

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2017/2018

Instytut Języków Obcych

Kierunek studiów: Lingwistyka dla biznesu

Profil: Praktyczny

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: 000

Stopień studiów: I

Specjalności: Lingwistyka dla biznesu

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Marka handlowa (język B) - JA
KOD PRZEDMIOTU	IJO 000 PIS C17 17/18
KATEGORIA PRZEDMIOTU	PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE
LICZBA PUNKTÓW ECTS	1
SEMESTRY	6

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	SEMINARIUM DYPLOMOWE	WARSZTAT	LABORATORIUM
6	10				

3 CELE PRZEDMIOTU

Cel 1 zapoznanie studenta z podstawowymi pojęciami dotyczącymi marki handlowej; z rolą marki, rejestracją i ochroną prawną; zapoznanie studenta z najważniejszymi brytyjskimi i irlandzkimi markami handlowymi

Cel 2 wykształcenie umiejętności analizy działalności gospodarczej w Wielkiej Brytanii i Irlandii i rozwoju marek handlowych w obu krajach

Cel 3 rozwijanie umiejętności językowych przez doskonalenie fachowego słownictwa podczas aktywnego udziału w zajęciach

Cel 4 wykształcenie potrzeby dalszego rozwoju i kształcenia zawodowego



4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

a poziom językowy B2

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

EK2 Umiejętności: student wykazuje się znajomością języka na poziomie B2; potrafi wyszukać, ocenić i przedstawić informacje dotyczące brytyjskich i irlandzkich marek handlowych; umie samodzielnie zdobywać wiedzę

EK3 Kompetencje społeczne: student zna zakres posiadanej wiedzy i umiejętności i rozumie konieczność dalszego rozwoju; aktywnie uczestniczy w wykładach

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Podstawowe pojęcia związane z marką handlową; rola marki; forma własności; rejestracja i ochrona prawna marki handlowej w Wielkiej Brytanii i Irlandii	1
W2	Wielka Brytania - gospodarka kraju, główne gałęzie przemysłu, centra przemysłowe	1
W3	Anglia - finanse, przemysł: stoczniowy, włókienniczy, chemiczny, elektrotechniczny, lotniczy i obronny, samochodowy, farmaceutyczny, rolniczy; rodzaj produkcji, najważniejsze marki i logo każdej z nich	3
W4	Szkocja - wydobywanie i przetwórstwo bogactw naturalnych, sektor finansowy, przemysł: włókienniczy, chemiczny, lotniczy i obronny, farmaceutyczny i biotechnologiczny, rybołówstwo i rolnictwo; rodzaj produkcji, najważniejsze marki i logo każdej z nich	2
W5	Walia - górnictwo węgla i metali i ich przetwórstwo, przemysł: chemiczny, obronny, elektroniczny, usługi, rolnictwo; rodzaj produkcji, najważniejsze marki i logo każdej z nich. Irlandia Północna - przemysł stoczniowy, włókienniczy, sektor finansowy, przemysł elektroniczny, lotniczy i obronny, rolnictwo - rodzaj produkcji, najważniejsze marki i logo każdej z nich	1
W6	Irlandia - gospodarka kraju; przemysł chemiczny, farmaceutyczny, elektroniczny, wydobywanie i przetwórstwo zasobów naturalnych, rolnictwo i przetwórstwo rolne - rodzaj produkcji, najważniejsze marki i logo każdej z nich	2
	RAZEM	10

7 METODY DYDAKTYCZNE

M1 Wykłady

M2 Prezentacje multimedialne



8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	10
Konsultacje przedmiotowe	10
Egzaminy i zaliczenia w sesji	2
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	3
Opracowanie wyników	0
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	0
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	25
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	1

9 SPOSOBY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1 Egzamin

OCENA AKTYWNOŚCI BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA AKADEMICKIEGO

1 Test

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 1
NA OCENĘ 3	student zna część angielskiej terminologii dotyczącej marki handlowej; ma wiedzę ogólną dotyczącą większości omawianych zagadnień; mogą wystąpić liczne błędy merytoryczne	wykład	egzamin, test
NA OCENĘ 4	student zna angielską terminologię dotyczącą marki handlowej; ma pełną wiedzę ogólną dotyczącą większości omawianych zagadnień; możliwe są drobne błędy dotyczące szczegółów omawianych zagadnień		
NA OCENĘ 5	student bezbłędnie zna angielską terminologię dotyczącą marki handlowej; ma pełną wiedzę ogólną i szczegółową dotyczącą większości 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 zebrać informacje dotyczące omawianych zagadnień; może popełniać błędy podczas selekcjonowania informacji	wykład	egzamin, test
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 podnosić swoją wiedzę na temat omawianych zagadnień		
EFEKT KSZTAŁCENIA 3		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 3
NA OCENĘ 3	student poprawnie ocenia zakres posiadanej wiedzy i umiejętności; rozumie potrzebę doskonalenia się i nadrabiania braków; uczestniczy w wykładach	wykład	udział w wykładach
NA OCENĘ 4	student prawidłowo ocenia zakres posiadanej wiedzy i umiejętności; rozumie potrzebę doskonalenia się; bierze aktywny udział w wykładach		
NA OCENĘ 5	student właściwie ocenia zakres posiadanej wiedzy i umiejętności; regularnie wzbogaca swoją wiedzę i podnosi swoje kompetencje językowe; aktywnie uczestniczy w wykładach		

OCENA DO INDEKSU (OCENA PODSUMOWUJĄCA)

wynik egzaminu

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

a udział w wykładach; uzyskanie 60 % poprawnych odpowiedzi na egzaminie i na teście

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE
EK1	L_W08, L_W05	Cel1, Cel3	W1, W2, W3, W4, W5, W6	M1, M2
EK2	L_U03	Cel2, Cel3	W1, W2, W3, W4, W5, W6	M1, M2
EK3	L_K01	Cel3, Cel4	W1, W2, W3, W4, W5, W6	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. — *Trademark Problems and How to Avoid them*, London, 1974, Crain Communications
- [2] Gospel H. S. — *Markets, Firms and the Management of Labour in Modern Britain*, 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, Duguit 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: ijo@pwsz-ns.edu.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)

.....