

PROGRAM NAUCZANIA JĘZYKA ANGIELSKIEGO W BIZNESIE

POZIOM B1

OPRAC. PRZEZ LINGUA JUSTYNA CYGAN NA PODSTAWIE TREŚCI ZAWARTYCH W PODRĘCZNIKU MARKET LEADER 3RD EDITION INTERMEDIATE

A. OGÓLNE CELE NAUKI.

Celem nauczania jest wykształcenie u studentów kompetencji językowej i komunikacyjnej umożliwiającej im porozumiewanie się w różnych sytuacjach związanych z ogólnie rozumianymi dziedzinami biznesu na poziomie B1.

Cel nauczania realizowany jest poprzez rozwijanie sprawności językowych w następującym zakresie:

1. Rozumienie ze słuchu – rozumienie średniej długości wypowiedzi: wywiady, prezentacje, rozmowy telefoniczne, rekomendacje; wychwycenie konkretnej informacji,
- 2 Mówienie - formułowanie średniej długości wypowiedzi , umiejętność prowadzenia rozmów przez telefon, przeprowadzanie ankiet, zabieranie głosu w dyskusji i negocjacjach, formułowanie krótkich uogólnień, prezentacja
- 3 Czytanie – rozumienie ogólnego sensu tekstu adaptowanego, wyszukiwanie szczegółowej informacji, umiejętność domyślania się znaczeń z kontekstu.
- 4 Pisanie – formułowanie nieskomplikowanych wypowiedzi pisemnych w oparciu o podany wzór: e-mail, list, CV; rozszerzanie podanych zagadnień w pełną wypowiedź, samodzielne krótkie wypowiedzi na zadany temat, protokół, raport

B. CELE SZCZEGÓŁOWE

ZAKRES TEMATYCZNY I LEKSYKALNY:

1. Marka
 - Ulubione marki krajowe i międzynarodowe
 - Zarządzanie marką
 - Marki odnoszące sukcesu na rynku
 - Marki luksusowe
 - Uczestnictwo w spotkaniach dotyczących kreowania marki
 - Protokół ze spotkania
2. Podróże
 - Doświadczenia z podróży
 - Formy podróży
 - Język podróży w brytyjskim i amerykańskim angielskim

- Oczekiwania i wymagania podróżującego w celach biznesowych
 - Podróże luksusowe i budżetowe w biznesie
 - Rozmowy telefoniczne- ustalanie warunków spotkania biznesowego
 - Organizacja podróży biznesowej
3. Zmiana
- Momenty przełomowe w życiu prywatnym i biznesowym
 - Opisywanie zmian
 - Podejmowanie ważnych decyzji biznesowych
 - Wdrażanie zmian w firmie
 - Zarządzanie i prowadzenie spotkania
4. Organizacja
- Status w strukturze firmy
 - Struktura firmy
 - Działy i ich zakresy obowiązków
 - Dobre i złe cechy organizacji
 - Organizacje odnoszące sukcesy
 - Analiza struktury firmy
 - Budowanie sieci kontaktów
5. Reklama
- Media reklamowe i metody reklamy
 - Cechy dobrej reklamy
 - Etyka w reklamie
 - Nowe metody kampanii reklamowych
 - Jak działa reklama
 - Prezentacja
6. Pieniądze
- Rola pieniędzy w życiu
 - Słownictwo związane z finansami firmy
 - Sytuacja ekonomiczna kraju
 - Zarządzanie inwestycjami
 - Jak osiągnąć sukces w świecie finansów
 - Opisywanie trendów
 - Liczby w finansach
7. Kultura
- Kultura kraju
 - Świadomość kulturowa w biznesie
 - Etykieta biznesowa
 - Różnice kulturowe
 - Szok kulturowy
 - Savoir-vivre w biznesie
8. Dział Personalny
- Rozmowa w sprawie pracy

- Cechy idealnego kandydata ubiegającego się o pracę
 - Procedura zatrudniania pracownika
 - Kobiety w biznesie
 - Jak efektywnie szukać pracy i przygotować się do rozmowy kwalifikacyjnej
 - Rozmowa telefoniczna –zaproszenie na rozmowę rekrutacyjną
9. Rynki międzynarodowe
- Korzyści rynków ze swobodnym przepływem towarów i usług
 - Wolny rynek
 - Współpraca handlowa między Chinami a Ameryką
 - Szkolenie z zakresu negocjacji
 - Negocjowanie warunków
10. Etyka
- Nieetyczne zachowania w życiu prywatnym i biznesowym
 - Etyka zawodowa
 - Etyka w biznesie
 - Etyka w cv
 - Wpływ działalności firm na środowisko
 - Rozmowa z przełożonym na temat nieprofesjonalnych zachowań w pracy
11. Przywództwo
- Cechy dobrego przywódcy
 - Wielcy liderzy
 - Problemy liderów
 - Liderzy w firmie
 - Efektywna prezentacja
12. Konkurencja
- Współzawodnictwo w życiu i w firmie
 - Idiomy związane z szeroko pojętym współzawodnictwem
 - Konkurencja między firmami
 - Ochrona konkurencji a wolny rynek
 - Negocjacje biznesowe

ZAKRES MATERIAŁU GRAMATYCZNEGO:

- czasy (bez Future Perfect, Future Perfect Continuous)
- następstwo czasów
- zdania warunkowe i czasowe
- czasowniki modalne odnoszące się do teraźniejszości, przyszłości i przeszłości
- strona bierna
- zdania podrzędne
- konstrukcje czasownikowe (bezokolicznik/gerundium)
- question tags
- przedimki
- policzalność rzeczownika

- przedrostki i przyrostki
- czasowniki złożone
- rzeczowniki złożone
- kolokacje
- słowotwórstwo

Przedstawiony zakres tematyczny dotyczy kursów obejmujących 80-100 godzin. Kursy obejmujące zwiększoną ilość godzin mogą zostać poszerzone o materiały dodatkowe.

C. MATERIAŁY DODATKOWE:

Market Leader 3rd edition intermediate Practice File- John Rogers
E-mail English- Paul Emmerson
New Language Leader intermediate- D.Cotton, D.Falvey, S.Kent

D. ZAKRES TEMATYCZNY DODATKOWY

1. Osobowość
2. Podróże
3. Praca
4. Nauka języka obcego
5. Reklama
6. Edukacja
7. Biznes
8. Inżynieria

E. SPOSOBY REALIZACJI

Metody i formy: praca grupach, parach, indywidualna; wykład; ćwiczenia testy, kwestionariusze; dyskusja; burza mózgów ; rozwiązywanie problemów ; symulacje; autoprezentacja; analiza przypadku; projekt ; metody multimedialne, gry diagnostyczno-symulacyjne ; praca z materiałami źródłowymi

F. EWALUACJA

Opracowany program uwzględnia kontrolę przebiegu, rezultatów i postępu pracy w formie ustnej, pisemnej i w formie obserwacji.

Źródła informacji: słuchacze, dział kierowniczy i personalny, lektor, kierownik merytoryczny kursu.