

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2015/2016

Instytut Języków Obcych

Kierunek studiów: Filologia

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: 022

Stopień studiów: I

Specjalności: JA/T, moduł: Język angielski w biznesie
JA/T, moduł: Dwujęzyczny tłumaczeniowy

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Marka handlowa (JA)
KOD PRZEDMIOTU	IJO 022 AIS D5 15/16
KATEGORIA PRZEDMIOTU	PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE
LICZBA PUNKTÓW ECTS	1
SEMESTRY	4

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	SEMINARIUM DYPLOMOWE	WARSZTAT	LABORATORIUM
4		15			

3 CELE PRZEDMIOTU

- Cel 1** zapoznanie studenta z podstawowymi pojęciami dotyczącymi marki, z wiadomościami dotyczącymi najważniejszych marek brytyjskich i irlandzkich, zapoznanie z informacjami dotyczącymi roli marki, rejestracji i ochrony prawnej
- Cel 2** wykształcenie umiejętności samodzielnego wyszukiwania, selekcjonowania i analizowania informacji dotyczących działalności gospodarczej w Wielkiej Brytanii i Irlandii i rozwoju marek handlowych w obu krajach
- Cel 3** rozwijanie umiejętności językowych, doskonaląc fachowe słownictwo
- Cel 4** wykształcenie umiejętności pracy samodzielnej i w zespole, przygotowując i prowadząc prezentacje multimedialne dotyczące marek handlowych różnych gałęzi gospodarki brytyjskiej i irlandzkiej

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 głównych brytyjskich i irlandzkich producentów w podstawowych gałęziach gospodarki Wielkiej Brytanii i Irlandii

EK2 Umiejętności: student wykazuje się znajomością języka angielskiego na poziomie B2; potrafi wyszukać, ocenić, przeanalizować, przygotować i przedstawić informacje dotyczące wybranych 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 zbiorowej

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, lotniczy i obronny, 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, elektroniczny, rybołówstwo i rolnictwo, firmy produkujące whiskey, piwo i produkty spożywcze - rodzaj produkcji, najważniejsze marki handlowe i logo każdej z nich	3
C5	Walia - tradycyjny przemysł: górnictwo węgla i metali i ich przetwórstwo; nowe gałęzie przemysłowe: przemysł chemiczny, obronny i elektroniczny, usługi, rolnictwo - rodzaj produkcji, najważniejsze marki handlowe i logo każdej z nich	1
C6	Irlandia Północna - przemysł stoczniowy, włókienniczy, sektor finansowy, przemysł elektroniczny, lotniczy i obronny, rolnictwo - rodzaj produkcji, najważniejsze marki handlowe i logo każdej z nich	1
C7	Irlandia - gospodarka kraju; przemysł chemiczny, farmaceutyczny, elektroniczny, włókienniczy, wydobywanie i przetwórstwo zasobów naturalnych, rolnictwo i przetwórstwo rolne - rodzaj produkcji, najważniejsze marki handlowe i logo każdej z nich	3
	RAZEM	15

7 METODY DYDAKTYCZNE

M1 Prezentacje multimedialne

M2 Praca w grupach

M3 Praca z podręcznikiem

M4 Projekty

M5 Słowne objaśnienie

8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	15
Konsultacje przedmiotowe	1
Egzaminy i zaliczenia w sesji	0
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	6
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 Kolokwium

F2 Projekt indywidualny

F3 Aktywność na zajęciach

OCENA AKTYWNOŚCI BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA AKADEMICKIEGO

1 Projekt indywidualny

2 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 omawianych zagadnień; popełnia 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 wiedzę ogólną i szczegółową dotyczącą marki handlowej		
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 materiału; jest w stanie przygotować i przeprowadzić poprawną prezentację	ćwiczenia	ocena za prezentację multimedialną; test pisemny
NA OCENĘ 4	student poprawnie używa języka angielskiego popełniając tylko drobne błędy językowe; właściwie wybiera, selekcjonuje i analizuje informacje dotyczące omawianych zagadnień; potrafi zebrać materiały, dobrze przygotować i przedstawić prezentację		
NA OCENĘ 5	student wykazuje pełną poprawność językową; umie samodzielnie rozwijać umiejętności badawcze; potrafi dobrze zebrać materiały, właściwie przygotować i przedstawić prezentację		
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 częściowe 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 umiejętności językowe; bierze aktywny udział w 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% poprawnych odpowiedzi podczas testów

b ocena za przygotowanie i przeprowadzenie prezentacji

c aktywność podczas zajęć

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE
EK1	F_W03, F_W04, F_W13, F_W17, F_W20	Cel1	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7	M1, M3, M5
EK2	F_U03, F_U07, F_U08, F_U12, F_U13, F_U17, F_U21, F_U22	Cel2, Cel3, Cel4	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7	M2, M3, M4
EK3	F_K01, F_K02, F_K03, F_K04, F_K05, F_K06, F_K10	Cel4	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7	M2, M4

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 Communicatons

[2] Gospel H. S. — *Markets, Firms and the Management of Labour in Mopdern Britain*, Cambridge, 2004, CUP

[3] Isaak B — *Brand Protection Matters*, London, 2000, Sweet&Maxwell

[4] Lawrence C — *Brands:Law, Practice and Precedents*, London, 2008, Jordands

[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 Stanisiz (kontakt: staniszej@wp.pl)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

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

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(kierownik zakładu)

(dyrektor instytutu)

PWSZ w Nowym Sączu

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....