

1.	Nazwa kierunku	filologia angielska
2.	Wydział	Wydział Humanistyczny
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Języki specjalistyczne: moduł 4 - Język biznesu 4

Kod modułu: W1-FA-JB-S1-JB4-4

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
JB-S1-JB4-4_K1	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności oraz konieczności śledzenia bieżących informacji dotyczących działalności marketingowej, reklamowej oraz public relations w różnych firmach oraz w różnych krajach i kulturach korzystając z różnych mediów. Rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i dokonywania krytycznej oceny własnych kompetencji.	FA1_K01	3
JB-S1-JB4-4_K2	Ma podstawowe umiejętności pozwalające organizować własną pracę i realizować podjęte zadania oraz potrafi pracować zespołowo	FA1_K04	3
JB-S1-JB4-4_U1	Rozumie i potrafi analizować oraz implementować podstawowe części marketingu mix, strategie marketingowe, budżet w działalności marketingowej, plan działalności marketingowej oraz dostosowywać działalność marketingową do danej kultury.	FA1_U04	3
JB-S1-JB4-4_U2	Potrafi samodzielnie wyszukiwać, selekcjonować i wykorzystywać informacje potrzebne do opracowania marketingu mix, działalności marketingowej w kontekście międzykulturowym, strategii marketingowych, budżetu w działalności marketingowej oraz planu działalności marketingowej; działalności public relations z uwzględnieniem otoczenia firmy lub organizacji, narzędzi potrzebnych do realizacji działalności public relations, działań podejmowanych w sytuacjach kryzysowych; działalności reklamowej z uwzględnieniem zadań i funkcji reklamy, form i techniki reklamy, środków przekazu reklamy, języka reklamy oraz reklamy w kontekście międzykulturowym	FA1_U18	3
JB-S1-JB4-4_W1	Ma uporządkowaną i podstawową wiedzę z zakresu : marketingu : marketing mix, marketing w kontekście międzykulturowym, strategii marketingowe, budżet w działalności marketingowej, plan działalności marketingowej.	FA1_W02 FA1_W03	3 3
JB-S1-JB4-4_W2	Ma uporządkowaną i podstawową wiedzę z zakresu : public relations : istota i zadania public relations, otoczenie wewnętrzne i zewnętrzne public relations, narzędzia wykorzystywane w działalności public relations oraz public relations kryzysowe; reklamy . zadania i funkcje reklamy, formy i techniki reklamy, środki przekazu reklamy, język reklamy oraz reklama w kontekście międzykulturowym	FA1_W02 FA1_W03	3 3

3. Opis modułu	
Opis	Moduł ma na celu zapoznanie studentów z zagadnieniami marketingu, public relations oraz reklamy. Dodatkowo moduł ma celu uświadomienie studentom potrzeby nieustannego doskonalenia znajomości zagadnień merytorycznych i terminologii fachowej oraz śledzenia bieżących informacji dotyczących działalności marketingowej, reklamowej oraz public relations w różnych firmach w kraju i na świecie pozyskiwanych z różnych źródeł.
Wymagania wstępne	Znajomość języka angielskiego na poziomie B2

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
JB-S1-JB4-4_w_1	egzamin	pisemne i (lub) ustne sprawdzenie wiedzy i umiejętności nabytych w trakcie zajęć i w ramach pracy własnej w skali ocen 2-5	JB-S1-JB4-4_W1, JB-S1-JB4-4_W2
JB-S1-JB4-4_w_2	aktywność na zajęciach	Aktywny udział w indywidualnych i(lub) grupowych zadaniach w trakcie zajęć i w ramach pracy własnej w skali ocen 2-5	JB-S1-JB4-4_U1, JB-S1-JB4-4_U2
JB-S1-JB4-4_w_3	projekt	Opracowanie prezentacji multimedialnej	JB-S1-JB4-4_K1, JB-S1-JB4-4_K2

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
JB-S1-JB4-4_fs_1	ćwiczenia	Ćwiczenia warsztatowe z dużym udziałem pracy własnej studenta, z elementami dyskusji, z pisemną lub ustną informacją zwrotną. Ćwiczenia prowadzone z wykorzystaniem metody aktywizującej (w tym m.in. projektowej, webquest, analizy przypadku) oraz z zastosowaniem	30	Praca z literaturą obowiązkową, słownikiem, ćwiczeniami, literaturą uzupełniającą, źródłami internetowymi. Przyswajanie i utrwalanie wiedzy i umiejętności nabytych w trakcie zajęć. Przygotowywanie form ustnych i pisemnych (na przykład projekt,	30	JB-S1-JB4-4_w_1, JB-S1-JB4-4_w_2, JB-S1-JB4-4_w_3