji przełożony - podwładny, - procesów komunikowania interpersonalnego w przedsiębiorstwie, ich prawidłowości i zakłóceń, - czynności podejmowanych przez opiekuna praktyk, - dynamiki grupy, ról pełnionych przez różnych pracowników w poszczególnych działach/ grupach pracowniczych, - działań podejmowanych przez opiekuna praktyk na rzecz zapewnienia studentowi wejścia w funkcjonowanie firmy. <p>2. Zapoznanie się z przepisami BHP.</p> <p>3. Zdobywanie doświadczeń w samodzielnym i zespołowym wykonywaniu obowiązków zawodowych. Wykonywanie typowych i nietypowych zadań. Radzenie sobie w trudnych sytuacjach zawodowych.</p> <p>4. Kształtowanie umiejętności dobrej organizacji pracy.</p> <p>5. Nabycie umiejętności planowania własnych działań oraz analizowania efektów własnej pracy.</p> <p>10 godz. student poświęca na uzupełnienie dokumentacji, 5 godz. na konsultacje z opiekunem z ramienia uczelni.</p>	480
Semestr: 6	
Forma zaj : praktyka zawodowa	
<p>1. Poznanie zakładu pracy (przedsiębiorstwa, firmy): zaznajomienie się z różnymi stanowiskami pracy i przynależnymi do nich obowiązkami. Obserwacja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - codziennego rytmu i stylu pracy przedsiębiorstwa, - aktywności poszczególnych pracowników, z którymi student ma/mo bezpośredni kontakt, - interakcji przełożony - podwładny, - procesów komunikowania interpersonalnego w przedsiębiorstwie, ich prawidłowości i zakłóceń, - czynności podejmowanych przez opiekuna praktyk, - dynamiki grupy, ról pełnionych przez różnych pracowników w poszczególnych działach/ grupach pracowniczych, - działań podejmowanych przez opiekuna praktyk na rzecz zapewnienia studentowi wejścia w funkcjonowanie firmy. <p>2. Zapoznanie się z przepisami BHP.</p> <p>3. Zdobywanie doświadczeń w samodzielnym i zespołowym wykonywaniu obowiązków zawodowych. Wykonywanie typowych i nietypowych zadań. Radzenie sobie w trudnych sytuacjach zawodowych.</p> <p>4. Kształtowanie umiejętności dobrej organizacji pracy.</p> <p>5. Nabycie umiejętności planowania własnych działań oraz analizowania efektów własnej pracy.</p> <p>10 godz. student poświęca na uzupełnienie dokumentacji, 5 godz. na konsultacje z opiekunem z ramienia uczelni.</p>	480
Literatura	
Podstawowa	
- zgodnie z wymaganiami i potrzebami danej instytucji	

Dane jako ciowe

Przyporz dkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej		j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS			
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)		Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach		960	
Konsultacje z prowadz cym		0	
Udział w egzaminie		0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)		0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj		0	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu		0	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.		0	
Inne		0	
Sumaryczne obci enie prac studenta		960	
Liczba punktów ECTS			
Liczba punktów ECTS		32	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego		L. godzin	ECTS
		960	32,0
Zaj cia o charakterze praktycznym		L. godzin	ECTS
		960	32,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Psycholingwistyczne podstawy akwizycji j zyków i komunikacji j zykowej				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235223	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	1	Semestr:		1	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1		15	Zaliczenie z ocen	2
		W	15	Egzamin	2
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada w zaawansowanym stopniu wiedz na temat wybranych faktów i zjawisk z zakresu psycholingwistycznych uwarunkowa akwizycji j zyków i komunikacji j zykowej, zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie w multilingwalnym i multikulturowym kontek cie zawodowym	JO_W01	egzamin
2	rozumie zaawansowan terminologi z zakresu psycholingwistycznych uwarunkowa akwizycji j zyków i komunikacji j zykowej, znajduj c zastosowanie w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie, w multilingwalnych i multikulturowych kontekstach zawodowych	JO_W02	egzamin

3	umie wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu psycholingwistycznych uwarunkowań akwizycji języków i komunikacji językowej w celu formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych i nietypowych dla działalności (e-)biznesowej w multilingwalnym i multikulturowym kontekście zawodowym, takich jak rozpoznawanie i identyfikowanie potrzeb dotyczących jakości i skuteczności działań komunikacyjnych oraz poświadczanie w komunikacji multilingwalnej i multikulturowej	JO_U01	dyskusja, wykonanie zadania
4	potrafi, w oparciu o różnicę rodzłą, tworzyć wypowiedzi ustne w języku polskim, dotyczących zagadnień szczegółowych z zakresu psycholingwistycznych uwarunkowań akwizycji języków i komunikacji językowej z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii	JO_U12	dyskusja, wykonanie zadania
5	potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie, a szczególnie rozwój własnej roli życiowej i roli kulturalnej kompetencji komunikacyjnej	JO_U18	dyskusja, wykonanie zadania
6	jest świadomy różnic i podobieństw między kulturami i szanuje wartości innych kultur	JO_K06	dyskusja, wykonanie zadania

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody eksponujące (prezentacje PP, materiał audiowizualny), metody podające (wykład informacyjny), metody problemowe (wykład konwersatoryjny, metody aktywizujące, dyskusja dydaktyczna, analiza przypadku, burza mózgów, mini-symulacje)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

egzamin (egzamin pisemny w formie zadań otwartych, krótkich ustrukturyzowanych pytań i testu wielokrotnego wyboru)

umieć to:

ocena dyskusji (udział w dyskusjach dotyczących praktycznych zastosowań omawianych treści)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej, dotyczących ustnej prezentacji szczegółowych zagadnień teoretycznych z zakresu psycholingwistycznych uwarunkowań akwizycji języków i komunikacji językowej)

kompetencje społeczne:

ocena dyskusji (udział w dyskusjach dotyczących praktycznych zastosowań omawianych treści)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej, dotyczących ustnej prezentacji szczegółowych zagadnień teoretycznych z zakresu psycholingwistycznych uwarunkowań akwizycji języków i komunikacji językowej)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest uzyskanie zaliczenia z ocen zaliczeniowych (wykonanie zadań etapowych) oraz obecność na wykładach (13 z 15).

Ocena z pisemnego testu egzaminacyjnego.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Zajęcia mają na celu zapoznanie studentów ze stanem badań nad psycholingwistycznymi uwarunkowaniami procesów przyswajania języka ojczystego oraz przyswajania i uczenia się języków drugich i kolejnych, by w efekcie nabyli oni umiejętności wiadomego monitorowania rozwoju własnej kompetencji rolnej. Celem zajęć jest również zapoznanie studentów z wiedzą o psycholingwistycznych podstawach (celach i zasadach) komunikacji językowej, zarówno w odniesieniu do rutynowych sytuacji komunikacyjnych dnia codziennego, jak również w odniesieniu do komunikacji specjalistycznej w działalności biznesowej.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

	Liczba godzin
Semestr: 1	
Forma zajęć : wykład	
Zajęcia obejmują następujące treści: Moduł I:	15

<p>1. Teorie przyswajania j zyka ojczystego – stan bada</p> <p>2. Teorie przyswajania i uczenia si j zyka drugiego i kolejnych – stan bada</p> <p>3. Rodzaje dwu- i wieloj zyczno ci. Korzy ci i koszta dwu- i wieloj zyczno ci.</p> <p>4. Specyfika bada psychologicznych nad dwuj zyczno ci</p> <p>5. Wła ciwo ci dwuj zycznego umysłu</p> <p>6. Holistyczna koncepcja nabywania wiedzy wieloj zycznej</p> <p>7. Wpływy mi dzyj zykowe w nabywaniu j zyków drugich i kolejnych na ró nych płaszczyznach wiedzy j zykowej oraz na płaszczy nie pragmatycznej i poj ciowej</p> <p>Moduł II:</p> <p>1. Powstanie i ewolucja j zyka i komunikacji j zykowej</p> <p>2. J zyk i komunikacja z perspektywy psychologii poznawczej i psycholingwistyki</p> <p>3. Kompetencja j zykowa i kompetencja komunikacyjna oraz ich biologiczne i społeczne uwarunkowania</p> <p>4. Kompetencja komunikacyjna a kompetencja pragmatyczna (illokucyjna, dyskursywna i socjolingwistyczna)</p> <p>5. Teorie bada nad efektywn komunikacj , dyskursem, tekstem i narracj</p> <p>6. Po co rozmawiamy, czyli do czego słu y komunikacja werbalna - relewancyjny opis komunikacji i zrozumienia</p> <p>7. Zwi zki j zyka i komunikacji j zykowej z poznaniem i kultur</p>	15
<p>Forma zaj : wiczenia audytoryjne</p>	
<p>Zaj cia obejmuj nast puj ce tre ci:</p> <p>Moduł I:</p> <p>1. Teorie przyswajania j zyka ojczystego – stan bada</p> <p>2. Teorie przyswajania i uczenia si j zyka drugiego i kolejnych – stan bada</p> <p>3. Rodzaje dwu- i wieloj zyczno ci. Korzy ci i koszta dwu- i wieloj zyczno ci.</p> <p>4. Specyfika bada psychologicznych nad dwuj zyczno ci</p> <p>5. Wła ciwo ci dwuj zycznego umysłu</p> <p>6. Holistyczna koncepcja nabywania wiedzy wieloj zycznej</p> <p>7. Wpływy mi dzyj zykowe w nabywaniu j zyków drugich i kolejnych na ró nych płaszczyznach wiedzy j zykowej oraz na płaszczy nie pragmatycznej i poj ciowej</p> <p>Moduł II:</p> <p>1. Powstanie i ewolucja j zyka i komunikacji j zykowej</p> <p>2. J zyk i komunikacja z perspektywy psychologii poznawczej i psycholingwistyki</p> <p>3. Kompetencja j zykowa i kompetencja komunikacyjna oraz ich biologiczne i społeczne uwarunkowania</p> <p>4. Kompetencja komunikacyjna a kompetencja pragmatyczna (illokucyjna, dyskursywna i socjolingwistyczna)</p> <p>5. Teorie bada nad efektywn komunikacj , dyskursem, tekstem i narracj</p> <p>6. Po co rozmawiamy, czyli do czego słu y komunikacja werbalna - relewancyjny opis komunikacji i zrozumienia</p> <p>7. Zwi zki j zyka i komunikacji j zykowej z poznaniem i kultur</p>	15
<p>Literatura</p>	
<p>Podstawowa</p>	
<p>Kurcz, I., Dwuj zyczno a j zyk globalny, w: Pawlak, M. (red.): Problemy współczesnej dydaktyki, Warszawa 2009</p>	
<p>Kurcz, I., Okuniewska, H. (red.) , J zyk jako przedmiot bada psychologicznych. Psycholingwistyka ogólna i neurolingwistyka, SWPS Academica, Warszawa 2011</p>	
<p>Piskorska, A., Po co rozmawiamy? O funkcjach komunikacji w uj ciu teorii relewancji, Tertium, Kraków 2016</p>	
<p>Wodniecka, Z., Mieszkowska, K., Durlik, J., Haman, E. , Kiedy 1 + 1 ? 2, czyli jak dwuj zyczni przyswajaj i przetwarzaj j zyk(i), Harmonia Universalis, Gda sk 2018 - w: W.E. Czaplewska (red.), Logopedia mi dzykulturowa (str. 92-131)</p>	
<p>Uzupełniaj ca</p>	
<p>Dunbar, R., Pchły plotki a ewolucja j zyka. Dlaczego człowiek zacz ł mówi ?, Copernicus Center Press, Kraków 2017</p>	

Everett, D., J zyk. Narz dzie kultury, Copernicus Center Press, Kraków 2018

Lakoff, G., Johnson, M., Metafory w naszym yciu, Aletheia, Warszawa 2010

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej		j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS			
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)		Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach		30	
Konsultacje z prowadz cym		2	
Udział w egzaminie		2	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)		0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj		20	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu		20	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.		26	
Inne		0	
Sumaryczne obci enie prac studenta		100	
Liczba punktów ECTS			
Liczba punktów ECTS		4	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego		L. godzin	ECTS
		34	1,4
Zaj cia o charakterze praktycznym		L. godzin	ECTS
		52	2,1

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Seminarium dyplomowe: komunikacja specjalistyczna w angielskim j zyku biznesu				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235276	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	12	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	3	Semestr:		5, 6	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	5	S	15	Zaliczenie z ocen	5
	6	S	30	Zaliczenie z ocen	7
Razem			45		12
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 5 - j zyk polski, j zyk angielski (100%) , semestr: 6 - j zyk polski, j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie czwartego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada w zaawansowanym stopniu wiedzy dotycz c wybranych faktów i zjawisk z zakresu j zykoznawstwa wła ciw dla obszaru problematyki podejmowanej w pracy dyplomowej, zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowied ustna
2	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zakresu j zykoznawstwa wła ciw dla obszaru problematyki podejmowanej w pracy dyplomowej, znajduj c zastosowanie w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W02	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowied ustna

3	posiada w zaawansowanym stopniu wiedzę dotycząc wybranych faktów i zjawisk z zakresu kultury własnej oraz kultury krajów angielskiego obszaru językowego w celu dla obszaru problematyki podejmowanej w pracy dyplomowej, zorientowany na działania komunikacyjne w (e-)biznesie	JO_W03	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
4	rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego związanych z wykorzystaniem środków w trakcie redakcji pracy dyplomowej	JO_W07	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
5	właściwie dobiera źródła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje w trakcie przygotowania pracy dyplomowej stosując metody i narzędzia właściwe dla danej dyscypliny	JO_U02	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
6	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu językoznawstwa celem właściwego sformułowania tematu pracy dyplomowej oraz dokonania merytorycznie poprawnej analizy i interpretacji problematyki będącej przedmiotem pracy dyplomowej w zakresie komunikacji specjalistycznej w angielskim języku biznesu	JO_U03	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
7	posiada umiejętność merytorycznego argumentowania z wykorzystaniem poglądów innych autorów, formułowania wniosków oraz udziału w debacie	JO_U04	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
8	potrafi zredagować w języku angielskim pracę dyplomową dotyczącą zagadnień szczegółowych z zakresu językoznawstwa z użyciem specjalistycznej terminologii	JO_U11	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
9	potrafi przygotować prezentację w języku angielskim dotyczącą zagadnień szczegółowych z zakresu językoznawstwa z użyciem specjalistycznej terminologii	JO_U12	dyskusja, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
10	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgnięcia opinii promotora oraz ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	JO_K01	dyskusja, wykonanie zadania, wypowiedź ustna

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podaje (promotor wyjaśnia aspekty pisania pracy dyplomowej), konsultacje indywidualne (student zasięga konsultacji i porad u promotora pracy), metody praktyczne (wiczenia praktyczne wykonywane indywidualnie, w grupach oraz na forum całej grupy), metody problemowe (konwersatorium na podstawie referowanych zagadnień i czytanych tekstów), metody problemowe (analiza tekstów, dyskusja, prezentacja multimedialna)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji dotyczącej treści z analizowanych artykułów naukowych oraz prezentacji)

ocena pracy dyplomowej (ocena zaakceptowanej przez promotora pracy dyplomowej w semestrze VI)

ocena wykonania zadania (ocena systematycznej pracy studenta na podstawie przedstawionych etapowo fragmentów pracy dyplomowej)

ocena wypowiedzi ustnej (ocena z przedstawienia w formie prezentacji zagadnień dotyczących problematyki będącej przedmiotem pracy dyplomowej oraz ocena z przedstawienia w formie prezentacji treści kolejnych jej rozdziałów)

umiejętności:

ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji dotyczącej treści z analizowanych artykułów naukowych oraz prezentacji)

ocena pracy dyplomowej (ocena zaakceptowanej przez promotora pracy dyplomowej w semestrze VI)

ocena wykonania zadania (ocena systematycznej pracy studenta na podstawie przedstawionych etapowo fragmentów pracy dyplomowej)

ocena wypowiedzi ustnej (ocena z przedstawienia w formie prezentacji zagadnień dotyczących problematyki będącej przedmiotem pracy dyplomowej oraz ocena z przedstawienia w formie prezentacji treści kolejnych jej rozdziałów)

kompetencje społeczne:

ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji dotyczącej treści z analizowanych artykułów naukowych oraz prezentacji)

ocena wykonania zadania (ocena systematycznej pracy studenta na podstawie przedstawionych etapowo fragmentów pracy dyplomowej)

ocena wypowiedzi ustnej (ocena z przedstawienia w formie prezentacji zagadnień dotyczących problematyki będącej przedmiotem pracy dyplomowej oraz ocena z przedstawienia w formie prezentacji treści kolejnych jej rozdziałów)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)	
<p>Seminarium poświęcone jest problematyce różnych aspektów komunikacji specjalistycznej prowadzonej w angielskim języku biznesu będących przedmiotem analizy i interpretacji w przygotowywanych przez studentów pracach dyplomowych. Seminarium przygotowuje studenta do napisania pracy dyplomowej oraz złożenia egzaminu dyplomowego (obrony). W V semestrze student zapoznaje się z praktycznymi aspektami przygotowania pracy dyplomowej (m.in. struktura pracy, sposób cytowania, sporządzanie spisu treści i streszczenia pracy). W semestrze VI działania studenta koncentrują się na przygotowaniu pracy.</p>	
Content of the study programme (short version)	
Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 5	
Forma zajęć : seminarium dyplomowe	
<p>Dokumenty regulujące pisanie pracy dyplomowej w ANS w Tarnowie.</p> <p>Podstawy tworzenia i wykorzystywania warsztatu badawczego, zasady korzystania ze źródeł i redagowania pracy dyplomowej, zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej.</p> <p>Zagadnienia metodologiczne.</p> <p>Techniki zbierania materiałów, ich gromadzenia i opatrywania informacjami bibliograficznymi.</p> <p>Dyskusja na temat artykułów, które mają zainspirować studentów do przeprowadzenia własnej analizy i interpretacji wybranego zagadnienia z zakresu komunikacji specjalistycznej w biznesie w języku angielskim. (Komunikacja ta obejmuje wychodząc poza wiedzę ściśle językową wiedzę pragmatyczną, dyskursywną i socjolingwistyczną dotyczącą wzorców zachowań komunikacyjnych oraz wiedzy pozajęzykowej dotyczącej zagadnień z zakresu (e-)biznesu).</p> <p>Analiza możliwych tematów pracy i wybór tematu pracy.</p> <p>Przygotowanie planu pracy dyplomowej.</p>	15
Semestr: 6	
Forma zajęć : seminarium dyplomowe	
<p>Przedstawienie w formie prezentacji zagadnień dotyczących problematyki będącej przedmiotem pracy dyplomowej oraz treści kolejnych jej rozdziałów oraz dyskusja dotycząca przedstawionych treści.</p> <p>Redagowanie poszczególnych części pracy i dyskusja w grupie nad pojawiającymi się problemami merytorycznymi i redakcyjnymi.</p> <p>Przygotowanie egzaminu dyplomowego.</p>	30
Literatura	
Podstawowa	
Polański, K. (red.), Encyklopedia językoznawstwa ogólnego, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 2003	
Wojciechowska, R., Przewodnik metodyczny pisania pracy dyplomowej, Difin, Warszawa 2010	
- różnorodne wyjątkowe sposoby zapisu bibliograficznego	
- Artykuły naukowe z zakresu językoznawstwa, których przedmiotem są zagadnienia z zakresu komunikacji specjalistycznej w biznesie w języku angielskim wybrane przez prowadzącego zajęcia w zależności od zainteresowań studentów.	
Uzupełniająca	
Gołdź-Roszkowski, S., Mazurkiewicz-Sułkowska, J., Wstęp do lingwistyki w biznesie, Wydawnictwa Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2022	
Grzegorzczak, R., Wstęp do językoznawstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012	
Łuczyski, E., Makiewicz, J., Językoznawstwo ogólne. Wybrane zagadnienia, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2005	
Dane jakościowe	
Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	językoznawstwo
Sposób określenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]

Udział w zajęciach	45	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	96	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	147	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	300	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	12	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	47	1,9
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	151	6,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Seminarium dyplomowe: komunikacja specjalistyczna w niemieckim j zyku biznesu				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235275	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	12	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	3	Semestr:		5, 6	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	5	S	15	Zaliczenie z ocen	5
	6	S	30	Zaliczenie z ocen	7
Razem			45		12
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 5 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%) , semestr: 6 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytorijne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie czwartego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada w zaawansowanym stopniu wiedzy dotycz c wybranych faktów i zjawisk z zakresu j zykoznawstwa wła ciw dla obszaru problematyki podejmowanej w pracy dyplomowej, zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowied ustna
2	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zakresu j zykoznawstwa wła ciw dla obszaru problematyki podejmowanej w pracy dyplomowej, znajduj c zastosowanie w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W02	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowied ustna

3	posiada w zaawansowanym stopniu wiedzę dotyczącą wybranych faktów i zjawisk z zakresu kultury własnej oraz kultury krajów niemieckiego obszaru językowego w celu dla obszaru problematyki podejmowanej w pracy dyplomowej, zorientowany na działania komunikacyjne w (e-)biznesie	JO_W03	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
4	rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego związanych z wykorzystaniem środków w trakcie redakcji pracy dyplomowej	JO_W07	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
5	właściwie dobiera źródła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje w trakcie przygotowania pracy dyplomowej stosując metody i narzędzia właściwe dla danej dyscypliny	JO_U02	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
6	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu językoznawstwa celem właściwego sformułowania tematu pracy dyplomowej oraz dokonania merytorycznie poprawnej analizy i interpretacji problematyki będącej przedmiotem pracy dyplomowej w zakresie komunikacji specjalistycznej w niemieckim języku biznesu	JO_U03	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
7	posiada umiejętność merytorycznego argumentowania z wykorzystaniem poglądów innych autorów, formułowania wniosków oraz udziału w debacie	JO_U04	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
8	potrafi zredagować w języku niemieckim pracę dyplomową dotyczącą zagadnień szczegółowych z zakresu językoznawstwa z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii	JO_U11	dyskusja, praca dyplomowa, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
9	potrafi przygotować prezentację w języku niemieckim dotyczącą zagadnień szczegółowych z zakresu językoznawstwa z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii	JO_U12	dyskusja, wykonanie zadania, wypowiedź ustna
10	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgnięcia opinii promotora oraz ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	JO_K01	dyskusja, wykonanie zadania, wypowiedź ustna

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podaje (promotor wyjaśnia aspekty pisania pracy dyplomowej), konsultacje indywidualne (student zasięga konsultacji i porad u promotora pracy), metody praktyczne (wiczenia praktyczne wykonywane indywidualnie, w grupach oraz na forum całej grupy), metody problemowe (konwersatorium na podstawie referowanych zagadnień i czytanych tekstów), metody problemowe (analiza tekstów, dyskusja, prezentacja multimedialna)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji dotyczącej treści z analizowanych artykułów naukowych oraz prezentacji)

ocena pracy dyplomowej (ocena zaakceptowanej przez promotora pracy dyplomowej w semestrze VI)

ocena wykonania zadania (ocena systematycznej pracy studenta na podstawie przedstawionych etapowo fragmentów pracy dyplomowej)

ocena wypowiedzi ustnej (ocena z przedstawienia w formie prezentacji zagadnień dotyczących problematyki będącej przedmiotem pracy dyplomowej oraz ocena z przedstawienia w formie prezentacji treści kolejnych jej rozdziałów)

umiejętności:

ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji dotyczącej treści z analizowanych artykułów naukowych oraz prezentacji)

ocena pracy dyplomowej (ocena zaakceptowanej przez promotora pracy dyplomowej w semestrze VI)

ocena wykonania zadania (ocena systematycznej pracy studenta na podstawie przedstawionych etapowo fragmentów pracy dyplomowej)

ocena wypowiedzi ustnej (ocena z przedstawienia w formie prezentacji zagadnień dotyczących problematyki będącej przedmiotem pracy dyplomowej oraz ocena z przedstawienia w formie prezentacji treści kolejnych jej rozdziałów)

kompetencje społeczne:

ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji dotyczącej treści z analizowanych artykułów naukowych oraz prezentacji)

ocena wykonania zadania (ocena systematycznej pracy studenta na podstawie przedstawionych etapowo fragmentów pracy dyplomowej)

ocena wypowiedzi ustnej (ocena z przedstawienia w formie prezentacji zagadnień dotyczących problematyki będącej przedmiotem pracy dyplomowej oraz ocena z przedstawienia w formie prezentacji treści kolejnych jej rozdziałów)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)	
<p>Seminarium poświęcone jest problematyce różnych aspektów komunikacji specjalistycznej prowadzonej w niemieckim języku biznesu będących przedmiotem analizy i interpretacji w przygotowywanych przez studentów pracach dyplomowych. Seminarium przygotowuje studenta do napisania pracy dyplomowej oraz złożenia egzaminu dyplomowego (obrony). W V semestrze student zapoznaje się z praktycznymi aspektami przygotowania pracy dyplomowej (m.in. struktura pracy, sposób cytowania, sporządzanie spisu treści i streszczenia pracy). W semestrze VI działania studenta koncentrują się na przygotowaniu pracy.</p>	
Content of the study programme (short version)	
Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 5	
Forma zajęć : seminarium dyplomowe	
<p>Dokumenty regulujące pisanie pracy dyplomowej w ANS w Tarnowie.</p> <p>Podstawy tworzenia i wykorzystywania warsztatu badawczego, zasady korzystania ze źródeł i redagowania pracy dyplomowej, zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej.</p> <p>Zagadnienia metodologiczne.</p> <p>Techniki zbierania materiałów, ich gromadzenia i opatrywania informacjami bibliograficznymi.</p> <p>Dyskusja na temat artykułów, które mają zainspirować studentów do przeprowadzenia własnej analizy i interpretacji wybranego zagadnienia z zakresu komunikacji specjalistycznej w biznesie w języku niemieckim. (Komunikacja ta obejmuje wychodząc poza wiedzę ściśle językową wiedzę pragmatyczną, dyskursywną i socjolingwistyczną dotyczącą wzorców zachowań komunikacyjnych oraz wiedzy pozajęzykowej dotyczącej zagadnień z zakresu (e-)biznesu).</p> <p>Analiza możliwych tematów pracy i wybór tematu pracy.</p> <p>Przygotowanie planu pracy dyplomowej.</p>	15
Semestr: 6	
Forma zajęć : seminarium dyplomowe	
<p>Przedstawienie w formie prezentacji zagadnień dotyczących problematyki będącej przedmiotem pracy dyplomowej oraz treści kolejnych jej rozdziałów oraz dyskusja dotycząca przedstawionych treści.</p> <p>Redagowanie poszczególnych części pracy i dyskusja w grupie nad pojawiającymi się problemami merytorycznymi i redakcyjnymi.</p> <p>Przygotowanie egzaminu dyplomowego.</p>	30
Literatura	
Podstawowa	
Polański, K. (red.), Encyklopedia językoznawstwa ogólnego, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 2003	
Wojciechowska, R., Przewodnik metodyczny pisanie pracy dyplomowej, Difin, Warszawa 2010	
- źródła wyjaśniające sposoby zapisu bibliograficznego	
- Artykuły naukowe z zakresu językoznawstwa, których przedmiotem są zagadnienia z zakresu komunikacji specjalistycznej w biznesie w języku niemieckim wybrane przez prowadzącego zajęcia w zależności od zainteresowań studentów.	
Uzupełniająca	
Gołdź-Roszkowski, S., Mazurkiewicz-Sułkowska, J., Wstęp do lingwistyki w biznesie, Wydawnictwa Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2022	
Grzegorzczak, R., Wstęp do językoznawstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012	
Łuczyski, E., Makiewicz, J., Językoznawstwo ogólne. Wybrane zagadnienia, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2005	
Dane jakościowe	
Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	językoznawstwo
Sposób określenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]

Udział w zajęciach	45	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	96	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	147	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	300	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	12	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	47	1,9
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	151	6,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Społeczna odpowiedzialno biznesu				
Course / group of courses:	Corporate Social Responsibility				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235266	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	1	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	2	Semestr:		4	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	4	P	15	Egzamin	1
Razem			15		1
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 4 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie trzeciego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz o zagadnieniach prowadzenia odpowiedzialnego biznesu w warunkach gospodarki rynkowej oraz o modelach społecznej odpowiedzialno ci zorientowan na zastosowania praktyczne w działalno ci (e-)biznesowej	JO_W04	kolokwium
2	potrafi wykorzystywa posiadan wiedz z zakresu społecznej odpowiedzialno ci biznesu (SOB) celem formułowania i rozwi zywania złożonych, typowych i nietypowych zada oraz problemów zwi zanych z działalno ci (e-)biznesow w sferze SOB	JO_U09	kolokwium, wykonanie zadania
3	potrafi planowa i organizowa działania komunikacyjne w ramach prowadzenia odpowiedzialnego biznesu, a tak e współdziała w grupie przyjmuj c w niej ró ne role	JO_U17	kolokwium, wykonanie zadania

4	jest gotów do przestrzegania zasad etyki biznesowej oraz wymagania tego od innych, a tak e ponoszenia odpowiedzialno ci za własne działania	JO_K05	wykonanie zadania, obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			
metody praktyczne (analizowanie przypadków), metody problemowe (dyskusja)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si			
wiedza: ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))			
umiej tno ci: ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi)) ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania (studiów przypadku, projektowanie działa społecznie odpowiedzialnych w organizacji i przestrzeni ycia lokalnego))			
kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych) ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania (studiów przypadku, projektowanie działa społecznie odpowiedzialnych w organizacji i przestrzeni ycia lokalnego))			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest wykonanie zada etapowych. Ocena z egzaminu. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.			
Tre ci programowe (opis skrócony)			
Tre ci programowe przedmiotu (SOB) pozwalaj studentowi poszerzy wiedz o zagadnieniach prowadzenia odpowiedzialnego biznesu w warunkach gospodarki rynkowej; modele społecznej odpowiedzialno ci i determinanty kształtują ce społeczne postawy przedsi biorcy i jego interesariuszy; Dzi ki tej wiedzy student potrafi odpowiedzialnie zarz dza firm , a tak e przyjmowa odpowiedzialne postawy i decyzje wobec interesariuszy i rodowiska naturalnego			
Content of the study programme (short version)			
Tre ci programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 4			
Forma zaj : wiczenia praktyczne			
1.Wprowadzenie do problematyki społecznej odpowiedzialno ci biznesu – historia i współczesno . 2.Budowa scenariuszy odpowiedzialnego zarz dzania przedsi biorstwem na przykładzie wybranych działalno ci gospodarczych. 3.Analiza otoczenia formułowanie misji, celów i strategii działania. 4.Opracowanie planu wdra nia odpowiedzialnej strategii działania. 5.Opracowanie wska ników oceny działa odpowiedzialnych przedsi biorstwa. 6.Opracowanie kodeksu działa odpowiedzialno ci przedsi biorstwa.			15
Literatura			
Podstawowa			
Lulewicz-Sas, A., Ewaluacja społecznie odpowiedzialnej działalno ci przedsi biorstw, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2016			
Płoszajski, P., Społeczna odpowiedzialno biznesu w nowej gospodarce, SGH w Warszawie, Warszawa 2012			
Rojek-Nowosielska M., Społeczna odpowiedzialno przedsi biorstw, Model, diagnoza, ocena, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2017			

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej		nauki o zarz dzaniu i jako ci	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS			
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)		Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach		15	
Konsultacje z prowadz cym		1	
Udział w egzaminie		2	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)		0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj		2	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu		5	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.		0	
Inne		0	
Sumaryczne obci enie prac studenta		25	
Liczba punktów ECTS			
Liczba punktów ECTS		1	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego		L. godzin	ECTS
		18	0,7
Zaj cia o charakterze praktycznym		L. godzin	ECTS
		15	0,6

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Strategie marketingu cyfrowego				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235228	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	1	Semestr:		1	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	LI	18	Zaliczenie z ocen	2
Razem			18		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zakresu projektowania strategii działa marketingowych w rodowisku internetowym	JO_W06	kolokwium
2	potrafi wła ciwie dobrać ró dła, analizowa , ocenia , selekcjonowa i wykorzystywa informacje w celu wykorzystania ich do projektowania strategii marketingu cyfrowego	JO_U02	kolokwium
3	potrafi dobrać i stosowa metody i narz dzia do realizacji celów biznesowych firmy	JO_U05	kolokwium
4	potrafi wykorzysta marketing cyfrowy w procesie rozwoju biznesu oraz rozwoju otoczenia społeczno-gospodarczego	JO_U08	kolokwium

5	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane informacje z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa autorskiego	JO_U10	wykonanie zadania
6	potrafi planować i organizować działania komunikacyjne dotyczące opracowywania strategii marketingu cyfrowego w działalności biznesowej, a także współdziała w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania
7	potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	JO_U18	wykonanie zadania
8	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasiłgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	JO_K01	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

e-learning - metody i techniki kształcenia na odległość, metody podajace

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej)

umiejętności:

ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań e-marketingowych w działalności (e-)biznesowej.)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Zaliczenie z oceną na podstawie ocen cząstkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Podczas zajęci studenci zostaną wprowadzeni w podstawowe zagadnienia związane z planowaniem i realizacją strategii marketingu cyfrowego (działa e-marketingowych). Nacisk zostanie położony na analizę zastanej sytuacji przedsiębiorstwa w płaszczyźnie niecyfrowej, określenia efektywności prowadzonych działań e-marketingowych, porównaniu sytuacji z bliższą i dalszą konkurencją oraz ramach związanych z tworzeniem nowej strategii dla obecności cyfrowej przedsiębiorstwa.

Niniejsze zajęcia wraz z Podstawami marketingu cyfrowego są wprowadzeniem do wszystkich pozostałych zajęć dotyczących płaszczyzny cyfrowej. Zajęcia odbywają się z wykorzystaniem technik kształcenia na odległość.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

	Liczba godzin
Semestr: 1	
Forma zajęć: laboratorium informatyczne	
Zajęcia mają formę warsztatów i prowadzone są głównie w formie zdalnej oraz częściowo w formie stacjonarnej. Na zajęciach realizowane są następujące zagadnienia tematyczne: <ul style="list-style-type: none"> • Analiza zastanej sytuacji przedsiębiorstwa w obszarze cyfrowym i prowadzonych działań e-marketingowych, ich efektów wraz z benchmarkingiem konkurencji - metody, narzędzia i źródła informacji • Określanie i definiowanie celów prowadzonych działań e-marketingowych w kontekście ich 	18

mo liwo ci oraz indywidualnej sytuacji przedsi biorstwa. <ul style="list-style-type: none"> Definiowanie grup docelowych, person, customer journey oraz touchpointów Dobór kanałów e-marketingowych do oczekiwanych efektów Metody bud etowania i rozliczania kampanii e-marketingowych Pomiar skuteczno ci prowadzonych działa e-marketingowych 	18
---	----

Literatura

Podstawowa

Cendrowska, B. /Sokół, A. / yli ska, P. , E-marketing dla małych i rednich przedsi biorstw, CeDeWu 2014

Jellinek, R., Trzy filary biznesu w Internecie, Jellinek 2017

Królewski, J. / Sala, P. (red.), E-marketing. Współczesne trendy, Wydawnictwo Naukowe PWN 2020

Lupa, I., Efektywno działa marketingowych w mediach społeczno ciowych czyli Jak osią gn wi ksze zyski z social media, Sophia 2017

Maciorowski, A., E-marketing w praktyce. Strategie skutecznej promocji online, Edgar 2013

Mazurek, G., Planowanie, narz dzia, praktyka, Poltext 2022

Meerman Scott, D., Nowe zasady marketingu i PR. Jak poprzez social media, podcasty, content marketing, newsjacking oraz sztuczni inteligencj dotrze bezpo rednio do kupuj cych, MT Biznes 2022

Uzupełniaj ca

Oruba, N., Strategia komunikacji w social mediach, Onepress 2022

Stawarz, B., Content Marketing i Social Media. Jak przyci gn klientów, PWN 2017

Dane jako ciowe

Przyporz dkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarz dzaniu i jako ci	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	18	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	10	
Przygotowanie do kolokwiiów i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	15	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	20	0,8
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	25	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Szkolenie BHP				
Course / group of courses:	Occupational Health and Safety Training				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235217	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	0	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	1	Semestr:	1		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	W	4	Zaliczenie	0
Razem			4		0
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
Ogólna znajomo reguł BHP			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	ma elementarn wiedz na temat zasad bezpiecze stwa i higieny pracy oraz ochrony p-po arowej; bezpiecznego kształtowania stanowisk pracy dydaktycznej; identyfikacji czynników uci liwych, szkodliwych i niebezpiecznych; ma wiedz na temat roli i znaczenia bezpiecze stwa w yciu człowieka; rozumie podstawowe poj cia zwi zane z bezpiecze stwem pracy; zna zasady podejmowania aktywno ci w celu kształtowania bezpiecznych warunków pracy	JO_W09	obserwacja wykonania zada
2	ma podstawow wiedz , zna terminologi i teori ró nych dyscyplin stanowi cych baz dla sprawnego funkcjonowania w rodowisku pracy;	JO_W09	obserwacja wykonania zada
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			
metody podaj ce (wykład z uwzgl dnieniem prezentacji multimedialnej)			

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się	
wiedza: obserwacja wykonania zadań (obecność na zajęciach 100%)	
Warunki zaliczenia Obecność na zajęciach. W przypadku nieobecności usprawiedliwionej student uczestniczy w szkoleniu w innym terminie (ustalonym z prowadzącym zajęcia).	
Treści programowe (opis skrócony) Zapoznanie z podstawowymi pojęciami, przepisami i zasadami dotyczącymi zdarzeń wypadkowych, ochrony przeciwpożarowej, organizacji i ergonomii stanowisk nauki oraz występujących czynników uciążliwych, szkodliwych i niebezpiecznych.	
Content of the study programme (short version) Getting familiar with basic concepts, rules and principles related to accidents at work, fire protection, organisation and ergonomics of places where the learning processes take place as well as existing noxious, harmful and dangerous factors.	
Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 1	
Forma zajęć : wykład	
<p>Przepisy regulujące organizację i bezpieczeństwo pracy i nauki na terenie ANS</p> <ol style="list-style-type: none"> USTAWA Prawo o szkolnictwie wyższym, w zakresie: <ol style="list-style-type: none"> ustroju i organizacji uczelni, organów kolegiałnych i jednoosobowych uczelni i ich kompetencji, praw, obowiązków i odpowiedzialności dyscyplinarnej studentów, utrzymania porządku i bezpieczeństwa na terenie uczelni. Statut i Regulamin Studiów, w zakresie: <ol style="list-style-type: none"> praw i obowiązków studenta, bezpieczeństwa podczas zajęć organizowanych na /poza terenem Uczelni, bezpieczeństwa podczas przebywania na terenie Uczelni. Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy w uczelniach, w zakresie: <ol style="list-style-type: none"> ogólnych przepisów dotyczących bezpieczeństwa na terenie uczelni, bezpieczeństwa pracy i nauki w laboratoriach i pracowniach specjalistycznych, bezpieczeństwa w domach studenckich, bezpieczeństwa na terenie uczelni. Instrukcja postępowania w sprawie ustalania okoliczności i przyczyn wypadków studentów w ANS w Tarnowie, w zakresie: <ol style="list-style-type: none"> zdefiniowania wypadku studenta, trybu zgłaszania wypadku i ustalania okoliczności zdarzenia wypadkowego, sporządzenia dokumentacji powypadkowej, w tym „protokołu ustalenia okoliczności i przyczyn wypadku studenta”, Zakres zaopatrzenia studentów z tytułu ubezpieczenia NNW. <p>Ustawa o zaopatrzeniu z tytułu wypadków lub chorób zawodowych powstałych w szczególnych okolicznościach, w zakresie:</p> <ol style="list-style-type: none"> określenie okoliczności wypadku uzasadniającego przyznanie świadczeń z tytułu wypadku w szczególnych okolicznościach, świadczenia z tytułu wypadku w szczególnych okolicznościach, grupa uczniów i studentów. <ol style="list-style-type: none"> Zarządzenia w sprawie regulaminów porządkowych w pracowniach i laboratoriach. Zasady postępowania w zakresie ograniczenia zakażeniem COVID-19 na terenie Uczelni. <p>Profilaktyka i ochrona przeciwpożarowa na terenie ANS</p> <ol style="list-style-type: none"> Ustawa o ochronie przeciwpożarowej oraz aktów wykonawczych, w zakresie: <ol style="list-style-type: none"> ogólnych zasad bezpieczeństwa pożarowego, charakterystycznych przyczyn pożarów, profilaktyki przeciwpożarowej. Ochrona przeciwpożarowa oraz zasady postępowania w przypadku pożaru lub innego zagrożenia na 	4

terenach uczelni według zasad określonych w instrukcjach bezpieczeństwa pożarowego, w zakresie:

- 1) identyfikacji zagrożeń pożarowych występujących na terenie Uczelni,
- 2) rozmieszczenia i użytkowania podręcznego sprzętu gaśniczego,
- 3) dróg i kierunków ewakuacji, zasad przemieszczania się podczas ewakuacji,
- 4) rozmieszczenia na terenie Uczelni miejsc zbiórki podczas ewakuacji,
- 5) zasad i sposobów komunikowania o ewakuacji na terenie ANS,
- 6) dróg pożarniczych na terenie Uczelni.
- 7) Udzielanie pomocy osobom niepełnosprawnym podczas ewakuacji.

Organizacja punktów pierwszej pomocy i zasad udzielania pomocy przedlekarskiej

1. Zasady udzielania pomocy przedlekarskiej, w przypadkach:

- 1) zasłabnięcia i utraty przytomności,
- 2) złamania kości,
- 3) zranienia, w tym krwotoku,
- 4) zatrucia,
- 5) oparzenia.

2. Wyposażenie apteczki pierwszej pomocy.

- 1) lokalizacja punktów p-pomocy na terenie Uczelni,
- 2) wyposażenie apteczek i toreb sanitarnych,
- 3) Zasady wzywania pomocy medycznej na teren Uczelni.

Czynniki szkodliwe, niebezpieczne i uciążliwe dla zdrowia

- 1) Definiowanie czynników uciążliwych, szkodliwych, niebezpiecznych.
- 2) Grupy czynników: fizyczne, biologiczne, chemiczne, psychologiczne.
- 3) Obliczanie ryzyka zawodowego, w tym zagrożenia czynnikami biologicznymi.

Identyfikacja czynników i szacowanie ryzyka na stanowiskach dydaktycznych [pracy]

Identyfikacja czynników szkodliwych niebezpiecznych i uciążliwych dla zdrowia występujących w procesie dydaktycznym:

- 1) w pracowniach i laboratoriach,
- 2) podczas zajęć wychowania fizycznego,
- 3) związanych z pracą na stanowiskach wyposażonych w monitory ekranowe,
- 4) podczas odbywania praktyk zawodowych,
- 5) szacowanie ryzyka.

MODUŁ ROZSZERZAJĄCY DLA KIERUNKU

1. Organizacja zajęć w pracowniach i laboratoriach.
2. Rodki ochrony zbiorowej i indywidualnej.
3. Identyfikacja procesów pracy.

/akty prawne dotyczące:

a) ogólnych przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy na stanowiskach administracyjnych.

Identyfikacja czynników szkodliwych niebezpiecznych i uciążliwych dla zdrowia występujących w procesie dydaktycznym oraz zasady zabezpieczania się przed nimi. Zasady stosowania środków ochrony indywidualnej. Rozszerzenie problematyki związanej z bezpieczeństwem podczas odbywania praktyk zawodowych - identyfikacja czynników uciążliwych, szkodliwych i niebezpiecznych. Organizacja stanowisk pracy, w tym pracy biurowej. Podstawowe zasady tworzenia stanowisk pracy biurowej z uwagi na pomieszczenia, wyposażenia w sprzęt elektroniczny.

4

Literatura

Podstawowa

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej		
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	4	
Konsultacje z prowadz cym	0	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	0	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	0	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	0	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	4	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	0	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	4	0,0
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	0	0,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Szkolenie biblioteczne				
Course / group of courses:	Library Training				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235218	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	0	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	1	Semestr:		1	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	W	3	Zaliczenie	0
Razem			3		0
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
Brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	ma wiedz na temat zasad korzystania z biblioteki uczelnianej, zna jej regulamin i przepisy wewn trzne;	JO_W07	praca pisemna
2	rozumie kontekst dylematów współczesnej cywilizacji w odniesieniu do korzystania z wiarygodnych ródeł informacji naukowej;	JO_W07	praca pisemna
3	dysponuje umiej tno ciami korzystania z zasobów katalogu biblioteki i baz danych, wła ciwie dobiera róda informacji;	JO_U02	praca pisemna
4	potrafi komunikowa si i poszukiwa informacji naukowej u ywaj c specjalistycznej terminologii bibliotekarskiej;	JO_U04	praca pisemna

5	samodzielnie planuje i realizuje działania podnoszące poziom własnej wiedzy naukowej i ukierunkowuje także inne w tym zakresie;	JO_U18	praca pisemna
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody podaje (Demonstracja treści z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej.), e-learning - metody i techniki kształcenia na odległość (Udostępnianie treści informacyjnych online.)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
wiedza: ocena pracy pisemnej (zaliczenie testu on-line)			
umiejętności: ocena pracy pisemnej (zaliczenie testu on-line)			
Warunki zaliczenia			
Forma zaliczenia: zaliczenie. Warunki zaliczenia: Pozytywny wynik zaliczenia testu on-line.			
Treści programowe (opis skrócony)			
Przedstawienie studentom struktury i zasad funkcjonowania biblioteki uczelnianej. Zapoznanie z regułami korzystania z biblioteki oraz katalogu bibliotecznego.			
Content of the study programme (short version)			
The presentation of the structure university library, rules of using and the ability of usage the library catalog.			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 1			
Forma zajęć : wykład			
<p>Treści wstępne i ogólne: struktura biblioteki, charakterystyka księgozbioru, polityka gromadzenia. Prezentacja poszczególnych agend bibliotecznych:</p> <p>Wypożyczalnia: prezentacja najważniejszych punktów regulaminu dotyczących możliwości korzystania z usług wypożyczalni, zapisy do wypożyczalni, aktualizacja konta czytelnika.</p> <p>Wypożyczalnia Międzybiblioteczna: zasady korzystania z wypożyczalni międzybibliotecznej. Wyszczególnienie osób uprawnionych do korzystania z tej agendy.</p> <p>Czytelnia Komputerowa: zasady korzystania ze stanowisk komputerowych. Możliwość korzystania ze zbiorów medialnych należących do biblioteki.</p> <p>Czytelnia Czasopism: zasady korzystania.</p> <p>Czytelnia Główna: Prezentacja regulaminu czytelnicy głównej, podział księgozbioru według kierunków kształcenia i charakterystyka księgozbioru podręcznego.</p> <p>Obsługa systemu bibliotecznego, opcje wyszukiwania, przegląd konta czytelnika, omówienie poszczególnych komunikatów, oznaczenie opisu katalogowego, analiza oznaczenia z uwzględnieniem dostępnosci poszczególnych zbiorów. Prezentacja elektronicznych baz danych udostępnianych w bibliotece oraz metody zdalnego dostępu do nich.</p>			3
Literatura			
Podstawowa			
Podstawowymi źródłami informacji obowiązującymi studentów są : „Regulaminu systemu biblioteczno-informacyjnego”, regulaminy korzystania z urządzeń dostępnych w bibliotece oraz prezentacja multimedialna dostępna online.			
Uzupełniająca			

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej		
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	3	
Konsultacje z prowadz cym	0	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wype lniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	0	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	0	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	0	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	3	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	0	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	3	0,0
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	0	0,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Tłumaczenia pisemne tekstów ekonomiczno-prawniczych: ang.-pol. - pol.-ang.				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235263	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	2, 3	Semestr:		4, 5	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	4	P	30	Zaliczenie z ocen	2
3	5	P	15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			45		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 4 - j zyk polski, j zyk angielski (100%) , semestr: 5 - j zyk polski, j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:
semestr IV: zaliczenie trzeciego semestru studiów semestr V: zaliczenie czwartego semestru studiów

Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	umie wykorzysta posiadana wiedz z zakresu przekładoznawstwa celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga zastosowania formy mediacji mi dzy zykowej i mi dzykulturowej w postaci pisemnego tłumaczenia tekstów ekonomiczno-prawniczych z j zyka angielskiego na polski i polskiego na angielski	JO_U01	wykonanie zadania, praca pisemna
2	wła ciwie dobiera ródła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje, potrzebne do prowadzenia efektywnych działań komunikacyjnych, polegaj cych na mediacji mi dzy zykowej i mi dzykulturowej w postaci pisemnego tłumaczenia tekstów	JO_U02	wykonanie zadania, praca pisemna

2	ekonomiczno-prawniczych	JO_U02	wykonanie zadania, praca pisemna
3	potrafi w zaawansowanym stopniu stosować terminologię z zakresu przekładoznawstwa zorientowaną na zastosowania praktyczne w międzynarodowych mediacyjnych działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_U03	wykonanie zadania, praca pisemna
4	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane w celu dokonania przekładu informacje z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa	JO_U10	wykonanie zadania, praca pisemna
5	potrafi kompetentnie uczestniczyć w komunikacji specjalistycznej w angielskim języku biznesu na poziomie B2.1 (semestr czwarty) i B2.2 (semestr piąty) wg ESOKJ, uwzględniając jej uwarunkowania pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystując posiadane wiadomości poza językiem z zakresu biznesu	JO_U16	wykonanie zadania, praca pisemna
6	potrafi planować i organizować międzynarodowe mediacyjne działania komunikacyjne w ramach (e-)biznesu, a także współdziałać w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania, praca pisemna
7	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów związanych z przekładem tekstów ekonomiczno-prawniczych	JO_K01	obserwacja zachowa
8	jest świadomy różnic i podobieństw między kulturami i szanuje wartości innych kultur	JO_K06	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podajemy (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów, studium przypadku)), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z tekstem pisemnym, wyczenia w analizowaniu, tworzeniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

umiejętności:

ocena pracy pisemnej (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej w dwuosobowej grupie polegającej na przedstawieniu zrealizowanego projektu tłumaczeniowego, który stanowi symulację wykonania określonego zadania z praktyki (e-)biznesowej. Prezentacja projektu obejmuje oprócz przedłożenia przetłumaczonego tekstu również przedstawienie poszczególnych etapów realizacji zadania tłumaczeniowego i różnych istotnych aspektów pracy, takich jak: stosowane strategie i techniki translacyjne, wykorzystane teksty paralelne, słowniki, różnice internetowe oraz konsultacje z ekspertami z dziedziny. Ponadto obejmuje również przedstawienie terminologii specjalistycznej zawartej w tekście oraz opis trudności językowych, merytorycznych, kulturowych i innych związanych z tłumaczeniem tekstu)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach - indywidualnie lub w zespole, polegających na nieprofesjonalnym (tłumaczenie streszczenia) i profesjonalnym tłumaczeniu biznesowego tekstu pisemnego o charakterze ekonomiczno-prawniczym z języka angielskiego na polski i polskiego na angielski, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowań indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Celem zajęć jest rozwijanie umiejętności prowadzenia skutecznych pisemnych międzynarodowych działań mediacyjnych traktowanych jako naturalna działalność komunikacyjna, polegających głównie na nieprofesjonalnym tłumaczeniu tekstu ekonomiczno-prawniczego oraz w mniejszym stopniu na tłumaczeniu profesjonalnym z języka angielskiego na polski i polskiego na angielski, czyli rozwijanie umiejętności po redniczenia w komunikacji międzynarodowej i międzykulturowej w kontekstach zawodowych związanych z prowadzeniem działalności (e-)biznesowej. Absolwenci kursu nabywają wiadomości, i przekład nie jest operacją substytucyjną na linearnych sekwencjach jednostek języka, lecz każdorazowo stwarzany jest nowy komunikat, który ma wywołać ten sam efekt komunikacyjny.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 4	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Na zajęciach studenci dokonują głównie nieprofesjonalnych (np. przekazanie treści trudnego tekstu specjalistycznego nacechowanego trudną terminologią i skomplikowaną składnią z dostosowaniem przekazu do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu) oraz w mniejszym stopniu profesjonalnych tłumaczeń tekstów biznesowych z zakresu prawa i ekonomii - użytkowych, a także fachowych - dla nieprofesjonalnych i profesjonalnych odbiorców tekstów (klientów, partnerów biznesowych oraz współpracowników) z języka angielskiego na polski i z polskiego na angielski. Początkowo tłumaczone są teksty o niskim stopniu trudności, by następnie przejść do tekstów bardziej wyspecjalizowanych po ustaleniu hierarchii możliwych technik i strategii tłumaczeniowych i wyborze tych optymalnych, najbardziej pasujących do danej sytuacji komunikacyjnej. Studenci zapoznają się z technikami i strategiami rozwiązywania problemów występujących</p> <p>w trakcie tłumaczenia pisemnego ekonomiczno-prawniczych tekstów użytkowych i fachowych oraz uczą się odpowiedniego wykorzystania źródeł internetowych, słowników oraz tekstów paralelnych.</p> <p>wiczenia translacyjne mają na celu uświadomienie studentów na funkcjonalny aspekt tłumaczenia, tzn. właściwą realizację intencji komunikacyjnej, sfer znaczeń tekstu i jego funkcje oraz na aspekt kontrastywny, tzn. podobieństwa i różnice dotyczące zachowania językowych oraz ujęcie informacji w obydwu językach wynikające z formalnej i kulturowej odrębności; oraz dodatkowo na konieczność zachowania odpowiedniej struktury dyskursywnej tekstu, aby w efekcie stworzyć adekwatny i ekwiwalentny pod względem pragmatycznym i terminologicznym tekst docelowy.</p> <p>Gatunki tłumaczonych tekstów:</p> <p>Teksty w języku angielskim i polskim wiążą się z działalnością biznesową adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • umowy i kontrakty (do wyboru: umowy kredytu, umowy kupna/sprzedaży, umowy leasingu, umowy najmu i dzierżawy, umowy naprawy/serwisu, umowy o pracę (w tym również umowy zlecenie i umowy o dzieło), umowy o świadczeniu usług, umowy spedycji i przewozu, umowy sponsoringu, umowy ubezpieczenia); -polisy ubezpieczeniowe, dokumenty bankowe i podatkowe; -dokumenty założycielskie spółek -interpretacje przepisów prawa i opinie prawne dot. działalności biznesowej -tłumaczenia za wiadczeń, pozwoleń i koncesji dla firm -artykuły z czasopism zagranicznych z zakresu dyskursu ekonomiczno-prawniczego 	30
Semestr: 5	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Na zajęciach studenci dokonują głównie nieprofesjonalnych (np. przekazanie treści trudnego tekstu specjalistycznego nacechowanego trudną terminologią i skomplikowaną składnią z dostosowaniem przekazu do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu) oraz w mniejszym stopniu profesjonalnych tłumaczeń tekstów biznesowych z zakresu prawa i ekonomii - użytkowych, a także fachowych - dla nieprofesjonalnych i profesjonalnych odbiorców tekstów (klientów, partnerów biznesowych oraz współpracowników) z języka angielskiego na polski i z polskiego na angielski. Początkowo tłumaczone są teksty o niskim stopniu trudności, by następnie przejść do tekstów bardziej wyspecjalizowanych po ustaleniu hierarchii możliwych technik i strategii tłumaczeniowych i wyborze tych optymalnych, najbardziej pasujących do danej sytuacji komunikacyjnej. Studenci zapoznają się z technikami i strategiami rozwiązywania problemów występujących</p> <p>w trakcie tłumaczenia pisemnego ekonomiczno-prawniczych tekstów użytkowych i fachowych oraz uczą</p>	15

<p>si odpowiedniego wykorzystania ródeł internetowych, słowników oraz tekstów paralelnych.</p> <p>wiczenia translacyjne maj na celu uwra liwienie studentów na funkcjonalny aspekt tłumaczenia, tzn. wła ciw realizacj intencji komunikacyjnej, sfer znaczeniów tekstu i jego funkcje oraz na aspekt kontrastywny, tzn. podobie stwa i ró nice dotycz ce zachowa j zykowych oraz utekstowania informacji w obydwu j zykach wynikaj ce z formalnej i kulturowej odr bno ci; oraz dodatkowo na konieczno zachowania odpowiedniej struktury dyskursywnej tekstu, aby w efekcie stworzy adekwatny i ekwiwalentny pod wzgl dem pragmatycznym i terminologicznym tekst docelowy.</p> <p>Gatunki tłumaczonych tekstów:</p> <p>Teksty w j zyku angielskim i polskim wi ce si z działalno ci biznesow adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • umowy i kontrakty (do wyboru: umowy kredytu, umowy kupna/sprzeda y, umowy leasingu, umowy najmu i dzier awy, umowy naprawy/serwisu, umowy o prac (w tym równie umowy zlecenie i umowy o dzieło), umowy o wiadczeniu usług, umowy spedycji i przewozu, umowy sponsoringu, umowy ubezpieczenia); <p>-polisy ubezpieczeniowe, dokumenty bankowe i podatkowe;</p> <p>-dokumenty zało ycielskie spółek</p> <p>-interpretacje przepisów prawa i opinie prawne dot. działalno ci biznesowej</p> <p>-tłumaczenia za wiadcze , pozwole i koncesji dla firm</p> <p>-artykuły z czasopism zagranicznych z zakresu dyskursu ekonomiczno-prawniczego</p>	15
---	----

Literatura	
Podstawowa	
Brown, G. D., Rice, S., Professional English in Use, CUP 2007	
Johnson, C. , Banking and Finance, Longman 2000	
Jopek-Bosiacka, A., Przekład prawny i s dowy, PWN, Warszawa 2006	
Kienzler, I., Wzory pism, umów i innych dokumentów w j. polskim, angielskim i niemieckim, Gda sk 2005	
Kierzkowska, D. (ed.) , Selection of English Documents, TEPIS, Warszawa 1998	
Myrczek, E., First steps in Legal English: Business Law. Prawo gospodarcze. Słownictwo i praktyczne wskazówki, Wydawnictwo Naukowe PWN 2012	
Wasiołka, A., echowska, S., Business Climate in Poland, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1999	
- Autentyczne teksty ekonomiczno-prawnicze w j zyku angielskim i polskim zwi zane z działalno ci (e-)biznesow wymienione w tre ciach programowych	
- Artykuły z zakresu prawa i ekonomii z angielsko- i polskoj zycznych czasopism bran owych	
Uzupełniają ca	
Maliszewski, J., Strategie translatoryczne w tłumaczeniu tekstów specjalistycznych w biznesie : tłumaczenie, przekład, komunikacja, Cz stochowa 2005	

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]
Udział w zaj ciach	45
Konsultacje z prowadz cym	2
Udział w egzaminie	0
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wype lniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	20
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	0

Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	33	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	47	1,9
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	51	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Tłumaczenia pisemne tekstów ekonomiczno-prawniczych: niem.-pol. - pol.-niem.				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235272	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	3	Semestr:		5	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	5	P	45	Zaliczenie z ocen	4
Razem			45		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 5 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie czwartego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	umie wykorzysta posiadana wiedz z zakresu przekładoznawstwa celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga zastosowania formy mediacji mi dzy zykowej i mi dzykulturowej w postaci pisemnego tłumaczenia tekstów ekonomiczno-prawniczych z j zyka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki	JO_U01	wykonanie zadania, kolokwium
2	wła ciwie dobiera ródła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje, potrzebne do prowadzenia efektywnych działań komunikacyjnych, polegaj cych na mediacji mi dzy zykowej i mi dzykulturowej w postaci pisemnego tłumaczenia tekstów ekonomiczno-prawniczych	JO_U02	wykonanie zadania, kolokwium

3	potrafi w zaawansowanym stopniu stosować terminologię z zakresu przekładoznawstwa zorientowaną na zastosowania praktyczne w miódziej zykowych mediacyjnych działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_U03	wykonanie zadania, kolokwium
4	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane w celu dokonania przekładu informacje z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa	JO_U10	wykonanie zadania, kolokwium
5	potrafi kompetentnie uczestniczyć w komunikacji specjalistycznej w niemieckim języku biznesu na poziomie B2 wg ESOKJ, uwzględniając jej uwarunkowania pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystując posiadane wiedzę poza językami z zakresu biznesu	JO_U15	wykonanie zadania, kolokwium
6	potrafi planować i organizować miódziej zykowe mediacyjne działania komunikacyjne w ramach (e-)biznesu, a także współdziałać w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania, kolokwium
7	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudnościz samodzielnym rozwiązaniem problemów związanych z przekładem tekstów ekonomiczno-prawniczych	JO_K01	wykonanie zadania, kolokwium
8	jest świadomy różnic i podobieństw miódziej kulturami i szanuje wartości innych kultur	JO_K06	wykonanie zadania, kolokwium

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów, studium przypadku), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z tekstem pisemnym, wyczenia w analizowaniu, tworzeniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

umiejętności:

ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej w dwuosobowej grupie polegającej na przedstawieniu zrealizowanego projektu tłumaczeniowego, który stanowi symulację wykonania określonego zadania z praktyki (e-)biznesowej. Prezentacja projektu obejmuje oprócz przedłożenia przetłumaczonego tekstu również przedstawienie poszczególnych etapów realizacji zadania tłumaczeniowego i różnych istotnych aspektów pracy, takich jak: stosowane strategie i techniki translacyjne, wykorzystane teksty paralelne, słowniki, źródła internetowe oraz konsultacje z ekspertami z dziedziny. Ponadto obejmuje również przedstawienie terminologii specjalistycznej zawartej w tekście oraz opis trudnościz językowych, merytorycznych, kulturowych i innych związanych z tłumaczeniem tekstu)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach - indywidualnie lub w zespole, polegających na nieprofesjonalnym (tłumaczenie streszczające) i profesjonalnym tłumaczeniu biznesowego tekstu pisemnego o charakterze ekonomiczno-prawniczym z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej w dwuosobowej grupie polegającej na przedstawieniu zrealizowanego projektu tłumaczeniowego, który stanowi symulację wykonania określonego zadania z praktyki (e-)biznesowej. Prezentacja projektu obejmuje oprócz przedłożenia przetłumaczonego tekstu również przedstawienie poszczególnych etapów realizacji zadania tłumaczeniowego i różnych istotnych aspektów pracy, takich jak: stosowane strategie i techniki translacyjne, wykorzystane teksty paralelne, słowniki, źródła internetowe oraz konsultacje z ekspertami z dziedziny. Ponadto obejmuje również przedstawienie terminologii specjalistycznej zawartej w tekście oraz opis trudnościz językowych, merytorycznych, kulturowych i innych związanych z tłumaczeniem tekstu)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach - indywidualnie lub w zespole, polegających na nieprofesjonalnym (tłumaczenie streszczające) i profesjonalnym tłumaczeniu biznesowego tekstu pisemnego o charakterze ekonomiczno-prawniczym z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)	
<p>Celem zajęć jest rozwijanie umiejętności prowadzenia skutecznych pisemnych mediacyjnych działań traktowanych jako naturalna działalność komunikacyjna, polegających głównie na nieprofesjonalnym tłumaczeniu tekstu ekonomiczno-prawniczego oraz w mniejszym stopniu na tłumaczeniu profesjonalnym, czyli rozwijanie umiejętności po redniczenia w komunikacji mediacyjnej i medycyjnokulturowej w kontekstach zawodowych związanych z prowadzeniem działalności (e-)biznesowej. Absolwenci kursu nabywają wiadomości i przekład nie jest operacją substytucyjną na liniowych sekwencjach jednostek języka, lecz każdorazowo stwarzany jest nowy komunikat, który ma wywołać ten sam efekt komunikacyjny.</p>	
Content of the study programme (short version)	
<p>Treści programowe</p>	
	Liczba godzin
Semestr: 5	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Na zajęciach studenci dokonują głównie nieprofesjonalnych (np. przekazanie treści trudnego tekstu specjalistycznego nacechowanego trudną terminologią i skomplikowaną składnią z dostosowaniem przekazu do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu) oraz w mniejszym stopniu profesjonalnych tłumaczeń tekstów biznesowych z zakresu prawa i ekonomii - użytkowych, a także fachowych - dla nieprofesjonalnych i profesjonalnych odbiorców tekstów (klientów, partnerów biznesowych oraz współpracowników) z języka niemieckiego na polski i z polskiego na niemiecki. Początkowo tłumaczone są teksty o niskim stopniu trudności, by następnie przejść do tekstów bardziej wyspecjalizowanych po ustaleniu hierarchii możliwych technik i strategii tłumaczeniowych i wyborze tych optymalnych, najbardziej pasujących do danej sytuacji komunikacyjnej. Studenci zapoznają się z technikami i strategiami rozwiązywania problemów występujących w trakcie tłumaczenia pisemnego ekonomiczno-prawniczych tekstów użytkowych i fachowych oraz uczą się odpowiedniego wykorzystania różel internetowych, słowników oraz tekstów paralelnych.</p> <p>wiczenia translacyjne mają na celu uświadomienie studentów na funkcjonalny aspekt tłumaczenia, tzn. właściwej realizacji intencji komunikacyjnej, sfer znaczeń tekstu i jego funkcje oraz na aspekt kontrastowy, tzn. podobieństwa i różnic dotyczących zachowania językowych oraz ujęcia informacji w obydwu językach wynikających z formalnej i kulturowej odrębności; oraz dodatkowo na konieczność zachowania odpowiedniej struktury dyskursywnej tekstu, aby w efekcie stworzyć adekwatny i ekwiwalentny pod względem pragmatycznym i terminologicznym tekst docelowy.</p> <p>Gatunki tłumaczonych tekstów:</p> <p>Teksty wiążące się z działalnością biznesową adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - umowy i kontrakty (do wyboru: umowy kredytu, umowy kupna/sprzedaży, umowy leasingu, umowy najmu i dzierżawy, umowy naprawy/serwisu, umowy o pracę (w tym również umowy zlecenie i umowy o dzieło), umowy o świadczeniu usług, umowy spedycji i przewozu, umowy sponsoringu, umowy ubezpieczenia); - polisy ubezpieczeniowe, dokumenty bankowe i podatkowe; - dokumenty założycielskie spółek - interpretacje przepisów prawa i opinie prawne dot. działalności biznesowej - tłumaczenia za wiadczenia, pozwolenia i koncesje dla firm - artykuły z czasopism zagranicznych z zakresu dyskursu ekonomiczno-prawniczego 	45
Literatura	
Podstawowa	
Białek, E., Z umów po sukces. Wzory umów dla Polaków i Niemców / Mit Vertrag zum Erfolg – Musterverträge für Deutsche und Polen, Dolnośląskie Wyd. Edukacyjne, Wrocław 1998	
Kienzler, I., Słownik prawniczo – handlowy (niem.-pol. i pol.-niem.), Warszawa 2002	
Kierzkowska, D., Tłumaczenia prawnicze, TEPIŚ, Warszawa 2002	

Kilian, A., Słownik języka prawniczego i ekonomicznego / Wörterbuch der Rechts – und Wirtschaftssprache (niem.– pol.i pol.- niem), C.H. Beck, Warszawa 2002

Maliszewski, J., Strategie translatoryczne w tłumaczeniu tekstów specjalistycznych w biznesie : tłumaczenie, przekład, komunikacja, Cz stochowa 2005

- W trakcie zajęć wykorzystywane są informacje z m. in. z następujących stron internetowych:

www.ec.europa.eu

www.europarl.europa.eu

www.proz.com

www.stp.org.pl/index.php?lang=1&id_page=191

www.textum.pl/tlumaczenia/portal_tlumaczy/portal_tlumaczy.html

- Autentyczne teksty ekonomiczno-prawnicze związane z działalnością (e-)biznesów wymienione w treściach programowych Artykuły z zakresu prawa i ekonomii z czasopism branżowych

Uzupełniająca

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej		Językoznawstwo	
Sposób określenia liczby punktów ECTS			
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)		Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach		45	
Konsultacje z prowadzącym		2	
Udział w egzaminie		0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w cięle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)		0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze, zajęcia		20	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu		13	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.		20	
Inne		0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta		100	
Liczba punktów ECTS			
Liczba punktów ECTS		4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego		L. godzin	ECTS
		47	1,9
Zajęcia o charakterze praktycznym		L. godzin	ECTS
		51	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Tłumaczenia pisemne tekstów marketingowych: ang.-pol. - pol.-ang.				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235264	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	2, 3	Semestr:		4, 5	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	4	P	30	Zaliczenie z ocen	2
3	5	P	15	Zaliczenie z ocen	2
Razem			45		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 4 - j zyk polski, j zyk angielski (100%) , semestr: 5 - j zyk polski, j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytorjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
semestr IV: zaliczenie trzeciego semestru studiów			
semestr V: zaliczenie czwartego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	umie wykorzysta posiadán wiedz z zakresu przekładoznawstwa celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga zastosowania formy mediacji mi dzy zykowej i mi dzykulturowej w postaci pisemnego tłumaczenia tekstów marketingowych z j zyka angielskiego na polski i polskiego na angielski	JO_U01	wykonanie zadania, praca pisemna
2	wła ciwie dobiera ródlá, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje, potrzebne do prowadzenia efektywnych działá komunikacyjnych, polegaj cych na mediacji mi dzy zykowej i mi dzykulturowej w postaci pisemnego tłumaczenia tekstów	JO_U02	wykonanie zadania, praca pisemna

2	marketingowych	JO_U02	wykonanie zadania, praca pisemna
3	potrafi w zaawansowanym stopniu stosować terminologię z zakresu przekładoznawstwa zorientowaną na zastosowania praktyczne w mi dzy zykowych mediacyjnych działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_U03	wykonanie zadania, praca pisemna
4	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane w celu dokonania przekładu informacje z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa	JO_U10	wykonanie zadania, praca pisemna
5	potrafi kompetentnie uczestniczyć w komunikacji specjalistycznej w angielskim języku biznesu na poziomie B2.1 (semestr czwarty) i B2.2 (semestr piąty) wg ESOKJ, uwzględniając jej uwarunkowania pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystując posiadane wiadomości poza językiem z zakresu biznesu.	JO_U16	wykonanie zadania, praca pisemna
6	potrafi planować i organizować mi dzy zykowe mediacyjne działania komunikacyjne w ramach (e-)biznesu, a także współdziałać w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania, praca pisemna
7	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów związanych z przekładem tekstów marketingowych	JO_K01	obserwacja zachowa
8	jest świadomy różnic i podobieństw między kulturami i szanuje wartości innych kultur	JO_K06	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów, studium przypadku)), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z tekstem pisemnym, ćwiczenia w analizowaniu, tworzeniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

umiejętności:

ocena pracy pisemnej (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej w dwuosobowej grupie polegającej na przedstawieniu zrealizowanego projektu tłumaczeniowego, który stanowi symulację wykonania określonego zadania z praktyki (e-)biznesowej. Prezentacja projektu obejmuje oprócz przedłożenia przetłumaczonego tekstu również przedstawienie poszczególnych etapów realizacji zadania tłumaczeniowego i różnych istotnych aspektów pracy, takich jak: stosowane strategie i techniki translacyjne, wykorzystane teksty paralelne, słowniki, źródła internetowe oraz konsultacje z ekspertami z dziedziny. Ponadto obejmuje również przedstawienie terminologii specjalistycznej zawartej w tekście oraz opis trudności językowych, merytorycznych, kulturowych i innych związanych z tłumaczeniem tekstu)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach - indywidualnie lub w zespole, polegających na nieprofesjonalnym (tłumaczenie streszczenia) i profesjonalnym tłumaczeniu biznesowego tekstu pisemnego z języka angielskiego na polski i polskiego na angielski, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowań indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Celem zajęć jest rozwijanie umiejętności prowadzenia skutecznych między językowych pisemnych działań mediacyjnych traktowanych jako naturalna działalność komunikacyjna, polegających głównie na nieprofesjonalnym tłumaczeniu tekstu marketingowego oraz w mniejszym stopniu na tłumaczeniu profesjonalnym z języka angielskiego na polski i z polskiego na angielski, czyli rozwijanie umiejętności po redniczenia w komunikacji między językowej i międzykulturowej w kontekstach zawodowych związanych z prowadzeniem działalności (e-)biznesowej. Absolwenci kursu nabywają wiadomości, i przekład nie jest operacją substytucyjną na linearnych sekwencjach jednostek języka, lecz każdorazowo stwarzany jest nowy komunikat, który ma wywołać to samo efekty komunikacyjne.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 4	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Na zajęciach studenci dokonują głównie nieprofesjonalnych (np. przekazanie treści trudnego tekstu specjalistycznego nacechowanego trudną terminologią i skomplikowaną składnią z dostosowaniem przekazu do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu) oraz w mniejszym stopniu profesjonalnych tłumaczeń tekstów biznesowych z zakresu marketingu (użytkowych oraz fachowych) dla nieprofesjonalnych i profesjonalnych odbiorców tekstów (klientów, partnerów biznesowych oraz współpracowników) z języka angielskiego na polski i z polskiego na angielski. Początkowo tłumaczone są teksty o niskim stopniu trudności, by następnie przejść do tekstów bardziej wyspecjalizowanych po ustaleniu hierarchii możliwych technik i strategii tłumaczeniowych i wyborze tych optymalnych, najbardziej pasujących do danej sytuacji komunikacyjnej. Studenci zapoznają się z technikami i strategiami rozwiązywania problemów występujących</p> <p>w trakcie tłumaczenia pisemnego marketingowych tekstów użytkowych i fachowych oraz uczą się odpowiedniego wykorzystania narzędzi internetowych, słowników oraz tekstów paralelnych.</p> <p>wiczenia translacyjne mają na celu uświadomienie studentów na funkcjonalny aspekt tłumaczenia, tzn. właściwej realizacji intencji komunikacyjnej, sfer znaczeń tekstu i jego funkcje oraz na aspekt kontrastywny, tzn. podobieństwa i różnic dotyczące zachowania językowych oraz ujęcie informacji w obydwu językach wynikające z formalnej i kulturowej odrębności; oraz dodatkowo na konieczność zachowania odpowiedniej struktury dyskusyjnej tekstu, aby w efekcie stworzyć adekwatny i ekwiwalentny pod względem pragmatycznym i terminologicznym tekst docelowy.</p> <p>Gatunki tłumaczonych tekstów:</p> <p>Teksty w języku angielskim i polskim wiążące się z działalnością biznesową adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> -materiały promocyjne, takie jak: ulotki, broszury i foldery -opis firmy, opis strategii marketingowych firmy, opis produktu na stronach internetowych firm -informacje prasowe i newslettery związane z działalnością promocyjną -hasła i slogany reklamowe -teksty promocyjne w mediach społecznościowych -teksty wykorzystywane w kampaniach mailingowych -teksty specjalistyczne z zakresu dyskursu marketingowego 	30
Semestr: 5	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Na zajęciach studenci dokonują głównie nieprofesjonalnych (np. przekazanie treści trudnego tekstu specjalistycznego nacechowanego trudną terminologią i skomplikowaną składnią z dostosowaniem przekazu do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamianę na język standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie się na znaczeniu) oraz w mniejszym stopniu profesjonalnych tłumaczeń tekstów biznesowych z zakresu marketingu (użytkowych oraz fachowych) dla nieprofesjonalnych i profesjonalnych odbiorców tekstów (klientów, partnerów biznesowych oraz współpracowników) z języka angielskiego na polski i z polskiego na angielski. Początkowo tłumaczone są teksty o niskim stopniu trudności, by następnie przejść do tekstów bardziej wyspecjalizowanych po ustaleniu hierarchii możliwych technik i strategii tłumaczeniowych i wyborze tych optymalnych, najbardziej pasujących do danej sytuacji komunikacyjnej. Studenci zapoznają się z technikami i strategiami rozwiązywania problemów występujących</p> <p>w trakcie tłumaczenia pisemnego marketingowych tekstów użytkowych i fachowych oraz uczą się odpowiedniego wykorzystania narzędzi internetowych, słowników oraz tekstów paralelnych.</p> <p>wiczenia translacyjne mają na celu uświadomienie studentów na funkcjonalny aspekt tłumaczenia, tzn. właściwej realizacji intencji komunikacyjnej, sfer znaczeń tekstu i jego funkcje oraz na aspekt kontrastywny, tzn. podobieństwa i różnic dotyczące zachowania językowych oraz ujęcie informacji</p>	15

<p>w obydwu językach wynikające z formalnej i kulturowej odrębności; oraz dodatkowo na konieczność zachowania odpowiedniej struktury dyskursywnej tekstu, aby w efekcie stworzyć adekwatny i ekwiwalentny pod względem pragmatycznym i terminologicznym tekst docelowy.</p> <p>Gatunki tłumaczonych tekstów:</p> <p>Teksty w języku angielskim i polskim wiążące się z działalnością biznesową adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - materiały promocyjne, takie jak: ulotki, broszury i foldery - opis firmy, opis strategii marketingowych firmy, opis produktu na stronach internetowych firm - informacje prasowe i newslettery związane z działalnością promocyjną - hasła i slogany reklamowe - teksty promocyjne w mediach społecznościowych - teksty wykorzystywane w kampaniach mailingowych - teksty specjalistyczne z zakresu dyskursu marketingowego 	15
---	----

Literatura
Podstawowa
Dietrich, M., Fandrejewska, A., Angielski w marketingu, promocji i reklamie, Poltext 2019
Ivanovic, A., Collin, P. H., Słupski, J., Słownik marketingu, Peter Collin Publishing, Warszawa 2000
Ratajczak, P., Słownik marketingu i reklamy, Kanion, Zielona Góra 1999
- Autentyczne teksty marketingowe w języku angielskim i polskim związane z działalnością (e-)biznesową wymienione w treściach programowych
- Artykuły z zakresu prawa i marketingu z anglo- i polskojęzycznych czasopism branżowych
Uzupełniająca
Gore, S., English for Marketing and Advertising, OUP, Oxford 2007

Dane jako ciowe		
Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	językoznawstwo	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenia studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	45	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w szczególnych okolicznościach, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	20	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	0	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	33	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	47	1,9
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	52	2,1

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymaganych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Tłumaczenia pisemne tekstów marketingowych: niem.-pol - pol.-niem.				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235273	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	3	Semestr:	5		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	5	P	45	Zaliczenie z ocen	4
Razem			45		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 5 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie czwartego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	umie wykorzysta posiadán wiedz z zakresu przekładoznawstwa celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie wymaga zastosowania formy mediacji mi dzy zykowej i mi dzykulturowej w postaci pisemnego tłumaczenia tekstów marketingowych z j zyka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki	JO_U01	wykonanie zadania, kolokwium
2	wła ciwie dobiera ró dła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje, potrzebne do prowadzenia efektywnych działań komunikacyjnych, polegaj cych na mediacji mi dzy zykowej i mi dzykulturowej w postaci pisemnego tłumaczenia tekstów marketingowych	JO_U02	wykonanie zadania, kolokwium

3	potrafi w zaawansowanym stopniu stosować terminologię z zakresu przekładoznawstwa zorientowaną na zastosowania praktyczne w miódziej zykowych mediacyjnych działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_U03	wykonanie zadania, kolokwium
4	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane w celu dokonania przekładu informacje z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa	JO_U10	wykonanie zadania, kolokwium
5	potrafi kompetentnie uczestniczyć w komunikacji specjalistycznej w niemieckim języku biznesu na poziomie B2 wg ESOKJ, uwzględniając jej uwarunkowania pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystując posiadane wiadomości poza językami z zakresu biznesu	JO_U15	wykonanie zadania, kolokwium
6	potrafi planować i organizować miódziej zykowe mediacyjne działania komunikacyjne w ramach (e-)biznesu, a także współdziałać w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania, kolokwium
7	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów związanych z przekładem tekstów marketingowych	JO_K01	wykonanie zadania, kolokwium
8	jest świadomy różnic i podobieństw między kulturami i szanuje wartości innych kultur	JO_K06	wykonanie zadania, kolokwium

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów, studium przypadku)), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z tekstem pisemnym, ćwiczenia w analizowaniu, tworzeniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

umiejętności:

ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej w dwuosobowej grupie polegającej na przedstawieniu zrealizowanego projektu tłumaczeniowego, który stanowi symulację wykonania określonego zadania z praktyki (e-)biznesowej. Prezentacja projektu obejmuje oprócz przedłożenia przetłumaczonego tekstu również przedstawienie poszczególnych etapów realizacji zadania tłumaczeniowego i różnych istotnych aspektów pracy, takich jak: stosowane strategie i techniki translacyjne, wykorzystane teksty paralelne, słowniki, źródła internetowe oraz konsultacje z ekspertami z dziedziny. Ponadto obejmuje również przedstawienie terminologii specjalistycznej zawartej w tekście oraz opis trudności językowych, merytorycznych, kulturowych i innych związanych z tłumaczeniem tekstu.)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach - indywidualnie lub w zespole, polegających na nieprofesjonalnym (tłumaczenie streszczenia) i profesjonalnym tłumaczeniu biznesowego tekstu pisemnego z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej wykonanej w dwuosobowej grupie polegającej na przedstawieniu zrealizowanego projektu tłumaczeniowego, który stanowi symulację wykonania określonego zadania z praktyki (e-)biznesowej. Prezentacja projektu obejmuje oprócz przedłożenia przetłumaczonego tekstu również przedstawienie poszczególnych etapów realizacji zadania tłumaczeniowego i różnych istotnych aspektów pracy, takich jak: stosowane strategie i techniki translacyjne, wykorzystane teksty paralelne, słowniki, źródła internetowe oraz konsultacje z ekspertami z dziedziny. Ponadto obejmuje również przedstawienie terminologii specjalistycznej zawartej w tekście oraz opis trudności językowych, merytorycznych, kulturowych i innych związanych z tłumaczeniem tekstu.)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach - indywidualnie lub w zespole, polegających na nieprofesjonalnym (tłumaczenie streszczenia) i profesjonalnym tłumaczeniu biznesowego tekstu pisemnego z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Celem zajęć jest rozwijanie umiejętności prowadzenia skutecznych miódziej zykowych pisemnych działań mediacyjnych traktowanych jako naturalna działalność komunikacyjna, polegających głównie na nieprofesjonalnym tłumaczeniu tekstu marketingowego oraz w mniejszym stopniu na tłumaczeniu profesjonalnym, czyli rozwijanie umiejętności po redniczenia w komunikacji miódziej zykowej i miódziej kulturowej w kontekstach zawodowych związanych z prowadzeniem działalności (e-)biznesowej. Absolwenci kursu nabywają wiadomości, i przekład nie jest operacją substytucyjną na linearnych sekwencjach jednostek języka, lecz każdorazowo stwarzany jest nowy komunikat, który ma

wywoła to samy efekt komunikacyjny.	
Content of the study programme (short version)	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 5	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
<p>Na zaj ciach studenci dokonuj głównie nieprofesjonalnych (np. przekazanie tre ci trudnego tekstu specjalistycznego nacechowanego trudn terminologi i skomplikowan składni z dostosowaniem przekazu do potrzeb niespecjalistycznego odbiorcy, poprzez np. zamian na j zyk standardowy, prostsze i krótsze zdania i skupienie si na znaczeniu) oraz w mniejszym stopniu profesjonalnych tłumacze tekstów biznesowych z zakresu marketingu (u ytkowych oraz fachowych) dla nieprofesjonalnych i profesjonalnych odbiorców tekstów (klientów, partnerów biznesowych oraz współpracowników) z j zyka niemieckiego na polski i z polskiego na niemiecki. Pocz tkowo tłumaczone s teksty o niskim stopniu trudno ci, by nast pnie przej do tekstów bardziej wyspecjalizowanych po ustaleniu hierarchii mo liwych technik i strategii tłumaczeniowych i wyborze tych optymalnych, najbardziej pasuj cych do danej sytuacji komunikacyjnej. Studenci zapoznaj si z technikami i strategiami rozwi zywania problemów wyst puj cych w trakcie tłumaczenia pisemnego marketingowych tekstów u ytkowych i fachowych oraz ucz si odpowiedniego wykorzystania ródeł internetowych, słowników oraz tekstów paralelnych.</p> <p>wiczenia translacyjne maj na celu uwra liwienie studentów na funkcjonalny aspekt tłumaczenia, tzn. wła ciw realizacj intencji komunikacyjnej, sfer znaczeniow tekstu i jego funkcje oraz na aspekt kontrastywny, tzn. podobie stwa i ró nice dotycz ce zachowa j zykowych oraz utekstowania informacji w obydwu j zykach wynikaj ce z formalnej i kulturowej odr bno ci; oraz dodatkowo na konieczno zachowania odpowiedniej struktury dyskursywnej tekstu, aby w efekcie stworzy adekwatny i ekwiwalentny pod wzgl dem pragmatycznym i terminologicznym tekst docelowy.</p> <p>Gatunki tłumaczonych tekstów:</p> <p>Teksty wi ce si z działalno ci biznesow adresowane do partnerów zagranicznych oraz klientów lub otrzymane od partnerów zagranicznych oraz klientów, takie jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> -materiały promocyjne, takie jak: ulotki, broszury i foldery -opis firmy, opis strategii marketingowych firmy, opis produktu na stronach internetowych firm -informacje prasowe i newslettery zwi zane z działalno ci promocyjn -hasła i slogany reklamowe -teksty promocyjne w mediach społeczno ciowych -teksty wykorzystywane w kampaniach mailingowych -teksty specjalistyczne z zakresu dyskursu marketingowego 	45
Literatura	
Podstawowa	
Hatała, G.; Ratajczak, P. (red.), Słownik biznesmena polsko-niemiecki, Kanion 2016	
Kienzler, I., Słownik prawniczo-handlowy (niem.-pol. i pol.-niem.), Warszawa 2002	
Kilian, A., Słownik j zyka prawniczego i ekonomicznego / Wörterbuch der Rechts – und Wirtschaftssprache (niem.– pol.i pol.- niem), C.H. Beck, Warszawa 2002	
Smole -Wawrzusiszyn, Polskie dyskursy marketingu. Perspektywa lingwistyczna, KUL, Lublin 2018	
- Autentyczne teksty marketingowe zwi zane z działalno ci (e-)biznesow wymienione w tre ciach programowych Artykuły z zakresu prawa i marketingu z czasopism bran owych	
- W trakcie zaj wykorzystywane s informacje z m. in. z nast puj cych stron internetowych: www.ec.europa.eu www.europarl.europa.eu www.proz.com www.stp.org.pl/index.php?lang=1&id_page=191	

Uzupełniaj ca

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej		j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS			
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)		Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach		45	
Konsultacje z prowadz cym		2	
Udział w egzaminie		0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)		0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj		20	
Przygotowanie do kolokwów i egzaminu		13	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.		20	
Inne		0	
Sumaryczne obci enie prac studenta		100	
Liczba punktów ECTS			
Liczba punktów ECTS		4	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin		ECTS
	47		1,9
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin		ECTS
	52		2,1

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Tłumaczenia ustne w biznesie: angielsko-polskie i polsko-angielskie				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235274	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	3	Semestr:		5	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	5	P	30	Zaliczenie z ocen	4
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 5 - j zyk polski, j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie czwartego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	umie wykorzysta posiadana wiedz z zakresu przekładoznawstwa celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalności (e-)biznesowej w multilingwalnych kontekstach zawodowych, których wykonanie wymaga zastosowania formy mediacji międzykulturowej i międzykulturowej w postaci ustnego tłumaczenia tekstu biznesowego z języka angielskiego na polski i polskiego na angielski	JO_U01	wykonanie zadania, wypowied ustna
2	wła ciwie dobiera ródła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje, potrzebne do prowadzenia efektywnych działań komunikacyjnych w postaci przekładu tekstów ustnych biznesowych	JO_U02	wykonanie zadania, wypowied ustna

3	potrafi w zaawansowanym stopniu stosować terminologię z zakresu przekładoznawstwa zorientowaną na zastosowania praktyczne w miódziej zykowych mediacyjnych działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_U03	wykonanie zadania, wypowiedź ustna
4	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane w celu dokonania przekładu informacje z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa autorskiego	JO_U10	wykonanie zadania, wypowiedź ustna
5	potrafi kompetentnie uczestniczyć w komunikacji specjalistycznej w angielskim języku biznesu na poziomie B2+ wg ESOKJ, uwzględniając jej uwarunkowania pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystując posiadane wiadomości poza językiem z zakresu biznesu	JO_U16	wykonanie zadania, wypowiedź ustna
6	potrafi planować i organizować miódziej zykowe mediacyjne działania komunikacyjne w ramach (e-)biznesu, a także współdziałać w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania, wypowiedź ustna
7	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów związanych z ustnym przekładem tekstów biznesowych	JO_K01	wykonanie zadania, wypowiedź ustna
8	jest świadomy różnic i podobieństw między kulturami i szanuje wartości innych kultur	JO_K06	wypowiedź ustna

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów, studium przypadku)), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z tekstem pisemnym, wyczenia w analizowaniu, tworzeniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

umiejętności:

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach, polegających na nieprofesjonalnym (tłumaczenie streszczenia) i profesjonalnym tłumaczeniu ustnym tekstu biznesowego z języka angielskiego na polski i polskiego na angielski, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)
ocena wypowiedzi ustnej (ocena zaliczeniowej indywidualnej pracy zaliczeniowej polegającej na wykonaniu dwóch zadań tłumaczeniowych: spontanicznym konsekwentnym tłumaczeniu ustnym tekstu ustnego oraz spontanicznym tłumaczeniu ustnym tekstu pisemnego (tłumaczeniu a vista), stanowiących symulację naturalnych działań komunikacyjnych z zakresu praktyki biznesowej. Głównym kryterium oceny jest umiejętność realizacji określonego celu i wywołanie adekwatnego efektu komunikacyjnego u odbiorcy tekstu. Pod uwagę brane są: umiejętność słuchania ze zrozumieniem i (szybkiego) czytania ze zrozumieniem, poprawność językowa i płynność przekazu, spójność i struktura dyskursywna wypowiedzi, uwzględnienie oczekiwań odbiorcy i dopasowanie translacji stylistycznie do rejestru językowego odbiorcy)

kompetencje społeczne:

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach, polegających na nieprofesjonalnym (tłumaczenie streszczenia) i profesjonalnym tłumaczeniu ustnym tekstu biznesowego z języka angielskiego na polski i polskiego na angielski, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)
ocena wypowiedzi ustnej (ocena zaliczeniowej indywidualnej pracy zaliczeniowej polegającej na wykonaniu dwóch zadań tłumaczeniowych: spontanicznym konsekwentnym tłumaczeniu ustnym tekstu ustnego oraz spontanicznym tłumaczeniu ustnym tekstu pisemnego (tłumaczeniu a vista), stanowiących symulację naturalnych działań komunikacyjnych z zakresu praktyki biznesowej. Głównym kryterium oceny jest umiejętność realizacji określonego celu i wywołanie adekwatnego efektu komunikacyjnego u odbiorcy tekstu. Pod uwagę brane są: umiejętność słuchania ze zrozumieniem i (szybkiego) czytania ze zrozumieniem, poprawność językowa i płynność przekazu, spójność i struktura dyskursywna wypowiedzi, uwzględnienie oczekiwań odbiorcy i dopasowanie translacji stylistycznie do rejestru językowego odbiorcy)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Celem zajęć jest rozwijanie umiejętności prowadzenia skutecznych ustnych działań mediacyjnych traktowanych jako naturalna działalność komunikacyjna, polegających głównie na nieprofesjonalnym tłumaczeniu tekstu biznesowego oraz w mniejszym stopniu na tłumaczeniu profesjonalnym z języka angielskiego na polski i z polskiego na angielski, czyli rozwijanie umiejętności po redniczeniu w komunikacji między językowej i międzykulturowej w kontekstach zawodowych związanych z prowadzeniem działalności (e-)biznesowej. Absolwenci kursu nabywają wiadomości i przekład nie jest operacją substytucyjną na linearnych sekwencjach jednostek języka, lecz każdorazowo stwarzany jest nowy komunikat, który ma wywołać ten sam efekt komunikacyjny.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 5	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Studenci zapoznają się z technikami i strategiami rozwiązywania problemów występujących w trakcie konsekwentnego tłumaczenia ustnego monologowych wystąpień ustnych (np. przemówień, referatów i prezentacji multimedialnych), w trakcie konsekwentnego tłumaczenia ustnego działań interakcyjnych - rozmów i dyskusji w firmie dotyczących działań biznesowych (np. negocjacji i dyskusji prowadzonych na posiedzeniach zespołu) oraz w sytuacjach nieformalnych związanych z działalnością firmy (np. wypowiedzi cudzoziemców podczas ich pobytu w danym kraju, wypowiedzi użytkowników własnego języka podczas pobytu za granicą, w sytuacjach towarzyskich i transakcyjnych) oraz dodatkowo w trakcie tłumaczenia ustnego (nieprofesjonalnego i profesjonalnego) tekstów pisemnych/tłumaczenia a vista (np. pism urzędowych i prawniczych, korespondencji między firmami, materiałów handlowych i marketingowych, umów i dokumentów firmowych, instrukcji obsługi urządzeń, karty dań w restauracji itp.).</p> <p>Pod uwagę brany jest również aspekt kontrastywny w tłumaczeniu, tzn. podobieństwa i różnice dotyczące zachowań językowych oraz ujęcie informacji w obydwu językach wynikające z formalnej i kulturowej odrębności. Ponadto, dzięki rozwijaniu umiejętności tłumaczenia, kształcą się kompetencje bilingwalne poprzez sprawne przechodzenie z języka wyjściowego na język docelowy, a także kompetencje kulturowe ze względu na kontakt z licznymi tekstami w języku wyjściowym.</p> <p>Na zajęciach wiczone są umiejętności realizacji określonego celu komunikacyjnego i wywołanie adekwatnego efektu komunikacyjnego u odbiorców tłumaczonego tekstu – niespecjalistów i specjalistów (otrzymane od lub adresowane do klientów, partnerów biznesowych, współpracowników).</p> <p>wiczenia te obejmują :</p> <ul style="list-style-type: none"> -doskonalenie umiejętności słuchania ze zrozumieniem i (szybkiego) czytania ze zrozumieniem -doskonalenie umiejętności językowych działań produktywnych (tworzenia wypowiedzi ustnej), takich jak: dążenie do poprawności językowej i precyzji w użyciu języka, doskonalenie umiejętności płynnego przekazu oraz tworzenia tekstu spójnego i odpowiednio ustrukturyzowanego -rozwijanie umiejętności monitorowania własnej wypowiedzi w celu dokonania ewentualnej autokorekty -doskonalenie umiejętności uwzględnienia oczekiwań odbiorców i dopasowania translacji stylistycznie do ich rejestru językowego. 	30
Literatura	
Podstawowa	
Florczak, J., Tłumaczenia symultaniczne i konsekwentne. Teoria i praktyka, C.H. Beck 2013	
France, S., Mann, Ph., Kolossa, B., Pons Angielski Biznesowy Słownik Tematyczny, Lektor Klett 2006	
- Teksty autentyczne ze stron internetowych związane z działalnością (e-)biznesową wymienione w treściach programowych	
- Strona Komisji Europejskiej z tekstami do wziętymi w tłumaczeniu ustnym (konsekwentne i symultaniczne): Speech Repository https://webgate.ec.europa.eu/sr/	
Uzupełniająca	

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	językoznawstwo
Sposób określenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]
Udział w zajęciach	30

Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	38	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	0	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	30	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	51	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Tłumaczenia ustne w biznesie: niemiecko-polskie i polsko-niemieckie				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235280	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	3	Semestr:		6	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	6	P	30	Zaliczenie z ocen	4
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 6 - j zyk polski, j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pi tego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	umie wykorzysta posiadán wiedz z zakresu przekładoznawstwa celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnych kontekstach zawodowych, których wykonanie wymaga zastosowania formy mediacji mi dzyj zykowej i mi dzykulturowej w postaci ustnego tłumaczenia tekstu biznesowego z j zyka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki	JO_U01	wykonanie zadania, kolokwium
2	wła ciwie dobiera ródła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje, potrzebne do prowadzenia efektywnych działań komunikacyjnych w postaci przekładu tekstów ustnych biznesowych	JO_U02	wykonanie zadania, kolokwium

3	potrafi w zaawansowanym stopniu stosować terminologię z zakresu przekładoznawstwa zorientowaną na zastosowania praktyczne w miódz ykowych mediacyjnych działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_U03	wykonanie zadania, kolokwium
4	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane w celu dokonania przekładu informacje z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa autorskiego	JO_U10	wykonanie zadania, kolokwium
5	potrafi kompetentnie uczestniczyć w komunikacji specjalistycznej w niemieckim języku biznesu na poziomie B2+ wg ESOKJ, uwzględniając jej uwarunkowania pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystując posiadane wiadomości poza językiem z zakresu biznesu	JO_U15	wykonanie zadania, kolokwium
6	potrafi planować i organizować miódz ykowe mediacyjne działania komunikacyjne w ramach (e-)biznesu, a także współdziałać w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania, kolokwium
7	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów związanych z ustnym przekładem tekstów biznesowych	JO_K01	wykonanie zadania, kolokwium
8	jest świadomy różnic i podobieństw między kulturami i szanuje wartości innych kultur	JO_K06	wykonanie zadania, kolokwium

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, mini-symulacje, burza mózgów, studium przypadku)), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z tekstem pisemnym, ćwiczenia w analizowaniu, tworzeniu i przetwarzaniu tekstu pisemnego, prezentacje multimedialne indywidualne lub grupowe)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

umiejętności:

ocena kolokwium (ocena z kolokwium indywidualnej pracy zaliczeniowej polegającej na wykonaniu dwóch zadań tłumaczeniowych: spontanicznym konsekwentnym tłumaczeniu ustnym tekstu ustnego oraz spontanicznym tłumaczeniu ustnym tekstu pisemnego (tłumaczeniu a vista), stanowi symulację naturalnych działań komunikacyjnych z zakresu praktyki biznesowej. Głównym kryterium oceny jest umiejętność realizacji określonego celu i wywołanie adekwatnego efektu komunikacyjnego u odbiorcy tekstu. Pod uwagę brane są: umiejętność słuchania ze zrozumieniem i (szybkiego) czytania ze zrozumieniem, poprawność językowa i płynność przekazu, spójność i struktura dyskursywna wypowiedzi, uwzględnienie oczekiwań odbiorcy i dopasowanie translacji stylistycznie do rejestru językowego odbiorcy)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach, polegających na nieprofesjonalnym (tłumaczenie streszczenia) i profesjonalnym tłumaczeniu ustnym tekstu biznesowego z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki, stanowi symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

ocena kolokwium (ocena z kolokwium indywidualnej pracy zaliczeniowej polegającej na wykonaniu dwóch zadań tłumaczeniowych: spontanicznym konsekwentnym tłumaczeniu ustnym tekstu ustnego oraz spontanicznym tłumaczeniu ustnym tekstu pisemnego (tłumaczeniu a vista), stanowi symulację naturalnych działań komunikacyjnych z zakresu praktyki biznesowej. Głównym kryterium oceny jest umiejętność realizacji określonego celu i wywołanie adekwatnego efektu komunikacyjnego u odbiorcy tekstu. Pod uwagę brane są: umiejętność słuchania ze zrozumieniem i (szybkiego) czytania ze zrozumieniem, poprawność językowa i płynność przekazu, spójność i struktura dyskursywna wypowiedzi, uwzględnienie oczekiwań odbiorcy i dopasowanie translacji stylistycznie do rejestru językowego odbiorcy)

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach, polegających na nieprofesjonalnym (tłumaczenie streszczenia) i profesjonalnym tłumaczeniu ustnym tekstu biznesowego z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki, stanowi symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Celem zajęć jest rozwijanie umiejętności prowadzenia skutecznych ustnych działań mediacyjnych traktowanych jako naturalna działalność komunikacyjna, polegających głównie na nieprofesjonalnym tłumaczeniu tekstu biznesowego oraz w mniejszym stopniu na tłumaczeniu profesjonalnym, czyli rozwijanie umiejętności po redniczeniu w komunikacji międzyjęzykowej i międzykulturowej w kontekstach zawodowych związanych z prowadzeniem działalności (e-)biznesowej. Absolwenci kursu nabywają wiadomości, i przekład nie jest operacją substytucyjną na linearnych sekwencjach jednostek języka, lecz każdorazowo stwarzany jest nowy komunikat, który ma wywołać ten sam efekt komunikacyjny.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 6	
Forma zajęć : wiczenia praktyczne	
<p>Studenci zapoznają się z technikami i strategiami rozwiązywania problemów występujących w trakcie konsekwentnego tłumaczenia ustnego monologowych wystąpień ustnych (np. przemówień, referatów i prezentacji multimedialnych), w trakcie konsekwentnego tłumaczenia ustnego działań interakcyjnych - rozmów i dyskusji w firmie dotyczących działań biznesowych (np. negocjacji i dyskusji prowadzonych na posiedzeniach zespołu) oraz w sytuacjach nieformalnych związanych z działalnością firmy (np. wypowiedzi cudzoziemców podczas ich pobytu w danym kraju, wypowiedzi użytkowników własnego języka podczas pobytu za granicą, w sytuacjach towarzyskich i transakcyjnych) oraz dodatkowo w trakcie tłumaczenia ustnego (nieprofesjonalnego i profesjonalnego) tekstów pisemnych/tłumaczenia a vista (np. pism urzędowych i prawniczych, korespondencji między firmami, materiałów handlowych i marketingowych, umów i dokumentów firmowych, instrukcji obsługi urządzeń, karty dań w restauracji itp.).</p> <p>Pod uwagę brany jest również aspekt kontrastywny w tłumaczeniu, tzn. podobieństwa i różnice dotyczące zachowań językowych oraz ujęcie informacji w obydwu językach wynikające z formalnej i kulturowej odrębności. Ponadto, dzięki rozwijaniu umiejętności tłumaczenia, kształcą się kompetencje bilingwalne poprzez sprawne przechodzenie z języka wyjściowego na język docelowy, a także kompetencje kulturowe ze względu na kontakt z licznymi tekstami w języku wyjściowym.</p> <p>Na zajęciach wiczone są umiejętności realizacji określonego celu komunikacyjnego i wywołanie adekwatnego efektu komunikacyjnego u odbiorców tłumaczonego tekstu – niespecjalistów i specjalistów (otrzymane od lub adresowane do klientów, partnerów biznesowych, współpracowników).</p> <p>wiczenia te obejmują :</p> <ul style="list-style-type: none"> -doskonalenie umiejętności słuchania ze zrozumieniem i (szybkiego) czytania ze zrozumieniem -doskonalenie umiejętności językowych działań produktywnych (tworzenia wypowiedzi ustnej), takich jak: dążenie do poprawności językowej i precyzji w użyciu języka, doskonalenie umiejętności płynnego przekazu oraz tworzenia tekstu spójnego i odpowiednio ustrukturyzowanego -rozwijanie umiejętności monitorowania własnej wypowiedzi w celu dokonania ewentualnej autokorekty -doskonalenie umiejętności uwzględnienia oczekiwań odbiorców i dopasowania translacji stylistycznie do ich rejestru językowego. 	30
Literatura	
Podstawowa	
Florczak, J., Tłumaczenia symultaniczne i konsekwentne. Teoria i praktyka, C.H. Beck, Warszawa 2013	
- Teksty autentyczne związane z działalnością (e-)biznesową wymienione w treściach programowych	
- Strona internetowa Komisji Europejskiej z tekstami do wiczeń w tłumaczeniu ustnym (konsekwentne i symultaniczne): Speech Repository https://webgate.ec.europa.eu/sr/	
Uzupełniająca	

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	Językoznawstwo
Sposób określenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]
Udział w zajęciach	30
Konsultacje z prowadzącym	2

Udział w egzaminie	0	
Bezporedni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	25	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	18	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	25	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	53	2,1

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Wprowadzenie do teorii i praktyki tłumacze				
Course / group of courses:	Introduction to the Theory and Practice of Translation				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235248	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	2	Semestr:	3		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3		15	Zaliczenie z ocen	1
		W	15	Egzamin	1
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada w zaawansowanym stopniu wiedzy dotycz c wybranych faktów i zjawisk z zakresu przekładoznawstwa zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania
2	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zakresu przekładoznawstwa znajduj c zastosowanie w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W02	wykonanie zadania
3	wła ciwie dobiera ródła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje, potrzebne do wykonania przekładu tekstów pisemnych i ustnych	JO_U02	wykonanie zadania

4	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane w celu dokonania przekładu informacje z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa autorskiego	JO_U12	wykonanie zadania
5	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści i zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów związanych z przekładem tekstów	JO_K01	wykonanie zadania
6	jest wiadom różnic i podobieństw między kulturami i szanuje wartości innych kultur	JO_K06	wykonanie zadania

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (wykład informacyjny), metody problemowe (wykład konwersatoryjny, metody aktywizujące, dyskusja dydaktyczna, analiza przypadku, burza mózgów, mini-symulacje), metody eksponujące (prezentacje PP, materiał audiowizualny)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej indywidualnie lub w zespole, dotyczących ustnej prezentacji szczegółowych zagadnień teoretycznych z zakresu przekładoznawstwa)

ocena zadania wykonanego na zajęciach, polegającego na przetłumaczeniu tekstu pisemnego i ustnego. Kryteria oceny wykonanego zadania:

- zgodność merytoryczna tłumaczenia z oryginałem
- poprawność językowo-stylistyczna tłumaczenia
- aspekty dodatkowe (opanowanie stresu, modulacja głosu, zastosowanie strategii kompensacyjnych w sytuacji gdy nie zna się jakiegoś słowa czy wyrażenia)

umiejętności:

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej indywidualnie lub w zespole, dotyczących ustnej prezentacji szczegółowych zagadnień teoretycznych z zakresu przekładoznawstwa)

ocena zadania wykonanego na zajęciach, polegającego na przetłumaczeniu tekstu pisemnego i ustnego. Kryteria oceny wykonanego zadania:

- zgodność merytoryczna tłumaczenia z oryginałem
- poprawność językowo-stylistyczna tłumaczenia
- aspekty dodatkowe (opanowanie stresu, modulacja głosu, zastosowanie strategii kompensacyjnych w sytuacji gdy nie zna się jakiegoś słowa czy wyrażenia)

kompetencje społeczne:

ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej indywidualnie lub w zespole, dotyczących ustnej prezentacji szczegółowych zagadnień teoretycznych z zakresu przekładoznawstwa)

ocena zadania wykonanego na zajęciach, polegającego na przetłumaczeniu tekstu pisemnego i ustnego. Kryteria oceny wykonanego zadania:

- zgodność merytoryczna tłumaczenia z oryginałem
- poprawność językowo-stylistyczna tłumaczenia
- aspekty dodatkowe (opanowanie stresu, modulacja głosu, zastosowanie strategii kompensacyjnych w sytuacji gdy nie zna się jakiegoś słowa czy wyrażenia)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest uzyskanie zaliczenia z ocen zaliczeniowych (wykonanie zadań etapowych) oraz obecność na wykładach (13 z 15).

Ocena z pisemnego testu egzaminacyjnego.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązkowy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązkowy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązkowy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązkowy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązkowy materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Celem zajęć jest zapoznanie studentów z wybranymi językoznawczymi podejściami i teoriami mającymi zastosowanie w przekładzie oraz z zagadnieniami z zakresu przekładoznawstwa, takimi jak odpowiednie dla rodzaju tekstu techniki i strategie przekładowe, problemy napotymane w procesie przekładu oraz zjawisko ekwiwalencji i nieprzekładalności językowej i kulturowej. Dodatkowym celem jest wykształcenie umiejętności praktycznego zastosowania nabytej wiedzy podczas rozwiązywania problemów tłumaczeniowych z wykorzystaniem ról wspomagających tłumaczenie oraz umiejętności weryfikacji tych ról.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

Liczba godzin

Semestr: 3	
Forma zaj : wykład	
<p>Zajęcia obejmują następujące treści:</p> <p>Tłumaczenie jako proces komunikacji językowej.</p> <p>Podstawowe terminy i pojęcia związane z teorią i praktyką przekładu.</p> <p>Rodzaje tłumaczeń .</p> <p>Definicje i rodzaje znaczenia.</p> <p>Poziomy ekwiwalencji w przekładzie.</p> <p>Transformacje w procesie przekładu.</p> <p>Identyfikacja typu tekstu i jego rejestru a dobór odpowiednich strategii i technik w przekładzie.</p> <p>Znaczenie ról wspomagających tłumaczenie – tradycyjnych i internetowych: tekstów paralelnych, słowników i encyklopedii, wyszukiwarek internetowych, portali oferujących pomoc translacyjną oraz umiejętność weryfikowania tych ról.</p> <p>Znaczenia wiedzy poza językową z danej dziedziny w procesie translacji - zasięgnięciu opinii ekspertów z danej dziedziny w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów związanych z przekładem tekstów.</p> <p>Kompetencje tłumacza.</p> <p>Tłumaczenie gier słownych</p> <p>Transpozycja kulturowa</p> <p>Problematyka nieprzekładalności na przykładzie tekstów silnie nacechowanych kulturowo</p> <p>Analiza błędów w tłumaczeniu.</p> <p>Tłumaczenie a transfer międzyjęzykowy i interferencja (prawdziwi i fałszywi przyjaciele tłumacza).</p> <p>wiczenia w przekładzie pisemnym i ustnym (konsekwentnym i a vista).</p>	15
Forma zaj : wiczenia audytoryjne	
<p>Zajęcia obejmują następujące treści:</p> <p>Tłumaczenie jako proces komunikacji językowej.</p> <p>Podstawowe terminy i pojęcia związane z teorią i praktyką przekładu.</p> <p>Rodzaje tłumaczeń .</p> <p>Definicje i rodzaje znaczenia.</p> <p>Poziomy ekwiwalencji w przekładzie.</p> <p>Transformacje w procesie przekładu.</p> <p>Identyfikacja typu tekstu i jego rejestru a dobór odpowiednich strategii i technik w przekładzie.</p> <p>Znaczenie ról wspomagających tłumaczenie – tradycyjnych i internetowych: tekstów paralelnych, słowników i encyklopedii, wyszukiwarek internetowych, portali oferujących pomoc translacyjną oraz umiejętność weryfikowania tych ról.</p> <p>Znaczenia wiedzy poza językową z danej dziedziny w procesie translacji - zasięgnięciu opinii ekspertów z danej dziedziny w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów związanych z przekładem tekstów.</p> <p>Kompetencje tłumacza.</p> <p>Tłumaczenie gier słownych</p> <p>Transpozycja kulturowa</p> <p>Problematyka nieprzekładalności na przykładzie tekstów silnie nacechowanych kulturowo</p> <p>Analiza błędów w tłumaczeniu.</p> <p>Tłumaczenie a transfer międzyjęzykowy i interferencja (prawdziwi i fałszywi przyjaciele tłumacza).</p> <p>wiczenia w przekładzie pisemnym i ustnym (konsekwentnym i a vista).</p>	15
Literatura	
Podstawowa	
Belczyk, A., Poradnik tłumacza, Idea, Kraków 2009	
Hejwowski, K., Kognitywno-komunikacyjna teoria przekładu, PWN, Warszawa 2006	

Kielar, B., Zarys translatoryki, Katedra Języków Specjalistycznych UW, Warszawa 2003

Maliszewski, J., Strategie translatoryczne w tłumaczeniu tekstów specjalistycznych w biznesie : tłumaczenie, przekład, komunikacja, Wydawnictwa Wydziału Zarządzania Politechniki Czestochowskiej, Czestochowa 2005

Tabakowska, E., Myśl językoznawcza z myślą o przekładzie, Kraków 2015

Uzupełniająca

Lipski, K., Vademecum tłumacza, Idea, Kraków 2004

Tabakowska, E. (red.), Kognitywne podstawy języka i językoznawstwa, Universitas, Kraków 2001

Wiraszka, Ł., Gramatyka ma znaczenie. [W:] Gramatyka w przekładzie, Universitas, Kraków 2022

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	Językoznawstwo	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	2	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w szczególnych okolicznościach, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	5	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	6	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	5	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	34	1,4
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	27	1,1

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Wprowadzenie na rynek pracy				
Course / group of courses:	Introduction to the Labour Market				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235411	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	0	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	3	Semestr:	6		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	6	W	4	Zaliczenie	0
Razem			4		0
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 6 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrąfi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna metody poszukiwania pracy oraz poruszania si w przestrzeni instytucji po rednictwa pracy;	JO_W08	ocena aktywno ci
2	zna zasady kreowania dokumentów aplikacyjnych;	JO_W08	ocena aktywno ci
3	zna definicje terminów kompetencje (twarde vs. mi kkie), kwalifikacje, mobilno (fizyczna i psychologiczna);	JO_W08	ocena aktywno ci
4	potrafi przygotowa poprawne dokumenty aplikacyjne, a tak e potrafi komunikowa si skutecznie;	JO_U17	ocena aktywno ci

5	rozwija umiejętność aktywnego poszukiwania pracy (metody poszukiwania, curriculum vitae, list motywacyjny, rozmowa kwalifikacyjna, autoprezentacja);	JO_U18	ocena aktywności
6	potrafi nazwać i opisać swoje kompetencje w zakresie kompetencji kluczowych oraz zawodowych;	JO_U18	ocena aktywności
7	rozumie konieczność uczenia się przez całe życie oraz pracowania nad własnym rozwojem;	JO_K04	ocena aktywności

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

(wykład, dyskusja moderowana, praca w grupie, studium przypadku)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

wiedza:

ocena aktywności (ocena aktywności na zajęciach)

umiejętności:

ocena aktywności (ocena aktywności na zajęciach)

kompetencje społeczne:

ocena aktywności (ocena aktywności na zajęciach)

Warunki zaliczenia

Warunkiem zaliczenia jest obecność na zajęciach.

Ze względu na formę i czas trwania zajęć ocena efektów kształcenia może być w minimalnym stopniu - opiera się jedynie tylko o końcową ewaluację zaproponowaną studentom.

Treści programowe (opis skrócony)

1. Podsumowanie i ocena zdobytych podczas studiów kompetencji (z uwzględnieniem kompetencji twardych, miękkich, a także kluczowych). 2. Metody poszukiwania pracy (z określeniem skuteczności poszczególnych metod). Analiza rozwiązań adresowanych do młodych proponowane w projekcie nowelizacji ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy. Kompetencje Powiatowych Urzędów Pracy i ich oferta. Proces budowania własnej marki w kontekście przygotowywania się do wzięcia udziału w procesie rekrutacyjnym. 3. Źródła sukcesu w życiu zawodowym - wypracowanie wspólnego stanowiska na bazie popularnych obecnie trendów pracy nad własnym rozwojem.

Content of the study programme (short version)

1. Summary and evaluation of competencies acquired during the studies (including hard, soft, and key competences). 2. Methods of searching for work (specifying the effectiveness of each method). Analysis of solutions addressed to the youth, proposed in the draft amendment to the Act on employment promotion and labor market institutions. Competences of District Labour Offices and their offer. The process of building the own brand in the context of preparing students to take part in the recruitment process. 3. Sources of success in professional life - working out a common position on the basis of today's popular trends as regards working on the own development

Treści programowe

Liczba godzin

Semestr: 6

Forma zajęć: **wykład**

1. Podsumowanie i ocena zdobytych podczas studiów kompetencji (z uwzględnieniem kompetencji twardych, miękkich, a także kluczowych). 2. Metody poszukiwania pracy (z określeniem skuteczności poszczególnych metod). Analiza rozwiązań adresowanych do młodych proponowane w projekcie nowelizacji ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy. Kompetencje Powiatowych Urzędów Pracy i ich oferta. Proces budowania własnej marki w kontekście przygotowywania się do wzięcia udziału w procesie rekrutacyjnym. 3. Źródła sukcesu w życiu zawodowym – wypracowanie wspólnego stanowiska na bazie popularnych obecnie trendów pracy nad własnym rozwojem

4

Literatura

Podstawowa

Bańska A., Motywacja osiągnięć, STUDIO PRINT-B, Poznań 2005

Dale M., Skuteczna rekrutacja i selekcja pracowników, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2001

Eggert M., Doskonała kariera, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2004

Uzupełniająca

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej		
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	4	
Konsultacje z prowadz cym	0	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wype lniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	0	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	0	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	0	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	4	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	0	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	4	0,0
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	0	0,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Wst p do j zykoznawstwa				
Course / group of courses:	Introduction to Linguistics				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235222	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	obowi zkowy		
Rok studiów:	1	Semestr:	1		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	W	15	Egzamin	2
Razem			15		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	ma uporz dkowan wiedz na temat j zykoznawstwa oraz jego miejsca w systemie nauk humanistycznych oraz zna w zaawansowanym stopniu komunikacyjne funkcje j zyka i rozumie relacje mi dzy struktur j zyka a jego u yciem w kontek cie komunikacji mi dzyludzkiej, zwłaszcza (e)biznesowej	JO_W01	egzamin
2	zna terminologi z zakresu j zykoznawstwa zorientowan na zastosowania praktyczne i przydatn w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W02	egzamin
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			
metody podaj ce (wykład)			

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się	
wiedza: egzamin (egzamin pisemny w formie krótkich ustrukturyzowanych pytań oraz w formie testu wielokrotnego wyboru)	
Warunki zaliczenia	
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Obecność na wykładach (13 z 15). Ocena z pisemnego testu egzaminacyjnego.	
Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.	
Treści programowe (opis skrócony)	
Kurs poświęcony jest opisowi języka jako narzędzia porozumiewania się między ludźmi. Prezentuje język jako system pozwalający mówić i komunikować się w optymalny sposób. Opis systemu koncentruje się na jego wszystkich elementach i określa ich rolę w komunikacji językowej. Kurs wprowadza i objaśnia podstawowe pojęcia z językoznawstwa, tłumaczy hierarchicznie system językowy oraz funkcje języka w komunikacji. Kurs rozpatruje najważniejsze aspekty struktury i funkcjonowania języka z perspektywy jego użycia w kontekście komunikacji międzyludzkiej (pragmatyka i dyskurs).	
Content of the study programme (short version)	
Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 1	
Forma zajęć: wykład	
Program zajęć obejmuje następujące zagadnienia: Przedmiot badań językoznawstwa (językoznawstwo kognitywne) Podstawy klasyfikacji genealogicznej języków świata (klasyfikacja języków indoeuropejskich) oraz podstawy typologii języków. Język jako narzędzie porozumiewania się między ludźmi. Język jako system pozwalający komunikować się w optymalny sposób. Opis elementów wchodzących w skład systemu językowego i ich rola w komunikacji językowej. Podstawowe pojęcia z zakresu językoznawstwa. Hierarchiczny system językowego. Funkcje języka w komunikacji. Najważniejsze aspekty struktury i funkcjonowania języka z perspektywy jego użycia w kontekście komunikacji międzyludzkiej (pragmatyka i dyskurs).	15
Literatura	
Podstawowa	
Aitchison, J., Ziarna mowy. Początki i rozwój języka, PIW 2006	
Grzegorzczak, R., Wstęp do językoznawstwa, PWN, Warszawa 2012	
Łuczyński, E., Mańkiewicz, J., Językoznawstwo ogólne. Wybrane zagadnienia, Wyd. UG, Gdańsk 2011	
Pisarek, W., Wstęp do nauki o komunikowaniu, Warszawa 2008	
Polański, K. (red.), Encyklopedia językoznawstwa ogólnego, Wrocław 1999	
Uzupełniająca	

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	j zykoznawstwo	
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	15	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	2	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	11	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	10	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	10	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	19	0,8
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	0	0,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Wychowania Fizycznego				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Wychowanie fizyczne				
Course / group of courses:	Physical Education				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235216	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	0	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	1, 2		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	P	30	Zaliczenie z ocen	0
	2	P	30	Zaliczenie z ocen	0
Razem			60		0
Koordynator:					
Prowadz cy zaj cia:	mgr Marcin Bibro, mgr Katarzyna Kumi ga, dr Beata Nowak, mgr Marek Skrobot, mgr Anita Ziemba, mgr Magdalena Zyznar-Wardzała				
J zyk wykładowy:	semestr: 1 - j zyk polski, semestr: 2 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
Orzeczenie lekarskie o zdolno ci do studiowania			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	ma wiedz na temat prowadzenia zdrowego trybu ycia, zna ogóln teori ró nych dyscyplin sportowych i odno ne przepisy, rozumie podstawowe poj cia zwi zane z turystyk i rekreacj , na zasady podejmowania aktywno ci fizycznej w celu zwi kszanie wydolno ci organizmu i podnoszenie jako ci ycia		kolokwium, praca pisemna
2	rozumie kontekst dylematów współczesnej cywilizacji w odniesieniu do chorób cywilizacyjnych i ich zapobiegania		kolokwium, praca pisemna
3	dysonuje umiej tno ciami motorycznymi z zakresu wybranych dyscyplin sportowych, stosuje ró ne formy aktywno ci prozdrowotnej, rekreacyjnej i turystycznej		obserwacja wykonania zada , ocena aktywno ci, praca pisemna, obserwacja

3	dysponuje umie tno ciami motorycznymi z zakresu wybranych dyscyplin sportowych, stosuje ró ne formy aktywno ci prozdrowotnej, rekreacyjnej i turystycznej		zachowa
4	potrafi komunikowa si i współdziała z innymi w zespole w zakresie aktywno ci sportowej, turystycznej, rekreacyjnej i prozdrowotnej		obserwacja wykonania zada , ocena aktywno ci, praca pisemna, obserwacja zachowa
5	samodzielnie planuje i realizuje działania podnosz ce poziom własnej sprawno ci i realizuj ce zdrowy tryb ycia, ukierunkowuje tak e innych w tym zakresie		obserwacja wykonania zada , ocena aktywno ci, praca pisemna, obserwacja zachowa
6	jest gotów krytycznie oceni swoj wiedz , umie tno ci i kompetencje w aspekcie aktywno ci fizycznej i zdrowego trybu ycia oraz zasi gn opinii specjalisty		ocena aktywno ci
7	kultywuje i upowszechnia wzory wła ciwego post powania prozdrowotnego w rodowisku społecznym, przestrzega zasad fair play, dba o bezpiecze stwo w trakcie aktywno ci ruchowej		ocena aktywno ci

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

metody podaj ce (metody nauczania: obja nienie, pokaz, instrukta), metody praktyczne (metody nauczania ruchu: analityczna, syntetyczna i kompleksowa), samodzielna praca studentów (samokształcenie) (samodzielne korzystanie z materiałów dydaktycznych: filmów, piktogramów, opisów techniki, przepisów sportowych dotycz cych ró nych dyscyplin sportowych), e-learning - metody i techniki kształcenia na odległo (udost pnianie materiałów dydaktycznych na platformach edukacyjnych, wykorzystywanie narz dzi "chmurowych", wykorzystywanie ró nych komunikatorów), metody problemowe (metody prowadzenia zaj : odtwórcze (na ladowcza ciska, zadaniowa ciska)), metody podaj ce (wykład tradycyjny, wykład z wykorzystaniem prezentacji (PP), obja nienie, omówienie, opis)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

wiedza:

ocena kolokwium (ocena kolokwium (test wielokrotnych odpowiedzi dotycz cy przepisów sportowych, podstawowej wiedzy dotycz cej ró nych dyscyplin sportowych))
ocena pracy pisemnej (ocena konspektu, referatu z wicze ,
ocena pracy zaliczeniowej, innych opracowa pisemnych)

umiej tno ci:

obserwacja wykonania zada (obserwacja bezpo rednia studenta w czasie wykonywania działa (podczas wicze , podczas gry), wła ciwych dla danego zadania: samodzielne prowadzenie zaj np.: rozgrzewki psychomotorycznej, s dziowania)
obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych podczas gier zespołowych, dyscyplin indywidualnych)
ocena aktywno ci (ocena aktywno ci na zaj ciach, sprawdzian praktyczny wybranych elementów z gier zespołowych, pływania, dyscyplin indywidualnych. Ocena progresu w nauce nowych elementów technicznych, zdobywania nowych umie tno ci w grach zespołowych oraz dyscyplinach indywidualnych)
ocena pracy pisemnej (ocena konspektu, referatu z wicze ,
ocena pracy zaliczeniowej, innych opracowa pisemnych)

kompetencje społeczne:

ocena aktywno ci (ocena aktywno ci na zaj ciach, sprawdzian praktyczny wybranych elementów z gier zespołowych, pływania, dyscyplin indywidualnych. Ocena progresu w nauce nowych elementów technicznych, zdobywania nowych umie tno ci w grach zespołowych oraz dyscyplinach indywidualnych)

Warunki zaliczenia

Zaliczenie z ocen semestr I i II zgodnie z obowi zuj c skal ocen.
Warunkiem uzyskania zaliczenia jest: odpowiednia frekwencja oraz aktywny udział w zaj ciach.

Zaj cia ogólnouczelniane:

Wychowanie fizyczne: Atletyka

Aktywny udział w zaj ciach, odpowiednia frekwencja, sprawdzian praktyczny, post py. Zaliczenie praktyczne z ocen .

Wychowanie fizyczne: Fitness

Aktywny udział w zaj ciach, odpowiednia frekwencja, sprawdzian praktyczny, post py. Zaliczenie praktyczne z ocen .

Wychowanie fizyczne: Pływanie (nauka i doskonalenie)

Aktywny udział w zaj ciach, odpowiednia frekwencja, sprawdzian praktyczny, post py. Zaliczenie praktyczne z ocen .

Wychowanie fizyczne: Zaj cia sportowo-rekreacyjne

Sprawdzian umie tno ci technicznych: ocena umie tno ci technicznych na podstawie obserwacji i post pów skuteczno ci techniki gry w ró nych dyscyplinach sportowych.

Umiej tno ci techniczne w zakresie podstawowych dyscyplin sportowych.

Ocena wykonania wiczenia, odpowiednia frekwencja oraz aktywno w czasie zaj .

Ocena prac pisemnych, multimedialnych.

Zaj cia zblokowane w formie obozu:

Obóz narciarski

Zaliczenie z ocen : semestr I lub II, zgodnie z obowi zuj c skal ocen.

Warunkiem zaliczenia jest aktywny udział w zaj ciach oraz obecno na wszystkich zaj ciach.

Zaliczenie podstawowych elementów i ewolucji narciarskich oraz jazdy obserwowanej.

Obóz w drowny

Ocena praktycznych umie tno ci podczas wycieczek turystycznych, czynny udział w zaj ciach: przygotowywanie materiałów do zaj .

Zaj cia dla studentów ze zwolnieniami lekarskimi:

Wychowanie fizyczne: (L4) Modelowanie sylwetki: Gimnastyka kompensacyjna
Sprawdzian praktyczny z umiejętności wykonania ćwiczeń w zależności od schorzenia.

Wychowanie fizyczne: (L4) Turystyka piesza
Aktywny udział w zajęciach. Odpowiednia frekwencja na zajęciach. Przygotowanie zagadnień do wycieczek pieszych.

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.
Ocena wystawiana na podstawie ocen cząstkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Zajęcia ogólnouczelniane:

Wychowanie fizyczne: Atletyka

Podstawowe wiadomości z zakresy anatomicznej budowy ciała. Zasady, formy i metody treningu siłowego oraz wydolności organizmu. Współczesne trendy w żywieniu sportowców i ludzi aktywnych.

Wychowanie fizyczne: Fitness

Charakterystyka poszczególnych zajęć fitness. Opanowanie podstawowych umiejętności ruchowych stosowanych w fitnessie.

Wychowanie fizyczne: Pływanie (nauka i doskonalenie)

Nauka i doskonalenie umiejętności pływania kałdym stylem, opanowanie poprawnej techniki wykonywania startów i nawrotów. Poznanie zasad bezpieczeństwa nad wodą.

Wychowanie fizyczne: Zajęcia sportowo-rekreacyjne

Poprawienie ogólnej sprawności motorycznej, fizycznej poprzez ćwiczenia ogólnorozwojowe. Opanowanie techniki w zakresie podstawowych dyscyplin sportu i różnych form aktywności ruchowej, podstawowych elementów technicznych wybranych sportów walki, umożliwiających zastosowanie ich w sytuacji samoobrony. Nauczanie techniki wspinania. Podstawowe informacje o sprężynie. Umiejętność organizowania czasu wolnego dla siebie i członków swojej rodziny

Zajęcia zblokowane w formie obozu:

Wychowanie fizyczne: Obóz narciarski

Teoria i praktyka narciarstwa zjazdowego. Nauczanie i doskonalenie elementów i ewolucji narciarskich.

Wychowanie fizyczne: Obóz w drowny

Przygotowanie studentów do organizowania wycieczek turystycznych i krajoznawczych. Znajomość historii, zabytków oraz topografii najbliższej okolicy.

Zajęcia dla studentów ze zwolnieniami lekarskimi:

Wychowanie fizyczne: (L4) Modelowanie sylwetki: Gimnastyka kompensacyjna

Kształtowanie wzorców ruchowych, które zaginęły w skutek dysfunkcji. Podtrzymywanie zdrowia poprzez wyposaenie umiejętności, wiedzy i poprawę sprawności fizycznej, które pozwolą na zmniejszenie ryzyka nawrotu dolegliwości.

Wychowanie fizyczne: (L4) Turystyka piesza

Przygotowanie studentów do organizowania wycieczek turystycznych i krajoznawczych. Podstawowa znajomość historii, zabytków oraz topografii okolicy.

Content of the study programme (short version)

General university classes: Physical education:

Athletics:

Safety during exercise. Basic knowledge of the anatomical structure of the body. The principles, forms and methods of training muscle strength and endurance of the body. Contemporary trends in nutrition for athletes and active people.

Fitness:

History, definitions, division. Characteristics of individual fitness classes. Mastering basic fitness skills used in fitness.

Physical education: Swimming (learn and improve)

Learning and improving swimming skills and styles, mastering the correct technique of taking off and relapsing. Understanding the safety rules. Rules in competitive swimming.

Physical education: Sports and recreational activities

Improvement of the general motor and physical fitness through body exercises. The control of technical skills in the terms of basic sport discipline and forms of physical activity, mastering the basic technical elements of selected combat sports. Getting to know the artificial wall. Basic information about hardware. Teaching climbing techniques. The ability to organize free time for you and your family members.

Classes blocked in the form of a camp: Physical Education:

Ski Camp: Theory and practice of downhill skiing. Practical improvement of ski's elements and evolution.

Physical education: Traveling Camp

Practical preparing students' to organize tourist and sightseeing trips. Basic knowledge of the history, monuments and topography of the nearest area.

Zajęcia dla studentów ze zwolnieniami lekarskimi:

Physical education: (L4) Body shaping - Compensatory gymnastics

Re-shaping movement patterns that have disappeared as a result of dysfunction. Sustaining health through equipping skills, knowledge and improving physical fitness, which will help reduce the risk of recurrence of ailments

Hiking

Knowledge of the topography of the area.

Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 1	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
<p>Zajęcia ogólnouczelniane:</p> <p>Wychowanie fizyczne: Atletyka</p> <p>Zasady bezpieczeństwa, asekuracja podczas wicze . Podstawowe wiadomości z zakresu anatomii: przebieg mięśni i lokalizacja przyczepów mięśniowych. Zasady treningowe dla początkujących: zasada stopniowego zwiększania obciążeń treningowych, wykonywania wicze w seriach, izolacji grup mięśniowych, treningu całego ciała, treningu cyklicznego, treningu izometrycznego. Ogólne zasady współczesnych trendów w żywieniu sportowców i ludzi aktywnych. Rola i znaczenie prawidłowej rozgrzewki oraz wicze rozciągających i relaksacyjnych. Wiczenia siłowe z zastosowaniem różnych form i metod jej kształtowania w zależności od indywidualnego zapotrzebowania wiczących. Zasady treningi aerobowego. Wiczenia aerobowe z wykorzystaniem: bieżni, cykloergometru, orbitreka, ergometru wiosłarskiego.</p> <p>Wychowanie fizyczne: Fitness</p> <p>Bhp na zajęciach Fitness. Regulamin korzystania z sali gimnastycznej (choreograficznej), system oceniania. Fitness-historia, definicje, podział. Opanowanie umiejętności praktycznych z zakresu poszczególnych modułów Fitness: High impact, Low impact, Hi-lo combination, latino aerobik, Abs, Buns & Things (ABT), Total Body Condition (TBC), Step aerobik, Interval Training, Body Sculpting, Body Ball, Circuit Training (trening obwodowy), Tabata, CrossFit. Nordic Walking, wiczenia terenowe, marszbieg, wiczenia wzmacniające z przyborami: z tałami, piłkami, hantlami, kettlebellami, ciężarkami. Stretching, Pilates, Joga, Body Art. Wiczenia relaksacyjne: wiczenia oddechowe, rozluźniające.</p> <p>Wychowanie fizyczne: Pływanie (nauka i doskonalenie)</p> <p>Regulamin pływalni, BHP na zajęciach pływania. Warunki uzyskania zaliczenia na poszczególne oceny.</p> <p>Semestr I</p> <p>Wiczenia oswojające, oddechowe, wypornościowe w wodzie, gry i zabawy, ruchy napędowe w stylu grzbietowym oraz w kraulu na piersiach. Nauka i doskonalenie umiejętności pływania kraulem na grzbiecie oraz kraulem na piersiach. Opanowanie poprawnej techniki wykonywania startów i nawrotów w stylu grzbietowym oraz kraulu na piersiach.</p> <p>Semestr II</p> <p>Korekta i doskonalenie umiejętności pływania stylem grzbietowym oraz kraulem na piersiach doskonalenie poprawnej techniki wykonywania startów i nawrotów w tych stylach. Nauka i doskonalenie umiejętności pływania stylem klasycznym, opanowanie poprawnej techniki wykonywania startów i nawrotów w stylu klasycznym. Wiczenia podstawowe w nauczaniu pływania stylem motylkowym. Pływanie dłuższych odcinków bez odpoczynku – łączenie różnych stylów w pływaniu. Podanie podstawowych przepisów dotyczących pływania na dystansie, startów i nawrotów. Aktualne wyniki w Polsce i na świecie. Bezpośrednia obserwacja lub udział w zawodach pływackich</p> <p>Wychowanie fizyczne: Zajęcia sportowo-rekreacyjne</p> <p>Sprawność ogólna - wiczenia kształtujące w różnych formach: wiczenia z przyborami (piłki, skakanki, laski gimnastyczne, ławeczki, drabinki). Wiczenia lokalne i globalne z oporem ciężaru ciała oraz lekkim oporem zewnętrznym.</p> <p>Zabawy i gry ruchowe.</p> <p>Piłka siatkowa - doskonalenie techniki podstawowej: odbicia piłki, zagrywka, wystawa, plasowanie, zbiecie, taktyka: ustawienie na boisku, zmiany, zapoznanie z aktualnymi przepisami gry. Siatkówka plałowa – podstawowe elementy techniczne.</p> <p>Koszykówka - doskonalenie techniki podstawowej: kozłowanie, podania, zasłony, rzuty z dwutaktu, taktyka: poruszanie się w ataku i obronie, współpraca w dwójkach z wykorzystaniem zasłon, obrona</p>	30

„ka dy swego”,strefowa, zapoznanie z aktualnymi przepisami.

Futsal - technika podstawowa: podania i przyjcia piłki różnymi częściami ciała, strzały na bramkę. Gra uproszczona, przepisy gry.

Piłka ręczna - zabawy i gry przygotowujące do piłki ręcznej.

Unihokej - nauka i doskonalenie techniki gry: prowadzenie piłki, przyjęcie i podanie strzałów na bramkę, taktyka: poruszanie się po boisku w ataku i obronie, blokowanie strzałów, odbieranie piłki, atak indywidualny i zespołowy, współpraca 2 i 3, przepisy gry.

Tenis stołowy, squash, badminton – doskonalenie gry pojedynczej i deblowej.

wiczenia, zabawy i gry ruchowe w terenie, zielona siłownia, Atletyka terenowa – marszobieg oraz biegi przełajowe.

Zajęcia na terenie wspinaczkowej. Nauczanie techniki wspinania: wykorzystanie chwytów i stopni, ustawienia ciała: pozycja frontalna i boczna, wspinaczka statyczna i dynamiczna.

Elementy sportów walki - nauka i doskonalenie elementów technicznych wybranych dyscyplin - judo, bjj, boks, mma. Zastosowanie rzutów, trzymaków, dźwigni, duszy, uderzeń i kopnięć w sytuacjach samoobrony.

Zajęcia zablokowane w formie obozu:

Wychowanie fizyczne: Obóz narciarski

Zasady bezpieczeństwa w górach. Kodeks narciarski. Wyposażenie, dobór i obsługa sprzętu narciarskiego.

Odpowiedzialność prawna. Rozgrzewka, przygotowanie fizyczne, regeneracja sił i odnowa biologiczna.

Nauczanie i doskonalenie wybranych elementów narciarskich: kroki, zwroty, podchodzenie, ześlizgi, upadanie i podnoszenie się oraz ewolucji narciarskich kształtów: pługi, zjazdy, przestępowanie, skręty do i od stoku, skręty stop, łuki pługi, skręty z półpługu, skręty z poszerzenia kształtu, ewolucji narciarskich równoległych skręty N-W, skręty równoległe, mig bazowy oraz podstawy techniki carvingowej skręty „fun”. Organizacja imprez rekreacyjno-sportowych w narciarstwie zjazdowym.

Wychowanie fizyczne: Obóz w drowny

Praktyczna nauka programowania, planowania, organizowania oraz realizacji wycieczek: jednodniowych, kilkudniowych, obozów w drownych, rajdów, zjazdów. Zdobywanie umiejętności organizowania wycieczek turystycznych po najbliższej okolicy. Wykazanie się podstawową znajomością topografii oraz prawidłowym nazewnictwem najważniejszych krain geograficznych, a także umiejętnościami czytania mapy, przewodników. Nauka prawidłowego doboru szlaków turystycznych do: wieku, umiejętności, wydolności oraz pory roku. Znajomość oznakowania szlaków turystycznych – szlakowskazy oraz czytania tablic informacyjnych umieszczonych na szlakach. Przygotowanie do realizacji różnych form turystyki: piesza, rowerowa w dalszym ciągu. Poznanie walorów turystycznych oraz krajobrazowych najbliższej okolicy: Beskid Sudecki, Pieniny, Gorce.

Zajęcia dla studentów ze zwolnieniami lekarskimi:

Wychowanie fizyczne: (L4) Modelowanie sylwetki - Gimnastyka kompensacyjna

Nauka oceny postawy ciała i przyjmowania postawy prawidłowej. Rozpoznawanie różnych nieprawidłowości postawy. Analiza poprawności wykonywania podstawowych wzorców ruchowych. Metodyka wykonywania ćwiczeń ogólnosporniających, wzmacniających poszczególne grupy mięśni posturalnych i rozciągających. Wykorzystanie powierzchni niestabilnych w kształtowaniu nawyku postawy prawidłowej. Ćwiczenia za stabilizorem (sprężenie zwrotne). Element metody Feldenkreisa w profilaktyce dolegliwości narządu ruchu.

Wychowanie fizyczne: (L4) Turystyka piesza

Praktyczna nauka programowania, planowania, organizowania oraz realizacji wycieczek jednodniowych. Zdobywanie umiejętności organizowania wycieczek turystycznych po najbliższej okolicy. Wykazanie się podstawową znajomością historii, zabytków oraz topografii najbliższej okolicy. Opanowanie prawidłowego nazewnictwa najważniejszych krain geograficznych, a także umiejętnościami czytania mapy, przewodników. Znajomość oznakowania szlaków turystycznych, historycznych, ścieżek edukacyjnych – szlakowskazy oraz czytania tablic informacyjnych. Przygotowanie do realizacji różnych form turystyki: piesza, rowerowa w

30

<p>dalszym yciu. Poznanie historii i zabytków Tarnowa – cykl wycieczek po Tarnowie, poznanie walorów turystycznych oraz krajobrazowych najbliższej okolicy: zielone perły Tarnowa (Las Lipie, Rezerwat Debrza, Park im. E. Kwiatkowskiego, Park Sołnia), Pogórza Ciolkowicko-Ronowskiego.</p>	30
Semestr: 2	
Forma zaj : wiczenia praktyczne	
<p>Zajęcia ogólnouczelniane:</p> <p>Wychowanie fizyczne: Atletyka</p> <p>Zasady bezpieczeństwa, asekuracja podczas wicze . Podstawowe wiadomości z zakresu anatomii: przebieg mięśni i lokalizacja przyczepów mięśniowych. Zasady treningowe dla początkujących: zasada stopniowego zwiększania obciążenia treningowych, wykonywania wicze w seriach, izolacji grup mięśniowych, treningu całego ciała, treningu cyklicznego, treningu izometrycznego. Ogólne zasady współczesnych trendów w ywieniu sportowców i ludzi aktywnych. Rola i znaczenie prawidłowej rozgrzewki oraz wicze rozciągających i relaksacyjnych. wiczenia siłowe z zastosowaniem różnych form i metod jej kształtowania w zależności od indywidualnego zapotrzebowania wiczących. Zasady treningi aerobowego. wiczenia aerobowe z wykorzystaniem: bieżni, cykloergometru, orbitreka, ergometru wiosłarskiego.</p> <p>Wychowanie fizyczne: Fitness</p> <p>Bhp na zajęciach Fitness. Regulamin korzystania z sali gimnastycznej (choreograficznej), system oceniania. Fitness-historia, definicje, podział. Opanowanie umiejętności praktycznych z zakresu poszczególnych modułów Fitness: High impact, Low impact, Hi-lo combination, latino aerobik, Abs, Buns & Things (ABT), Total Body Condition (TBC), Step aerobik, Interval Training, Body Sculpting, Body Ball, Circuit Training (trening obwodowy), Tabata, CrossFit. Nordic Walking, wiczenia terenowe, marszobiegi, wiczenia wzmacniające z przyborami: z tałmami, piłkami, hantlami, kettlebellami, ciężarkami. Stretching, Pilates, Joga, Body Art. wiczenia relaksacyjne: wiczenia oddechowe, rozluźniające.</p> <p>Wychowanie fizyczne: Pływanie (nauka i doskonalenie)</p> <p>Regulamin pływalni, BHP na zajęciach pływania. Warunki uzyskania zaliczenia na poszczególne oceny.</p> <p>Semestr I</p> <p>wiczenia oswojące, oddechowe, wypornościowe w wodzie, gry i zabawy, ruchy napędowe w stylu grzbietowym oraz w kraulu na piersiach. Nauka i doskonalenie umiejętności pływania kraulem na grzbiecie oraz kraulem na piersiach. Opanowanie poprawnej techniki wykonywania startów i nawrotów w stylu grzbietowym oraz kraulu na piersiach.</p> <p>Semestr II</p> <p>Korekta i doskonalenie umiejętności pływania stylem grzbietowym oraz kraulem na piersiach doskonalenie poprawnej techniki wykonywania startów i nawrotów w tych stylach. Nauka i doskonalenie umiejętności pływania stylem klasycznym, opanowanie poprawnej techniki wykonywania startów i nawrotów w stylu klasycznym. wiczenia podstawowe w nauczaniu pływania stylem motylkowym. Pływanie dłuższych odcinków bez odpoczynku – łczenie różnych stylów w pływaniu. Podanie podstawowych przepisów dotyczących pływania na dystansie, startów i nawrotów. Aktualne wyniki w Polsce i na świecie. Bezpośrednia obserwacja lub udział w zawodach pływackich</p> <p>Wychowanie fizyczne: Zajęcia sportowo-rekreacyjne</p> <p>Sprawność ogólna - wiczenia kształtujące w różnych formach: wiczenia z przyborami (piłki, skakanki, laski gimnastyczne, ławeczki, drabinki). wiczenia lokalne i globalne z oporem ciężaru ciała oraz lekkim oporem zewnętrznym.</p> <p>Zabawy i gry ruchowe.</p> <p>Piłka siatkowa - doskonalenie techniki podstawowej: odbicia piłki, zagrywka, wystawa, plasowanie, zbiegi, taktyka: ustawienie na boisku, zmiany, zapoznanie z aktualnymi przepisami gry. Siatkówka plałowa – podstawowe elementy techniczne.</p> <p>Koszykówka - doskonalenie techniki podstawowej: kożłowanie, podania, zasłony, rzuty z dwutaktu,</p>	30

taktyka: poruszanie się w ataku i obronie, współpraca w dwójkach z wykorzystaniem zastów, obrona „ka dy swego”,strefowa, zapoznanie z aktualnymi przepisami.

Futsal - technika podstawowa: podania i przyjęcia piłki różnymi częściami ciała, strzały na bramkę. Gra uproszczona, przepisy gry.

Piłka ręczna - zabawy i gry przygotowujące do piłki ręcznej.

Unihokej - nauka i doskonalenie techniki gry: prowadzenie piłki, przyjęcia i podanie strzałów na bramkę, taktyka: poruszanie się po boisku w ataku i obronie, blokowanie strzałów, odbieranie piłki, atak indywidualny i zespołowy, współpraca 2 i 3, przepisy gry.

Tenis stołowy, squash, badminton – doskonalenie gry pojedynczej i deblowej.

wiczenia, zabawy i gry ruchowe w terenie, zielona siłownia, Atletyka terenowa – marszobiegi oraz biegi przełajowe.

Zajęcia na terenie wspinaczkowej. Nauczanie techniki wspinania: wykorzystanie chwytów i stopni, ustawienia ciała: pozycja frontalna i boczna, wspinaczka statyczna i dynamiczna.

Elementy sportów walki - nauka i doskonalenie elementów technicznych wybranych dyscyplin - judo, bjj, boks, mma.

Zastosowanie rzutów, trzymaków, dźwigni, duszy, uderzeń i kopnięć w sytuacjach samoobrony.

Zajęcia zablokowane w formie obozu:

Wychowanie fizyczne: Obóz narciarski

Zasady bezpieczeństwa w górach. Kodeks narciarski. Wyposażenie, dobór i obsługa sprzętu narciarskiego.

Odpowiedzialność prawna. Rozgrzewka, przygotowanie fizyczne, regeneracja sił i odnowa biologiczna.

Nauczanie i doskonalenie wybranych elementów narciarskich: kroki, zwroty, podchodzenie, ześlizgi, upadanie i podnoszenie się oraz ewolucji narciarskich kształtów: pługi, zjazdy, przestopowanie, skręty do i od stoku, skręty stop, łuki pługi, skręty z półpługi, skręty z poszerzenia kształtów, ewolucji narciarskich równoległych skręty N-W, skręty równoległe, mig bazowy oraz podstawy techniki carvingowej skręty „fun”. Organizacja imprez rekreacyjno-sportowych w narciarstwie zjazdowym.

Wychowanie fizyczne: Obóz w drowny

Praktyczna nauka programowania, planowania, organizowania oraz realizacji wycieczek: jednodniowych, kilkudniowych, obozów w drownych, rajdów, zjazdów. Zdobywanie umiejętności organizowania wycieczek turystycznych po najbliższej okolicy. Wykazanie się podstawową znajomością topografii oraz prawidłowym nazewnictwem najważniejszych krain geograficznych, a także umiejętność czytania mapy, przewodników. Nauka prawidłowego dobierania szlaków turystycznych do: wieku, umiejętności, wydolności oraz pory roku. Znajomość oznakowania szlaków turystycznych – szlakowskazy oraz czytania tablic informacyjnych umieszczonych na szlakach. Przygotowanie do realizacji różnych form turystyki: piesza, rowerowa w dalszym ciągu. Poznanie walorów turystycznych oraz krajozrazowych najbliższej okolicy: Beskid Sudecki, Pieniny, Gorce.

Zajęcia dla studentów ze zwolnieniami lekarskimi:

Wychowanie fizyczne: (L4) Modelowanie sylwetki - Gimnastyka kompensacyjna

Nauka oceny postawy ciała i przyjmowania postawy prawidłowej. Rozpoznawanie różnych nieprawidłowości postawy.

Analiza poprawności wykonywania podstawowych wzorców ruchowych. Metodyka wykonywania ćwiczeń ogólnousprawniających, wzmacniających poszczególne grupy mięśni posturalnych i rozciągających. Wykorzystanie powierzchni niestabilnych w kształtowaniu nawyku postawy prawidłowej. Ćwiczenia za stabilizery (sprężenie zwrotne). Element metody Feldenkreisa w profilaktyce dolegliwości narządu ruchu.

Wychowanie fizyczne: (L4) Turystyka piesza

Praktyczna nauka programowania, planowania, organizowania oraz realizacji wycieczek jednodniowych. Zdobywanie umiejętności organizowania wycieczek turystycznych po najbliższej okolicy. Wykazanie się podstawową znajomością historii, zabytków oraz topografii najbliższej okolicy. Opanowanie prawidłowego nazewnictwa najważniejszych krain geograficznych, a także umiejętność czytania mapy, przewodników. Znajomość oznakowania szlaków turystycznych, historycznych, ścieżek edukacyjnych – szlakowskazy oraz

30

czytania tablic informacyjnych. Przygotowanie do realizacji różnych form turystyki: piesza, rowerowa w dalszym ciągu. Poznanie historii i zabytków Tarnowa – cykl wycieczek po Tarnowie, poznanie walorów turystycznych oraz krajobrazowych najbliższej okolicy: zielone perły Tarnowa (Las Lipie, Rezerwat Debrza, Park im. E. Kwiatkowskiego, Park Sołnia), Pogórza Ciłkowicko-Ronowskiego.	30
Literatura	
Podstawowa	
Aftaski Tomasz, Szwarc Andrzej, Futsal. Piłka nożna halowa, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku, Gdańsk 2013	
Ambrosy Dorota, Ambrosy Agnieszka, Fitness w kulturze fizycznej, European Association for Security, Kraków 2010	
Arlet Tomasz, Koszykówka, podstawy techniki i taktyki gry, Extrema, Urszula Stach, Kraków 2001	
Bednarski Leszek, Komin Adam, Piłka nożna. Atlas ćwiczeń techniczno-taktycznych, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego im. B. Czecha w Krakowie, Kraków 1996	
Cielicka Mirosława, Miglewska Mirosława, Szark-Eckardt Mirosława, Korygowanie wad postawy ciała poprzez zabawy w wodzie, Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Bydgoszcz 2015	
Delavier Frederic, Atlas treningu siłowego, Wydawnictwo Lekarskie PZWL, Warszawa 2019	
Delavier Frédéric, Modelowanie sylwetki. Atlas ćwiczeń dla kobiet, Wydawnictwo Lekarskie PZWL, Warszawa 2009	
Goddard Dale, Neumann Udo, Wspinaczka trening i praktyka, Wydawnictwo RM Warszawa, Warszawa 2000	
Gołaszewski Jerzy, Paterka Stanisław, Wieczorek Andrzej, Organizacja wycieczek szkolnych, obozów stałych i wzdrownych. Rekreacyjne gry ruchowe na obozach i wycieczkach, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Poznań 2000	
Góral Roman, Obrona konieczna w praktyce, Europejska Wyższa Szkoła Prawa i Administracji, Warszawa 2011	
Groffik Dorota, Metodyka stosowania ćwiczeń fizycznych w profilaktyce i terapii, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach, Katowice 2009	
Howard Guy, Technique of Ballroom Dancing, International Dance Teachers' Association Ltd, Brighton 2002	
Karpiński Ryszard, Pływanie: Podstawy techniki, nauczanie, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach, Katowice 2016	
Klocek Tomasz, Szczepanik Maciej, Siatkówka na lekcji wychowania fizycznego, Centralny Ośrodek Sportu, Warszawa 2003	
Krowicki Leszek, Piłka ręczna - 555 ćwiczeń, Związek Piłki Ręcznej w Polsce, Warszawa 2006	
Kruszewski Marek, Kulturyztyka dla każdego, Siedmioróg, Wrocław 2007	
Kuba Lidia, Paruzel-Dyja Marzena, Fitness: nowoczesne formy gimnastyki: podstawy teoretyczne: podręcznik dla instruktorów, studentów i nauczycieli wychowania fizycznego, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach, Katowice 2013	
Kuchler Walter, Carving. Kurs jazdy dla początkujących i zmieniających technik jazdy, Alfa Medica Press, Bielsko-Biała 2002	
Kunicki Marcin, Cholewa Jarosław, Viktorjenik Dušan, Pływanie jako forma aktywności sportowo-rekreacyjnej, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Raciborzu, Racibórz 2016	
Miłkowski Jerzy, Encyklopedia sztuk walki, Algo, Warszawa 2008	
Owczarek Sławomir, Korekcja wad postawy: pływanie i ćwiczenia w wodzie, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1999	
Praca zbiorowa, Magia Tarnowa, S-Can, Tarnów 2005	
Soneski Waclaw, Sas-Nowosielski Krzysztof, Wspinaczka Sportowa zagadnienia wybrane, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach, Katowice 2002	
Stawarz Piotr, Jaba Jacek red., Program nauczania narciarstwa zjazdowego, Stowarzyszenie Instruktorów i Trenerów Narciarstwa PZN, Kraków 2018	
Sypek Antoni, Mój Tarnów, Agencja Fotograficzno-Wydawnicza Olszewski, Tarnów 2017	
Uzarowicz Jerzy, Siatkówka – co jest grane?, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego im. B. Czecha w Krakowie, Kraków 1998	
Wieczysty Marian, Tańczymy eka dy, Polskie Wydawnictwo Muzyczne, Warszawa 1981	
Wojtycza Janusz, Organizacja turystyki młodzieżowej i szkolnej, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Kraków 2000	
Uzupełniająca	

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej		
Sposób okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	60	
Konsultacje z prowadz cym	0	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wype lniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	0	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	0	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	0	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	60	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	0	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	60	0,0
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	60	0,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Wyst pienia ustne w biznesie w j zyku angielskim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235251	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	2	Semestr:	3		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3	P	30	Zaliczenie z ocen	4
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk angielski (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu akceptowalno ci, sytuacyjno ci, intencjonalno ci, intertekstowo ci informatywno ci oraz kohezji i koherencji wypowiedzi zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania
2	umie wykorzysta posiadane wiedz z zakresu wzorców zachowa komunikacyjnych, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie przygotowania wyst pie ustnych w j zyku angielskim	JO_U01	wykonanie zadania
3	wła ciwie dobiera ródła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje, potrzebne do prowadzenia efektywnych ustnych działań komunikacyjnych w biznesie	JO_U02	wykonanie zadania

4	potrafi kompetentnie uczestniczyć w ustnej komunikacji specjalistycznej w angielskim języku biznesu na poziomie B2 wg ESOKJ, uwzględniając jej uwarunkowania pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystując posiadane wiedzę poza język	JO_U16	wykonanie zadania
5	potrafi planować i organizować działania komunikacyjne w formie wystąpień ustnych w ramach działalności (e-)biznesowej, a także współdziałać w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania
6	jest wiadomy różnic i podobieństw w zakresie wzorców zachowań komunikacyjnych funkcjonujących w polskiej przestrzeni językowo-kulturowej oraz w przestrzeni językowo-kulturowej krajów niemieckiego obszaru językowego oraz szanuje wartości innych kultur	JO_K06	obserwacja zachowa
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, symulacja, odgrywanie ról, burza mózgów)), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z tekstem ustnym, materiałem ikonograficznym, wiczenia w tworzeniu wypowiedzi ustnej, prezentacje multimedialne indywidualne, praca indywidualna i zespołowa)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
wiedza: ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej, polegających na przygotowaniu wystąpień ustnych w angielskim języku biznesu, takich jak prezentacja multimedialna oraz wystąpienie ustne okolicznościowe, informacyjne lub perswazyjne, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)			
umiejętności: ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej, polegających na przygotowaniu wystąpień ustnych w angielskim języku biznesu, takich jak prezentacja multimedialna oraz wystąpienie ustne okolicznościowe, informacyjne lub perswazyjne, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)			
kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (obserwacja zachowań indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 90%.			
Treści programowe (opis skrócony)			
Zajęcia obejmują proces kształcenia i rozwijania umiejętności ustnych komunikacyjnych działań interakcyjnych prowadzonych w języku angielskim w sytuacjach multilingwalnych w działalności (e-)biznesowej, takich jak kompetentne przygotowywanie i przedstawianie prezentacji multimedialnych oraz innych wystąpień ustnych.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 3			
Forma zajęć: wiczenia praktyczne			
Na zajęciach wiczone są umiejętności realizacji określonego celu komunikacyjnego i wywołanie adekwatnego efektu komunikacyjnego (np. skuteczne przekonanie do pomysłów i rozwiązań) u odbiorców tekstu – klientów, partnerów biznesowych oraz współpracowników, nastawionych na osiągnięcie konkretnych celów, skuteczny sprzedaż pomysłów/rozwiązań. wiczenia te obejmują umiejętność tworzenia spójnych i odpowiednio ustrukturyzowanych wypowiedzi, umiejętność użycia skonwencjonalizowanych wyrażenia językowych charakterystycznych dla tworzonych prezentacji multimedialnych i innych wystąpień ustnych, umiejętność użycia odpowiednich strategii komunikacyjnych, dążenie do poprawności językowej i precyzji w użyciu języka, doskonalenie umiejętności			30

<p>płynno ci przekazu oraz tworzenia tekstu spójnego i odpowiednio ustrukturyzowanego, rozwijanie umiejętności monitorowania własnej wypowiedzi w celu dokonania ewentualnej autokorekty oraz również umiejętności dostosowania wystąpienia do potrzeb odbiorcy. Uwzględnione zostają również różnice interkulturowe oraz zasady dobrego komunikowania się.</p> <p>Studenci poznają techniki zwiększania zaangażowania i zainteresowania słuchaczy. Wiczenia mają również na celu uświadomienie studentów na znaczenie komunikacji niewerbalnej w celu wsparcia przekazu werbalnego i głównych tematów wystąpień ustnych.</p> <p>Na zajęciach odbywa się symulacja sytuacji prezentacji i innych wystąpień ustnych, takich jak:</p> <p>Prezentacja własnej osoby/Autoprezentacja Prezentacja multimedialna przedsiębiorstwa Prezentacja multimedialna produktu/usługi na targach Wystąpienie ustne okolicznościowe (np. powitanie, powitanie, podziękowanie, przemówienie inauguracyjne, gratulacyjne, jubileuszowe itp.) Wystąpienie ustne informacyjno-perswazyjne</p>	30
--	----

Literatura
Podstawowa
Allison, J., Emmerson, P., The Business 2.0 Upper-Intermediate B2, Student Book, Macmillan 2013
Lewandowska-Tarasiuk, E., Sztuka wystąpień publicznych, czyli jak zostać dobrym mówcą, APS, Warszawa 2007
Trojanowska, M., Prezentacje i wystąpienia w biznesie. Istota, uwarunkowania, badania, PWN, Warszawa 2021
Williams, E. J., Presentations in English, Student's Book +DVD, Macmillan 2012
Uzupełniająca

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	Liczba godzin	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze, zajęcia	38	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	0	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	30	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	51	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć /grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Wyst pienia ustne w biznesie w j zyku niemieckim				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235277	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	4	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	3	Semestr:		6	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	6	P	30	Zaliczenie z ocen	4
Razem			30		4
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 6 - j zyk niemiecki (100%)				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pi tego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada wiedz z zakresu akceptowalno ci, sytuacyjno ci, intencjonalno ci, intertekstowo ci informatywno ci oraz kohezji i koherencji wypowiedzi zorientowan na zastosowania praktyczne w działaniach komunikacyjnych w (e-)biznesie	JO_W01	wykonanie zadania
2	umie wykorzysta posiadana wiedz z zakresu wzorców zachowa komunikacyjnych, celem wykonywania zada , typowych i nietypowych dla działalno ci (e-)biznesowej w multilingwalnym kontek cie zawodowym, których wykonanie przygotowania wyst pie ustnych w j zyku niemieckim	JO_U01	wykonanie zadania
3	wła ciwie dobiera ródła, wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje, potrzebne do prowadzenia autentycznych i efektywnych ustnych działań komunikacyjnych w biznesie ? wyst pie ustnych potrafi przygotowa wyst pienie publiczne	JO_U05	wykonanie zadania

3	związane z biznesem z wykorzystaniem nowoczesnych technik informacyjno-komunikacyjnych	JO_U05	wykonanie zadania
4	potrafi kompetentnie uczestniczyć w ustnej komunikacji specjalistycznej w niemieckim języku biznesu na poziomie B2+ wg ESOKJ, uwzględniając jej uwarunkowania pragmatyczne, dyskursywne i socjolingwistyczne oraz wykorzystując posiadaną wiedzę poza język	JO_U15	wykonanie zadania
5	potrafi planować i organizować działania komunikacyjne w formie wystąpień ustnych w ramach działalności (e-)biznesowej, a także współdziała w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	wykonanie zadania
6	jest wiadomy różnic i podobieństw w zakresie wzorców zachowań komunikacyjnych funkcjonujących w polskiej przestrzeni językowo-kulturowej oraz w przestrzeni językowo-kulturowej krajów niemieckiego obszaru językowego oraz szanuje wartości innych kultur	JO_K06	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody podające (objaśnienie, opis), metody problemowe (metoda problemowa, metoda sytuacyjna, metody aktywizujące (dyskusja, symulacja, odgrywanie ról, burza mózgów)), metody eksponujące (materiał audiowizualny), metody praktyczne (praca z tekstem ustnym, materiałem ikonograficznym, wyczerpanie w tworzeniu wypowiedzi ustnej, prezentacje multimedialne indywidualne, praca indywidualna i zespołowa)

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

- wiedza:**
ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej, polegających na przygotowaniu wystąpień ustnych w niemieckim języku biznesu, takich jak prezentacja multimedialna oraz wystąpienie ustne okolicznościowe, informacyjne lub perswazyjne, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)
- umiejętności:**
ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej, polegających na przygotowaniu wystąpień ustnych w niemieckim języku biznesu, takich jak prezentacja multimedialna oraz wystąpienie ustne okolicznościowe, informacyjne lub perswazyjne, stanowiących symulację autentycznych działań komunikacyjnych z zakresu działalności (e-)biznesowej)
- kompetencje społeczne:**
obserwacja zachowa (obserwacja zachowań indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Pozytywna ocena łączna.
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Treści programowe (opis skrócony)

Zajęcia obejmują proces kształcenia i rozwijania umiejętności ustnych komunikacyjnych działań interakcyjnych w sytuacjach multilingwalnych w działalności (e-)biznesowej, takich jak kompetentne przygotowywanie i przedstawianie prezentacji multimedialnych oraz innych wystąpień ustnych.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

Liczba godzin

Semestr: 6

Forma zajęć: **wiczenia praktyczne**

Na zajęciach wiczone są umiejętności realizacji określonego celu komunikacyjnego i wywołanie adekwatnego efektu komunikacyjnego (np. skuteczne przekonanie do pomysłów i rozwiń) u odbiorców tekstu – klientów, partnerów biznesowych oraz współpracowników. nastawionych na osiągnięcie konkretnych celów, skuteczny sprzeda pomysłów/rozwiń.

wiczenia te obejmują umiejętności tworzenia spójnych i odpowiednio ustrukturyzowanych wypowiedzi, umiejętności uycia skonwencjonalizowanych wyrażenie językowych charakterystycznych dla tworzonych prezentacji multimedialnych i innych wystąpień ustnych, umiejętności uycia odpowiednich strategii komunikacyjnych, dlenie do poprawności językowej i precyzji w uyciu języka, doskonalenie umiejętności płynności przekazu oraz tworzenia tekstu spójnego i odpowiednio ustrukturyzowanego, rozwijanie umiejętności monitorowania własnej wypowiedzi w celu dokonania ewentualnej autokorekty oraz również umiejętności dostosowania wystąpienia do potrzeb odbiorcy. Uwzględnione zostają również różnice interkulturowe oraz zasady dobrego komunikowania się.

Studenci poznają techniki zwieszania zaangażowania i zainteresowania słuchaczy. wiczenia mają również na celu uwracanie studentów na znaczenie komunikacji niewerbalnej w celu wsparcia przekazu werbalnego i głównych tez wystąpień ustnych.

30

<p>Na zajęciach odbywa się symulacja sytuacji prezentacji i innych występów ustnych, takich jak:</p> <p>Prezentacja własnej osoby/Autoprezentacja</p> <p>Prezentacja multimedialna przedsiębiorstwa</p> <p>Prezentacja multimedialna produktu/usługi na targach</p> <p>Występ ustny okolicznościowy (np. powitanie, pożegnanie, podziękowanie, przemówienie inauguracyjne, gratulacyjne, jubileuszowe itp.)</p> <p>Występ ustny informacyjno-perswazyjny</p>	30
Literatura	
Podstawowa	
Eismann, V., Training berufliche Kommunikation B2-C1. Erfolgreich bei Präsentationen. Kursbuch mit audio-CD, Cornelsen 2015	
Lewandowska-Tarasiuk, E., Sztuka występów publicznych, czyli jak zostać dobrym mówcą, APS, Warszawa 2007	
Trojanowski, M., Prezentacje i występy w biznesie. Istota, uwarunkowania, badania, PWN, Warszawa 2021	
Uzupełniająca	

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	Liczba punktów ECTS	
	Sposób określenia liczby punktów ECTS	
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenie studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniać tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	38	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	0	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	30	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	100	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	4	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	51	2,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Zarz dzenie contentem w e-commerce				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235239	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	1	Semestr:		2	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2	LI	18	Zaliczenie z ocen	2
Razem			18		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pierwszego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	potrafi wła ciwie dobrać ró dła, analizowa , ocenia , selekcjonowa i wykorzystywa informacje w celu wykorzystania ich przy pracy z e-commerce	JO_U02	wykonanie zadania, kolokwium
2	potrafi poprawnie stosowa poznana terminologi zwi zana z prowadzeniem biznesu internetowego	JO_U06	wykonanie zadania, kolokwium
3	potrafi posługiwa si narz dziami wspomagaj cymi zarz dzaniem contentem w e-commerce	JO_U07	wykonanie zadania, kolokwium
4	potrafi wykorzysta marketing tre ci w procesie rozwoju sklepu internetowego	JO_U08	wykonanie zadania, kolokwium

5	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane informacje z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa autorskiego	JO_U10	wykonanie zadania, kolokwium
6	potrafi planować i organizować działania komunikacyjne dla sklepu internetowego	JO_U17	wykonanie zadania, kolokwium
7	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej oraz wymagania tego od innych, a także ponoszenia odpowiedzialności za własne działania	JO_K05	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)

metody praktyczne, e-learning - metody i techniki kształcenia na odległość

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się

umiejętności:

ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności w formie rozwiązania zadania stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-commerce w działalności (e-)biznesowej)
ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań w e-commerce w działalności (e-)biznesowej)

kompetencje społeczne:

obserwacja zachowa (obserwacja zachowań indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.

Zaliczenie z oceną na podstawie ocen cząstkowych.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.

Treści programowe (opis skrócony)

Zajęcia są w pełni związane z wykorzystaniem contentu w handlu internetowym. Z jednej strony Studenci zostaną poinstruowani jak opracowywać i uzupełniać treści karty produktowe, ale także dowiedzą się jak tworzyć treści contentowe w sklepie internetowym, tak aby za ich pomocą zwiększyć sprzedaż. Zajęcia odbywają się z wykorzystaniem technik kształcenia na odległość.

Content of the study programme (short version)

Treści programowe

Liczba godzin

Semestr: 2

Forma zajęć: **laboratorium informatyczne**

Zajęcia mają formę warsztatów i prowadzone są głównie w formie zdalnej oraz częściowo w formie stacjonarnej.

Na zajęciach realizowane są następujące zagadnienia tematyczne:

- Sposoby, formy i narzędzia tworzenia treści w e-commerce – w tym: opisywanie produktów oraz content w reklamach.
- Video, obraz i dźwięk jako formy contentu w e-commerce
- Ogólne wytyczne tworzenia treści sprzedażowych
- Reklama natywna w e-commerce
- Storytelling w e-commerce

18

Literatura

Podstawowa

Jabłoński, A., Jak pisać, żeby ludzie chcieli czytać (i kupować). Copywriting & Webwriting, Onepress 2017

Stopka, T., Content Marketing. Dotrzyj, zainteresuj, zatrzymaj — sztuka pozyskiwania klientów za pomocą treści, Poltext 2017

Wrycza-Bekier, J., Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy, Onepress 2018

Uzupełniaj ca
Eyal, N., Hoover, R., Skuszeni, Helion 2016

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarz dzaniu i jako ci	
Sposb okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udział w zaj ciach	18	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	10	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	15	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	20	0,8
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	25	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Zarz dzenie do wiadczeniem u ytkownika w e-commerce				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235238	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	1	Semestr:	2		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2	LI	20	Zaliczenie z ocen	2
Razem			20		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 2 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie pierwszego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	posiada w zaawansowanym stopniu wiedz dotycz c wybranych faktów i zjawisk z zakresu zachowania u ytkownika w wiecie wirtualnym	JO_W04	wykonanie zadania, kolokwium
2	potrafi wła ciwie dobiera ró dła, analizowa , ocenia , selekcjonowa i wykorzystywa informacje	JO_U02	kolokwium, wykonanie zadania
3	potrafi dobiera i stosowa metody i narz dzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne wspomagaj ce zarz dzenie do wiadczeniem u ytkownika w e-commerce	JO_U05	kolokwium, wykonanie zadania
4	potrafi wykorzystywa posiadan wiedz z zakresu procedur e-commerce celem formułowania i rozwi zywania zło onych, typowych i nietypowych zada oraz problemów zwi zanych z zarz dzeniem do wiadczeniem u ytkownika	JO_U09	kolokwium, wykonanie zadania

5	potrafi przetwarzać i interpretować pozyskane informacje dla działań w e-commerce z zachowaniem zasad własności intelektualnej i prawa autorskiego	JO_U10	kolokwium, wykonanie zadania
6	potrafi planować i organizować działania komunikacyjne w ramach e-commerce, a także współdziałać w grupie przyjmując w niej różne role	JO_U17	kolokwium, wykonanie zadania
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody praktyczne, e-learning - metody i techniki kształcenia na odległość			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
wiedza: ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności) w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-commerce w działalności (e-)biznesowej) ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań e-commerce w działalności (e-)biznesowej)			
umiejętności: ocena kolokwium (ocena z końcowej pracy zaliczeniowej sprawdzającej zdobyte wiadomości w formie pytań testowych oraz sprawdzającej zdobyte umiejętności) w formie rozwiązywania zadań stanowiących symulację wykonania określonego zadania z zakresu działań e-commerce w działalności (e-)biznesowej) ocena wykonania zadania (ocena zadań wykonanych w ramach pracy domowej lub na zajęciach indywidualnie lub w zespole, stanowiących symulację autentycznych działań z zakresu działań e-commerce w działalności (e-)biznesowej)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.			
Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen częściowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.			
Treści programowe (opis skrócony)			
Plan zajęć zakłada szczegółowe i praktyczne podejście do zarządzania do wiadomości użytkownika w e-commerce, w tym kwestie user experience, user interface wraz z poprawkami. Zajęcia odbywają się z wykorzystaniem technik kształcenia na odległość.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 2			
Forma zajęć: laboratorium informatyczne			
Zajęcia mają formę warsztatów i prowadzone są głównie w formie zdalnej oraz częściowo w formie stacjonarnej. Na zajęciach realizowane są następujące zagadnienia tematyczne: • Optymalizacja UX sklepu internetowego • Optymalizacja UI sklepu internetowego • Wykorzystanie Google Optimse w e-commerce			20
Literatura			
Podstawowa			
Badura, Ch., UXUI. Design Zoptymalizowany. Manual Book			
Marzec, K., Narzędzia Google dla e-commerce, Helion 2020			
Nunnally, B., Farkas, D., UX Research: Practical Techniques for Designing Better Products 2016			
Uzupełniająca			
Opracowanie zbiorowe, Technologia w e-commerce. Teoria i praktyka. Poradnik menedżera, Helion 2013			

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarz dzaniu i jako ci	
Sposb okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakladu pracy studenta (udzial w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udzial w zaj ciach	20	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udzial w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wype lniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	8	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	15	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	22	0,9
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	25	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Zarz dzenie marketingowe produktem				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235255	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	2	Semestr:	3		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3		15	Zaliczenie z ocen	1
		W	15	Egzamin	1
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:	dr hab. Marta Domagalska-Gr dys				
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna zasady, narz dzia, metody i procedury zwi zane z marketingiem tradycyjnym i internetowym	JO_W05	egzamin, kolokwium
2	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zarz dzania marketingowego produktem znajduj c zastosowanie w działalno ci (e-) biznesowej	JO_W06	egzamin, kolokwium
3	potrafi posługiwa si narz dziami wdra nia i zarz dzania marketingowego produktem oraz potrafi inicjowa rozwój rynków produktów	JO_U07	kolokwium, wykonanie zadania

4	potrafi planowa i organizowa dzialania komunikacyjne w ramach zarz dzania marketingowego produktem w (e-)biznesie, a tak e wspoldziala w grupie przyjmuj c w niej ró ne role	JO_U17	kolokwium, wykonanie zadania
5	jest gotów do dzialania w sposób przedsi biorczy w dzialalno ci (e-)biznesowej	JO_K03	obserwacja zachowa

Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)

metody praktyczne (dyskusja), metody problemowe (analizy przypadków marek znanych produktów), samodzielna praca studentów (samokształcenie) (zadanie grupowe (projektowe))

Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si

wiedza:

- egzamin (egzamin pisemny w formie testu wielokrotnego wyboru i zada otwartych)
- ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))

umiej tno ci:

- ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))
- ocena wykonania zadania (ocena prezentacji etapów projektu; ocena poprawno ci rozwi zania studiów przypadku; ocena realizacji etapów projektu bada kwestionariuszowych konsumentów, reklamy)

kompetencje społeczne:

- obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)

Warunki zaliczenia

Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r.
Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest uzyskanie zaliczenia z ocen z wicze audytoryjnych (wykonanie zada etapowych) oraz obecno na wykładach (13 z 15).
Ocena z pisemnego testu egzaminacyjnego.

Zasady ustalania ocen:

1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów.
2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 50 - 59%.
3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 60 - 69%.
4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 70 - 79%.
5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał w 80 - 89%.
6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.

Tre ci programowe (opis skrócony)

Zarz dzanie marketingowe produktem jest interdyscyplinarnym post powaniem ł cz ym wiedz z marketingu i zarz dzania dla rozwoju rynku dla produktu. Produkt jako najbardziej rozpoznawalny instrument marketingowy ma zaspokaja potrzeby konsumentów. Uwzgl dniaj c specyfik potrzeb konsumentów (1.rz du, luksusowe, ukryte) marketingowcy twor marketingow koncepcj produktu, dobieraj c odpowiednio opakowanie, cen , dystrybucj i promocj . Wykorzystywane funkcje zarz dzania opieraj si na celu dziala , który zale y m.in. od uwarunkowa i fazy ycia produktu.
Zarz dzany marketingowo produkt ma by konkurencyjny. Wymaga innowacyjno ci i bada rynkowych.
- Kto b dzie klientem wybranej firmy (bran y)? Jaki produkt stworzy ?
- W jaki sposób dotrze z produktem do klientów?
- Jak pozycjonowa si wzgl dem konkurencji?
- Ile produkt powinien kosztowa i czy w ogóle to wszystko b dzie rentowne?
- Jak testowa produkt na rynku? Jak systematycznie weryfikowa najwa niejsze zało enia modelu?

Content of the study programme (short version)

Tre ci programowe

	Liczba godzin
Semestr: 3	
Forma zaj : wykład	
6. Strategie marketingowe. 7. Procedury poszukiwania nowych produktów. 8. Business Model Canvas (BMC) do testowania i wdra ania nowych produktów. 8. Analizy konkurencyjno ci produktów. 9. Jak zarz dza produktami w firmie? Marketing w czasach chaosu.	15
Forma zaj : wiczenia audytoryjne	
1. Produkt –element marketingu i dziala zarz dczych. Mity marketingowe. 2. Nowe generacje produktów i produkty oczekiwane przez konsumentów. Przykłady produktów ró nych	15

marek podkreślajce niejednorodną preferencje konsumentów. 3. Badanie rynku i otoczenia marketingowego firm. „Wrócenie z fusów”. 4. Cykl życia produktu a cykl innowacji. W której fazie jest produkt? 5. Marka i opakowanie. Znaki towarowe i usługowe wczoraj i dziś.	15
Literatura	
Podstawowa	
Armstrong G., Kotler Ph., Marketing: wprowadzenie, Wydawnictwo Nieoczywiste-imprint GAB Media, Warszawa 2020	
Domagalska-Grudys, M., Marketing treści i rekomendacji produktu, Wydawnictwa PWSZ w Tarnowie, Tarnów 2021	
Uzupełniająca	
Gorchels, L., Zarządzanie produktem: od badań i rozwoju do budowania reklamy, Helion, Gliwice 2007	

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarządzaniu i jakości	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenia studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	2	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze, zajęcia	5	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	6	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	5	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	34	1,4
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Zarz dzenie marketingowe usługami				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235256	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	2	Semestr:	3		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3		15	Zaliczenie z ocen	1
		W	15	Egzamin	1
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:	dr hab. Marta Domagalska-Gr dys				
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna zasady, narz dzia, metody i procedury zwi zane z marketingiem tradycyjnym i internetowym	JO_W05	egzamin
2	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zakresu nauk o zarz dzeniu i jako ci znajduj c zastosowanie w działalno ci / (e-) biznesowej	JO_W06	egzamin
3	potrafi posługiwa si narz dziami wdra ania i zarz dzenia marketingiem tradycyjnym i internetowym oraz inicjowa ich rozwój	JO_U07	wykonanie zadania

4	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról w działalności (e-)biznesowej	JO_K04	obserwacja zachowa
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody problemowe (analizy przypadków marek znanych produktów), metody praktyczne (dyskusja), samodzielna praca studentów (samokształcenie) (zadanie grupowe (projekt))			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
wiedza: egzamin (egzamin pisemny w formie zadań otwartych oraz w formie testu wielokrotnego wyboru)			
umiejętności: ocena wykonania zadania (ocena wykonania zadania indywidualnego lub zespołowego na wyczeniach)			
kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest uzyskanie zaliczenia z ocen z wicze audytoryjnych (wykonanie zadań etapowych) oraz obecność na wykładach (13 z 15). Ocena z pisemnego testu egzaminacyjnego. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.			
Treści programowe (opis skrócony)			
Zarządzanie marketingowe usługami jest interdyscyplinarnym postępowaniem łączącym wiedzę z marketingu i zarządzania dla rozwoju rynku dla usług o 4. wyróżniających cechach. Usługa jako produkt marketingowy ma zaspokoić potrzeby konsumentów. Uwzględniając specyfikę usług i potrzeb konsumentów marketingowcy zarządzają usługami, dobierając odpowiednio 4 cechy usług, ustalając cenę, dystrybucję, promocję a także dostarczając dowody materialne, różnicując procesy świadczenia usług i zatrudniając odpowiedni personel. Wykorzystywane funkcje zarządzania opierają się na celu działania, który zależy m.in. od zawartości materialnych elementów, różnorodności procesów, umiejętności personelu. Zarządzanie marketingowo usługami bywa konkurencyjne (m.in. różnorodna, wysokojakościowa, niepowtarzalna).			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 3			
Forma zajęć: wykład			
1. Usługi w zarządzaniu marketingowym. 2. Nowe generacje usług wyzwaniem dla marketerów. 3. Badanie rynku i zarządzanie otoczeniem marketingowym firm usługowych. 4. Usługi i ich dowody materialne: jak nimi zarządzać? 5. Cena i dystrybucja w zarządzaniu marketingowym usługami. 6. Promocja i komunikacja marketingowa usług na przykładach działań firm. 7. Personel usługowy wyzwaniem dla współczesnego kierownictwa. 8. Proces świadczenia usług elementem zarządzania marketingowego. 9. Jakość usług i pomiar do rozszerzenia zarządzania działaniami marketingowych.			15
Forma zajęć: wiczenia audytoryjne			
1. Usługi w zarządzaniu marketingowym. 2. Nowe generacje usług wyzwaniem dla marketerów. 3. Badanie rynku i zarządzanie otoczeniem marketingowym firm usługowych. 4. Usługi i ich dowody materialne: jak nimi zarządzać? 5. Cena i dystrybucja w zarządzaniu marketingowym usługami.			15

6. Promocja i komunikacja marketingowa usług na przykładach działań firm. 7. Personel usługowy wyzwaniem dla współczesnego kierownictwa. 8. Proces świadczenia usług elementem zarządzania marketingowego. 9. Jakość usług i pomiar do rozszerzenia zarządzania działaniami marketingowych.	15
Literatura	
Podstawowa	
Domagalska-Grudys, M., Marketing treści i rekomendacji produktu, Wydawnictwa PWSZ w Tarnowie, Tarnów 2021	
Domagalska-Grudys, M., Marketing usług. Przewodnik do wiedzy, Wydawnictwa PWSZ w Tarnowie, Tarnów 2018	
Uzupełniająca	
Czubała A., Jonas A., Smole T., Wiktor, J.W., Marketing usług, Wyd. Oficyna a Wolter Kluwer business, Warszawa 2012	

Dane jakościowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarządzaniu i jakości	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenia studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	2	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w ściśle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wycieczki, zajęcia	5	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	6	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	5	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	34	1,4
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Zarz dzenie projektami w działalno ci biznesowej				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235257	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :	fakultatywny		
Rok studiów:	2	Semestr:	3		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3		30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	ma wiedz z zakresu prowadzenia i planowania projektów oraz gospodarowania zasobami finansowymi, ludzkimi i materialnymi przedsi biorstwa w realiach gospodarki rynkowej, zorientowan na zastosowania praktyczne w działalno ci (e-)biznesowej	JO_W04	praca pisemna
2	potrafi dobiera i stosowa wła ciwe metody i narz dzia do opisu i analizy przedsi biorstwa, formułuj c zało enia i cele biznesowe projektu	JO_U05	ocena aktywno ci, praca pisemna
3	potrafi planowa i organizowa działania zespołu projektowego w ramach (e-)biznesu, a tak e współdziała w grupie przyjmuj c w niej ró ne role	JO_U17	ocena aktywno ci, praca pisemna
4	jest gotów do działania w sposób przedsi biorczy	JO_K03	obserwacja zachowa

5	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w środowisku (e-)biznesowym	JO_K04	obserwacja zachowa
Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)			
metody podaj ce (wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej)), metody praktyczne (dyskusja, burza mózgów), metody problemowe (metoda projektu, case study)			
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się			
<p>wiedza: ocena pracy pisemnej (ocena przygotowanej pracy pisemnej: karty projektu opracowanej przez studentów, dotyczącej wybranego przez studentów przedsięwzięcia projektowego)</p> <p>umiejętności: ocena aktywności (ocena aktywności na zajęciach) ocena pracy pisemnej (ocena przygotowanej pracy pisemnej: karty projektu opracowanej przez studentów, dotyczącej wybranego przez studentów przedsięwzięcia projektowego)</p> <p>kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)</p>			
Warunki zaliczenia			
Kryteria oceny zgodnie z Paragrafem 28 ust. 2 i 3 Regulaminu studiów ANS w Tarnowie z dn. 29 kwietnia 2022 r. Zaliczenie z oceną na podstawie ocen cząstkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązuje materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązuje materiał przynajmniej w 90%.			
Treści programowe (opis skrócony)			
Celem przedmiotu jest dostarczenie wiedzy z zakresu przygotowania i prowadzenia projektów biznesowych. W ramach zajęć omówione zostaną kluczowe obszary i zasady zarządzania projektami. Studenci zostaną przygotowani do pełnienia roli kierownika projektu, ale również będą świadomie wykonywać inne role projektowe, poznając swoje silne strony oraz swoje luki kompetencyjne z zakresu zarządzania projektami. Zajęcia odbywają się z wykorzystaniem technik kształcenia na odległość.			
Content of the study programme (short version)			
Treści programowe			
			Liczba godzin
Semestr: 3			
Forma zajęć : wiczenia audytorjne			
<p>Zajęcia obejmują następujące treści:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do przedmiotu: podstawowe pojęcia i definicje. 2. Podejście systemowe i procesowe w zarządzaniu projektami. Klasyfikacja projektów. 3. Funkcje i podsystemy zarządzania projektem, typy struktur organizacyjnych a projekty. 4. Metodyki zarządzania projektami. Opracowanie struktury zespołu zarządzania projektem. 5. Przygotowanie uzasadnienia biznesowego dla projektu. 6. Opracowanie opisu i struktury produktu końcowego projektu. 7. Zarządzanie integracją projektu. 8. Zarządzanie zakresem i czasem w projekcie. 9. Zarządzanie kosztami w projekcie - szacowanie kosztów, budżetowanie, kontrola kosztów. 10. Opracowanie planu projektu (strukturyzacja projektu, WBS na wykresie Gantta, kosztorys projektu, budżet, 11. rozkład kosztów w czasie). 12. Zarządzanie jakością w projekcie. 13. Zarządzanie zasobami ludzkimi w projekcie. 14. Zarządzanie komunikacją w projekcie. 15. Zarządzanie ryzykiem w projekcie, analiza ryzyka, monitorowanie i kontrolowanie ryzyka. 			30

Opracowanie strategii	30
16. Zarządzania ryzykiem oraz rejestru ryzyk w projekcie.	
Literatura	
Podstawowa	
Pietras, P., Szczepańczyk, M., Pietras, A., Klimek, D. et al., Zarządzanie projektem. Podręcznik przyszłego PMA, CeDWu, Warszawa 2019	
Trocki, M., Nowoczesne zarządzanie projektami, PWE, Warszawa 2013	
Wysocki, R.K., Efektywne zarządzanie projektami, Helion, Gliwice 2018	
Uzupełniająca	

Dane jakościowe

Przyporządkowanie zajęć/grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarządzaniu i jakości	
Sposób określenia liczby punktów ECTS		
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obciążenia studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach	30	
Konsultacje z prowadzącym	2	
Udział w egzaminie	0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne (pole wypełniane tylko w cięle określonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, ćwiczeń, zajęć	5	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.	8	
Inne	0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zajęcia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	25	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Filologii				
Kierunek studiów:	J zyki obce w komunikacji (e-)biznesowej				
Specjalno /Specjalizacja:					
Nazwa zaj / grupy zaj :	Zarz dzenie zasobami ludzkimi				
Course / group of courses:					
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WH-JO-I-23/24Z				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	235259	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	2	Rodzaj zaj :		fakultatywny	
Rok studiów:	2	Semestr:		3	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3		30	Zaliczenie z ocen	2
Razem			30		2
Koordinator:					
Prowadz cy zaj cia:					
J zyk wykładowy:	semestr: 3 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S - seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO - wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P - wiczenia projektowe, ZS - zaj cia seminaryjne, ZT - zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK - samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
zaliczenie drugiego semestru studiów			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna w zaawansowanym stopniu terminologi z zakresu zarz dzania zasobami ludzkimi znajduj c zastosowanie w działalno ci (e-) biznesowej	JO_W06	kolokwium
2	potrafi wykorzystywa posiadana wiedz z zakresu zarz dzania zasobami ludzkimi do formułowania i rozwi zywania zada oraz problemów zwi zanych z działalno ci (e-)biznesow	JO_U09	wykonanie zadania
3	potrafi planowa i organizowa działania komunikacyjne w ramach zarz dzania zasobami ludzkimi w (e-)biznesie, a tak e współdziała w grupie przyjmuj c w niej ró ne role	JO_U17	wykonanie zadania
4	jest gotów do działania w sposób przedsi biorczy	JO_K03	obserwacja zachowa

Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne)	
metody problemowe (analizy przypadków marek znanych produktów), metody problemowe (dyskusja)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się	
wiedza: ocena kolokwium (ocena kolokwium (test z pytaniami otwartymi, test wielokrotnych odpowiedzi))	
umiejętności: ocena wykonania zadania (ocena analizy przypadku, ocena kapitału ludzkiego na podstawie danych statystycznych)	
kompetencje społeczne: obserwacja zachowań (obserwacja zachowań indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych)	
Warunki zaliczenia	
Łączna ocena wystawiana na podstawie ocen cząstkowych. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W, U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązkowy materiał w 50 - 59%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązkowy materiał w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązkowy materiał w 70 - 79%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązkowy materiał w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W, U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązkowy materiał przynajmniej w 90%.	
Treści programowe (opis skrócony)	
Zarządzanie kapitałem ludzkim obejmuje zarówno pozyskiwanie talentów, jak i zarządzanie nimi i optymalizację pracowników, w celu zwiększenia ich wartości dla firmy. Model ZKL wyznacza 4 główne obszary polityki zarządzania zasobami ludzkimi: partycypacji pracowników, mobilności ich przemieszczania, system gratyfikacji, organizacji pracy. Uwzględniono także Sustainable human resource management wspierające ideę zrównoważonego rozwoju organizacji, kładące nacisk na sprawiedliwe traktowanie, dbałość o rozwój kompetencji pracowników poprzez promocję równowagi pracowniczego życia (WLB).	
Content of the study programme (short version)	
Treści programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 3	
Forma zajęć : wiczenia audytorijne	
1. Teoria kapitału ludzkiego. 2. Koncepcje i analizy kapitału ludzkiego. 3. Funkcja personalna w przedsiębiorstwie jej ewolucja i modele. Realizacja funkcji personalnej. 4. Uwarunkowania zarządzania zasobami ludzkimi. 5. Praca w życiu człowieka i przedsiębiorstwa. Pozyskiwanie i odejście pracowników. 6. Ocena pracowników. Metody wartościowania pracy i oceniania pracowników. Wynagradzanie. 7. Motywacja i motywowanie do pracy. 8. Kierowania i style przywództwa 9. Rozwój kapitału ludzkiego (szkolenia). 10. Praktyki zrównoważonego ZKL (SHRM) w organizacjach. Well being i WLB.	30
Literatura	
Podstawowa	
Armstrong, M., Zarządzanie zasobami ludzkimi, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2007	
Lisowska, E. i in., Zarządzanie kapitałem ludzkim: wyzwania, Oficyna Wydawnicza SGH 2020 - wersja elektroniczna: https://cor.sgh.waw.pl/bitstream/handle/20.500.12182/909/Zarządzanie-kapitałem-ludzkim-wyzwania_Cewinska%20Krejner-Nowecka%20Winch.pdf?sequence=5&isAllowed=y	
Pocztowski A., Sitko-Lutek A., Rakowska A., Zarządzanie zasobami ludzkimi w Polsce. Ewolucja i współczesność, Wolters Kluwer, Warszawa 2021	
Uzupełniająca	

Dane jako ciowe

Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej	nauki o zarz dzaniu i jako ci	
Sposb okre lenia liczby punktów ECTS		
Forma nakladu pracy studenta (udzial w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.)	Obci enia studenta [w godz.]	
Udzial w zaj ciach	30	
Konsultacje z prowadz cym	2	
Udzial w egzaminie	0	
Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne (pole wype lniane tylko w ci le okre lonych, dobrze udokumentowanych sytuacjach)	0	
Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj	5	
Przygotowanie do kolokwiów i egzaminu	5	
Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp.	8	
Inne	0	
Sumaryczne obci enie prac studenta	50	
Liczba punktów ECTS		
Liczba punktów ECTS	2	
Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego	L. godzin	ECTS
	32	1,3
Zaj cia o charakterze praktycznym	L. godzin	ECTS
	26	1,0

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .