

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2014/2015

Instytut Języków Obcych

Kierunek studiów: Filologia

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: 022

Stopień studiów: I

Specjalności: JR/T, moduł: Język rosyjski w biznesie

### 1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Marka handlowa (JA)
KOD PRZEDMIOTU	IJO 022 AIS E7 14/15
KATEGORIA PRZEDMIOTU	DO WYBORU
LICZBA PUNKTÓW ECTS	1
SEMESTRY	3

### 2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	SEMINARIUM DYPLOMOWE	WARSZTAT	LABORATORIUM
3		15			

### 3 CELE PRZEDMIOTU

- Cel 1** zapoznanie studenta z podstawowymi pojęciami dotyczącymi marki handlowej; z wiadomościami dotyczącymi najważniejszych brytyjskich i irlandzkich marek, rolą marki handlowej, rejestracją i ochroną prawną; zapoznanie z gospodarką w Wielkiej Brytanii i Irlandii
- Cel 2** wykształcenie umiejętności analizy działalności gospodarczej w Wielkiej Brytanii i Irlandii i rozwoju marek handlowych w obu krajach
- Cel 3** rozwijanie umiejętności językowych; doskonalenie fachowego słownictwa
- Cel 4** wykształcenie umiejętności pracy w zespole i samodzielnej, przygotowując prezentacje multimedialne dotyczące marek handlowych różnych gałęzi brytyjskiej i irlandzkiej gospodarki

## 4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

a poziom językowy B1

## 5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

**EK1** Wiedza: student zna angielską terminologię dotyczącą gospodarki i marki handlowej; ma uporządkowaną wiedzę o rejestracji i ochronie prawnej marki handlowej; ma wiedzę dotyczącą brytyjskich i irlandzkich marek handlowych głównych brytyjskich i irlandzkich producentów w podstawowych gałęziach gospodarki Wielkiej Brytanii i Irlandii

**EK2** Umiejętności: student wykazuje się znajomością języka angielskiego na poziomie B1; potrafi wyszukać, ocenić i przedstawić informacje dotyczące marek handlowych w Wielkiej Brytanii i Irlandii; umie samodzielnie zdobywać wiedzę

**EK3** Kompetencje społeczne: student zna zakres posiadanej wiedzy i umiejętności i rozumie konieczność dalszego rozwoju; aktywnie uczestniczy w zajęciach; potrafi pracować samodzielnie i w grupie, biorąc odpowiedzialność za efekty pracy indywidualnej i zespołowej

## 6 TREŚCI PROGRAMOWE

ĆWICZENIA		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C1	podstawowe pojęcia związane z marką handlową; rola marki; forma własności; rejestracja i ochrona prawna marki handlowej w Wielkiej Brytanii i Irlandii	1
C2	Wielka Brytania - gospodarka kraju; główne gałęzie przemysłu; centra przemysłowe	1
C3	Anglia - finanse- banki, firmy ubezpieczeniowe i księgowe; przemysł stoczniowy, włókienniczy, chemiczny, elektroniczny, olniczy i obronny, farmaceutyczny, samochodowy, rolniczy- rodzaj produkcji, najważniejsze marki handlowe i logo każdej z nich	5
C4	Szkocja - wydobywanie i przetwórstwo bogactw naturalnych, sektor finansowy, przemysł włókienniczy, chemiczny, lotniczy i obronny, farmaceutyczny i biotechnologiczny, elektronika, rybołówstwo i rolnictwo, firmy produkujące whisky, piwo i produkty spożywcze - rodzaj produkcji, największe marki handlowe i logo każdej z nich	3
C5	Walia- tradycyjny przemysł: górnictwo węgla i metali i ich przetwórstwo; przemysł chemiczny, obronny, elektroniczny, usługi, rolnictwo - rodzaj produkcji, największe marki handlowe i logo każdej z nich	1
C6	Irlandia Północna - tradycyjny przemysł: stoczniowy i włókienniczy; sektor finansowy; elektronika, przemysł lotniczy i obronny, rolnictwo - rodzaj produkcji, główne marki handlowe i logo każdej z nich	1
C7	Irlandia - gospodarka kraju; przemysł chemiczny, farmaceutyczny, elektronika; wydobywanie i przetwórstwo zasobów naturalnych; przemysł włókienniczy, rolnictwo - rodzaj produkcji, główne marki handlowe i logo każdej z nich	3
	RAZEM	15

## 7 METODY DYDAKTYCZNE

**M1** Prezentacje multimedialne

M2 Słowne objaśnienie

## 8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
<b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>	
Godziny wynikające z planu studiów	15
Konsultacje przedmiotowe	1
Egzaminy i zaliczenia w sesji	0
<b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b>	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	4
Opracowanie wyników	0
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	5
<b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>	<b>25</b>
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	1

## 9 SPOSOBY OCENY

poziom językowy B2

### OCENA FORMUJĄCA

F1 Kolokwium

F2 Projekt indywidualny

F3 Aktywność na zajęciach

### OCENA AKTYWNOŚCI BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA AKADEMICKIEGO

1 Test

2 Projekt indywidualny

### KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 1
NA OCENĘ 3	student zna część terminologii dotyczącej marki handlowej w języku angielskim; ma wiedzę ogólną dotyczącą omawianych zagadnień; może popełniać liczne błędy merytoryczne	ćwiczenia	test pisemny
NA OCENĘ 4	student zna angielską terminologię dotyczącą marki handlowej; ma pełną wiedzę ogólną dotyczącą omawianych zagadnień; może popełniać drobne błędy dotyczące szczegółów omawianych zagadnień		

NA OCENĘ 5	student bezbłędnie zna angielską terminologię dotyczącą marki handlowej; ma pełną wiedzę ogólną i szczegółową dotyczącą omawianych zagadnień;		
EFEKT KSZTAŁCENIA 2		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 2
NA OCENĘ 3	student używa języka angielskiego popełniając liczne błędy gramatyczne i leksykalne; z pomocą nauczyciela potrafi wybrać i analizować informacje dotyczące omawianych zagadnień; może popełniać błędy podczas selekcjonowania informacji	ćwiczenia	prezentacja multimedialna, test pisemny
NA OCENĘ 4	student poprawnie używa języka angielskiego, popełniając tylko drobne błędy językowe; właściwie selekcjonuje i analizuje informacje dotyczące omawianych zagadnień; potrafi poprawnie zebrać materiały dydaktyczne		
NA OCENĘ 5	student wykazuje pełną poprawność językową; umie samodzielnie rozwijać umiejętności badawcze		
EFEKT KSZTAŁCENIA 3		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 3
NA OCENĘ 3	student poprawnie ocenia zakres posiadanej wiedzy i umiejętności; rozumie potrzebę doksztalcania się i nadrabiania braków; potrafi pracować samodzielnie i w zespole; uczestniczy w zajęciach	ćwiczenia	ocena za aktywność; oceny cząstkowe za poprawiane testy
NA OCENĘ 4	student prawidłowo ocenia zakres posiadanej wiedzy i umiejętności; rozumie potrzebę doksztalcania się; bierze aktywny udział w zajęciach; bierze udział w organizacji wydarzeń kulturalnych w instytucie		
NA OCENĘ 5	student prawidłowo ocenia zakres posiadanej wiedzy i umiejętności; regularnie podnosi swoją wiedzę i kompetencje językowe; bierze aktywny udział z zajęciach; potrafi współdziałać w grupie i organizować działania kulturalne w instytucie		

### OCENA DO INDEKSU (OCENA PODSUMOWUJĄCA)

średnia ważona ocen formujących

### WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

- a uzyskanie co najmniej 60% z testów pisemnych
- b ocena za przygotowanie i przeprowadzenie prezentacji

## 10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE
EK1	F_W02, F_W03, F_W04, F_W07F_W17, F_W18, F_W19	Cel1, Cel3, Cel4	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7	M1, M2
EK2	F_U03, F_U08, F_U12, F_U13, F_U17, F_U21, F_U22	Cel2, Cel3, Cel4	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7	M1, M2
EK3	F_K01, F_K02, F_K03, F_K06,	Cel3, Cel4	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7	M1, M2

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA:

- [1] Bently L., Davis J., Ginsburg J.C. ed. — *Trade Marks and Brands*, Cambridge, 2010, CUP  
 [2] Mendenhall, J. — *Character Trademarks*, London, 1990, Chronicle Books

### LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- [1] Diamond S.A. — *Trademrk Problems and How to Avoid them*, London, 1974, Crain Communications  
 [2] Gospel H.S. — *Markets, Firms and the Management of Labour in Modern Britain t*, Cambridge, 2004, CUP  
 [3] Isaak B. — *Brand Protection Matters*, London, 2000, Sweet&Maxwell  
 [4] Lawrence C. — *Brands: Law, Practice and Precedents*, London, 2008, Jordans  
 [5] de Silva Lopes T., Duguid P., ed — *Trademarks, Brands and Competitiveness*, Abingdon, 2010, Routledge  
 [6] Michael A. — *A Practical Guide to Trade Mark Law*, London, 2002, Sweet&Maxwell

## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr Elżbieta Stanisł (kontakt: staniszej@wp.pl)

### OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

dr Elżbieta Stanisł (kontakt: staniszej@wp.pl)

## 13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(kierownik zakładu)

(dyrektor instytutu)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....