

**KARTA PRZEDMIOTU**

<i>Nazwa przedmiotu w języku polskim:</i> <b>Prezentacje biznesowe</b>									<i>Kod przedmiotu:</i> <b>KF/FA-IP/JAwB/29</b>	
<i>Nazwa przedmiotu w języku angielskim:</i> <b>Business presentations</b>										
<i>Kierunek studiów:</i> <b>Filologia angielska</b>					<i>Profil:</i> <b>praktyczny</b>			<i>Poziom studiów:</i> <b>I stopień</b>		
<i>Specjalność/specjalizacja:</i> <b>język angielski w biznesie</b>					<i>Forma zaliczenia przedmiotu:</i> <b>zaliczenie na ocenę</b>			<i>Semestr studiów:</i> <b>6</b>		
<i>Nazwa modułu programu:</i> <b>specjalnościowy</b>					<i>Język w jakim prowadzone są zajęcia:</i> <b>angielski</b>					
<i>Tryb studiów</i>	<i>Forma zajęć</i>								<i>Ogólna liczba godzin</i>	<i>Liczba punktów ECTS:</i>
	<i>W</i>	<i>Ćw.</i>	<i>Konw.</i>	<i>Lab.</i>	<i>Proj.</i>	<i>Sem.</i>	<i>Zajęcia terenowe</i>	<i>Lektorat</i>		
<i>Tryb stacjonarny</i>	-	-	-	<b>30</b>	-	-	-	-	<b>30</b>	<b>2</b>
<i>Tryb niestacjonarny</i>	-	-	-	<b>15</b>	-	-	-	-	<b>15</b>	
<i>Jednostka realizująca przedmiot:</i> <b>Kolegium Filologii</b>										
<i>Odpowiedzialny za opracowanie karty przedmiotu (tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko, adres e-mail):</i> <b>dr Justyna Rusak (jrusak@wszop.edu.pl), dr Maciej Stasiowski (mstasiowski@wszop.edu.pl)</b>										
<b>CEL PRZEDMIOTU:</b>										
C1.	Zapoznanie studentów z pojęciami, koncepcjami oraz słownictwem z zakresu angielskiego obszaru języka biznesu w kontekście prezentacji i prowadzenia spotkań biznesowych.									
C2.	Nabycie przez studentów umiejętności efektywnego komunikowania się w zakresie angielskiego języka biznesu, poprzez przygotowanie prezentacji różnego typu i/lub prowadzenie spotkań.									
C3.	Zapoznanie studentów z problematyką różnic kulturowych, jakie występują w komunikacji biznesowej, celem efektywnego przedstawiania prezentacji i prowadzenia spotkań w otoczeniu biznesowym.									
<b>WYMAGANIA WSTĘPNE:</b>										
1.	Znajomość języka angielskiego na poziomie B2.									
2.	Umiejętność korzystania z narzędzi multimedialnych (komputer, Internet, program Power Point i/lub jego alternatywy).									
<b>PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ:</b>									<b>ODNIESIENIE DO KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>	
EU1	Student wykazuje się znajomością pojęć, koncepcji oraz słownictwa w obszarze angielskiego języka biznesu celem tworzenia prezentacji i prowadzenia spotkań.								<b>FIL K_W06, FIL K_U13</b>	
EU2	Student potrafi efektywnie komunikować się w otoczeniu biznesowym tzn. przygotować perswazyjne i rzetelne prezentacje biznesowe w języku angielskim z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi multimedialnych oraz prowadzić spotkania biznesowe stosując słownictwo i zwroty z zakresu angielskiego języka biznesowego.								<b>FIL K_W03, FIL K_U02, FIL K_U03, FIL K_U04, FIL K_U05, FIL K_U09, FIL K_W08</b>	
EU3	Student rozumie potrzebę efektywnej komunikacji w środowisku biznesowym, ma świadomość różnic kulturowych i konieczności ich uwzględnienia w procesie komunikacji biznesowej, w szczególności przygotowując prezentacje oraz przyjmując określone (modelowe) role w trakcie spotkań, rozmów z partnerami biznesowymi, oficjalnej komunikacji.								<b>FIL K_K03</b>	

<b>TREŚCI PROGRAMOWE:</b>			
L.p.	<b>LABORATORIUM</b>	<b>Liczba godzin</b>	
		<b>S</b>	<b>N</b>
L1	<b>Zagadnienia wstępne.</b> Przegląd typów wystąpień publicznych (biznesowe, konferencyjne) i prezentacji (informacyjna, perswazyjna, decyzyjna, inne), z naciskiem na strukturę prezentacji, uporządkowanie informacji, stosowane słownictwo. Kwestia przygotowania planu prezentacji oraz zbierania i interpretacji materiałów.	2	1
L2	<b>Metody i narzędzia efektywnego przygotowania prezentacji.</b> Przegląd oprogramowania do tworzenia prezentacji multimedialnych (PowerPoint, Prezi, Impress, Haiku Deck). Omówienie zagadnienia grupy docelowej – dopasowywanie komunikatu (formy i treści prezentacji) do publiczności i charakteru wydarzenia.	2	1
L3	<b>Metody przygotowania treści.</b> Scenariusze oraz formy prezentacji i wystąpień w biznesie w różnych sytuacjach zawodowych – omówienie przykładów; elementy kształtowania oraz wzmacniania dynamiki prezentacji biznesowych (tematycznych, produktowych, branżowych); zagadnienie perswazyjnego wystąpienia biznesowego w odniesieniu do ważnych elementów mowy ciała.	2	1
L4	<b>Styl wypowiedzi mówcy biznesowego.</b> Zabiegi werbalne służące nawiązywaniu dobrego kontaktu ze słuchaczami; konstrukcje językowe/chwyty retoryczne – analiza przykładów wystąpień publicznych (polityka, konferencje biznesowe, TED Talks); wzbogacanie wystąpień elementami wizualnymi.	2	1
L5	<b>Przegląd technik i mediów prezentacyjnych różnych kontekstach kulturowych.</b> Ważne zasady przygotowania materiału (selekcji pod kątem merytorycznym, tworzenia map pojęciowych), jak również elementów wizualnych wzbogacających przekaz werbalny: trudne i nieprzewidziane sytuacje w relacjach z odbiorcami prezentacji i wystąpień biznesowych.	2	1
L6	<b>Opracowanie oraz przedstawienie własnych prezentacji (tematycznych, handlowych, produktowych i branżowych).</b> Dobór strategii, selekcja informacji, materiałów ilustracyjnych, analiza językowa kluczowych etapów wystąpienia, analiza metod podtrzymywania kontaktu z publicznością (dialogiczny charakter prezentacji), organizacji materiału względem ograniczeń czasowych, umiejętności podsumowywania/wskazywania kluczowych punktów/formułowania <i>clou (takeaway message)</i> .	4	2
L7	<b>Analiza i ocena przykładowych prezentacji</b> (ocena koleżeńska, dyskusje, uwagi krytyczne).	1	1
L8	<b>Spotkania i zebrania biznesowe: rodzaje i cele.</b> Podstawowe słownictwo i zwroty stosowane podczas spotkań; prezentowanie tematu na forum, branie udziału w dyskusji, odpowiadanie na pytania do prezentacji; podsumowywanie.	4	2
L9	<b>Porządek dzienny spotkania.</b> Przewodniczenie i role uczestników zebrania – ćwiczenia praktyczne.	2	1
L10	<b>Referowanie problemów i spraw bieżących, dawanie wytycznych.</b> Ćwiczenia praktyczne z zastosowaniem odpowiednich zwrotów biznesowych.	2	1
L11	<b>Sytuacje symulowane.</b> Odgrywanie ról z wykorzystaniem poznanych technik i narzędzi prezentacji, przy jednoczesnym doborze odpowiednich zwrotów biznesowych i środków stylistycznych – opracowywanie scenariuszy. Analiza wypowiedzi ustnych i prezentacji oraz ocena osiągnięć studentów.	3	1
L12	<b>Prezentacje produktów, usług, firm, pomysłów i idei, przedstawianie ocen.</b> Ćwiczenia praktyczne z zastosowaniem odpowiednich zwrotów z zakresu języka biznesu i poznanych technik prezentacji.	4	2
<b>RAZEM:</b>		<b>30</b>	<b>15</b>
<b>FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA PRZEDMIOTU:</b>			
Zaliczenie ustne na podstawie sumy cząstkowej z aktywności w trakcie zajęć (dyskusje w grupach, wykonane zadania na, odgrywanie ról, itp.) oraz prezentacji multimedialnej.			
<b>NARZĘDZIA I METODY DYDAKTYCZNE</b>			
1.	Laptop, Internet, rzutnik multimedialny.		
2.	Prezentacje multimedialne.		
3.	Praca indywidualna, w parach oraz grupach – dyskusja, projekt.		

4.	Opracowywanie oraz analiza prezentacji w odmiennych formatach (wypowiedź/elevator speech, demonstracja produktowa, prezentacja konferencyjna).		
<b>OBCIĄŻENIE STUDENTA PRACĄ:</b>			
<b>Forma aktywności</b>		<b>Liczba godzin na zrealizowanie aktywności</b>	
		<i>tryb stacjonarny</i>	<i>tryb niestacjonarny</i>
1.	godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim	30	15
2.	samodzielne przygotowanie do zajęć	8	18
3.	przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	3	8
4.	udział w konsultacjach	3	3
5.	zapoznanie się z literaturą przedmiotu	4	4
6.	egzamin / zaliczenie	2	2
<b>SUMA GODZIN</b>		<b>50</b>	<b>50</b>
<b>LICZBA PUNKTÓW ECTS</b>		<b>2</b>	<b>2</b>
<b>LITERATURA PODSTAWOWA:</b>			
1.	Świda D. : <i>Office English</i> . Wydawnictwo Poltex 2008.		
2.	Dignen B., Chamberlain J. : <i>Intercultural Skills in English</i> . Summertown Publishing 2009.		
3.	Baade K., Holloway C., Scrivener J., Turner R. : <i>Business Result. Advanced Student's Book</i> . Oxford University Press 2009.		
<b>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:</b>			
1.	Mączka S. : <i>Prezentacje po angielsku – przydatne zwroty i słownictwo</i> . MEFUS 2020.		
2.	Khan-Panni P. : <i>Making Business Presentations: How to Deliver a Winning Message</i> . FT Press 2011.		
3.	Laws A. : <i>Meetings</i> . Summertown Publishing 2008.		
4.	Hatton A. : <i>The Definitive Business Pitch: How to make the Best Pitches, Proposals and Presentations</i> . Prentice Hall 2007.		
5.	Mascull B. : <i>Business Vocabulary in Use</i> . Cambridge University Press 2006.		
<b>PRZYDATNE INFORMACJE</b>			
1.	PLATFORMA MOODLE zawiera: <ul style="list-style-type: none"> <li>• materiały dydaktyczne do przedmiotu</li> <li>• przedmiotowe efekty uczenia się</li> <li>• zalecaną literaturę</li> <li>• warunki i kryteria zaliczenia przedmiotu</li> </ul>		
2.	BIBLIOTEKA WSZOP zapewnia literaturę podstawową do przedmiotu oraz wybrane pozycje literatury uzupełniającej, w tym dostęp do zbiorów cyfrowych i Platformy IBUK Libra		
3.	ELEKTRONICZNY NIEZBĘDNIK STUDENTA zawiera: <ul style="list-style-type: none"> <li>• kierunkowe efekty uczenia się</li> <li>• karty przedmiotów</li> <li>• terminy konsultacji nauczycieli akademickich</li> </ul>		
4.	WIRTUALNY DZIEKANAT zawiera: <ul style="list-style-type: none"> <li>• harmonogram zajęć na bieżący semestr</li> <li>• harmonogram sesji egzaminacyjnej</li> <li>• ogłoszenia dotyczące organizacji roku akademickiego</li> </ul>		
5.	Terminy egzaminów uzgadnia starosta roku z prowadzącym zajęcia		
6.	Karta przedmiotu obowiązuje od roku akademickiego 2022/2023		