**Olga Górnicka**

(konsultacja: Alicja Cholewa-Zawadzka)

**Rozkład materiału**

**z tematami lekcji**

**(opracowany zgodnie z nową podstawą programową
kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego
obowiązującą od 2019 r.)**

**Język angielski zawodowy – Branża handlowa (HAN)**

**CAREER PATHS:**

**SALES AND MARKETING**

**Book 2**

**Poziom A2 wg CEF (ESOKJ)**



**2020**

**WSTĘP**

***Sales and Marketing*** to publikacja należąca do serii ***Career Paths***. Podręczniki z tej serii polecane są dla uczniów techników lub innych szkół zawodowych o odpowiednim profilu oraz tych, którzy chcą rozwijać swoje umiejętności językowe w zakresie języka angielskiego zawodowego (*vocational English*). Autorzy serii założyli, że przystępujący do poznawania języka zawodowego znają już podstawy gramatyki języka angielskiego, a słownictwo ogólne mają opanowane na tyle, że potrafią się komunikować przynajmniej na podstawowym poziomie, wykorzystując właściwe funkcje językowe.

Podręcznik podzielony został na trzy części: *Book 1*, *Book 2* i *Book 3*, z których każda zawiera 15 rozdziałów. Poszczególne części odpowiadają kolejno poziomowi A1, A2 i B1 w *Europejskim Systemie Opisu Kształcenia Językowego* (*Common European Framework of Reference for Languages*).

Prezentowany rozkład materiału (RM) podzielono w następujący sposób:

* znajomość środków językowych,
* rozumienie wypowiedzi & przetwarzanie wypowiedzi,
* tworzenie wypowiedzi i reagowanie na wypowiedzi,
* materiał ćwiczeniowy.

Materiał zawarty w podręczniku w części ***Book 2*** może być zrealizowany w trakcie ok. 30 godzin lekcyjnych (plus powtórki materiału i testy). W rozkładzie materiału (RM) zamieszczono informacje dotyczące każdej lekcji zawartej w podręczniku w odniesieniu do materiału tematyczno-leksykalnego (znajomość środków językowych) oraz ćwiczonych umiejętności językowych (rozumienie i przetwarzanie wypowiedzi oraz tworzenie wypowiedzi i reagowanie na nie). Na realizację każdego rozdziału (*Unit*) przeznaczono 2 godziny lekcyjne:

* pierwsza – wprowadzenie nowego słownictwa i praca z tekstem, co stanowi przygotowanie do kolejnej lekcji, podczas której uczeń będzie w sposób czynny korzystał z nowo poznanych słów i zwrotów;
* druga – rozwijanie umiejętności rozumienia ze słuchu oraz sprawności produktywnych, czyli mówienia i pisania, w tym odtwarzanie przez uczniów wysłuchanego dialogu, a następnie wielokrotne powtarzanie własnych wersji tego dialogu ze zmianą ról i wprowadzaniem nowych informacji szczegółowych. Mówienie często sprawia uczniom, zwłaszcza mniej zaawansowanym językowo, największe problemy. Z tego względu proponuje się, by na ćwiczenie tej sprawności językowej przeznaczyć możliwie dużo czasu. Samodzielne odegranie zadanej roli w języku angielskim zapewni uczniom nie tylko poczucie sukcesu i zadowolenia z siebie, ale będzie również motywacją do dalszej pracy. Rozwijanie umiejętności pisania to ostatni element każdego rozdziału, który nauczyciel może wykorzystać jako pracę domową. Po zrealizowaniu materiału w rozdziale uczeń jest przygotowany do wykonania zadania samodzielnie, zna potrzebne słownictwo i poznał wzór danej formy wypowiedzi pisemnej.

Wiadomo, że w nauce, zwłaszcza języka obcego, bardzo ważne jest powtarzanie i utrwalanie nowopoznanego materiału. Stąd, po każdych trzech rozdziałach proponuje się jego powtórkę w dowolnej formie (np. ponowne odegranie ról, gry językowe wykorzystujące słownictwo zawodowe itp.) lub sprawdzian pokazujący stopień opanowania zrealizowanego materiału. W RM zaproponowano również poświęcenie jednej godziny dydaktycznej na lekcję organizacyjną. Dodatkowo w RM nauczyciel znajdzie propozycje tematów lekcji.

Przedstawiony poniżej szczegółowy RM do podręcznika ***Sales and Marketing – Book 2*** jest propozycją i może być modyfikowany lub stanowić punkt wyjścia do konstruowania indywidualnych rozkładów materiału dostosowanych do konkretnych warunków i możliwości edukacyjnych uczniów.

W RM zamieszczono również informacje dotyczące realizacji wymagań nowej podstawy programowej w zakresie **języka obcego zawodowego** (JOZ)[[1]](#footnote-1) (np. **1.1, 2a.1, 3b.1, 4a.3** itd., gdzie oznaczenie przed kropką odnosi się do efektów kształcenia, a oznaczenie po kropce – do kryteriów ich weryfikacji). Zabieg taki powoduje, że proponowany RM jest szczególnie pomocny dla nauczyciela w jego pracy dydaktycznej. Materiał dodatkowy (wyszczególniony w tabeli innym kolorem tła) to przede wszystkim *Glossary* (słowniczek) znajdujący się w podręczniku (po każdych 15 rozdziałach) oraz komponent cyfrowy, tzw. *digibook*, zawierający m.in. filmy dokumentalne.

Kurs składa się z:

* podręcznika (*Student’s Book*),
* kompletu dwóch płyt CD do użytku w klasie (*Class Audio CDs*), które zawierają nagrania wszystkich dialogów prezentowanych w podręczniku,
* książki nauczyciela (*Teacher’s Guide*) ze szczegółowymi scenariuszami lekcji, zapisami nagrań oraz kluczem odpowiedzi do wszystkich zadań znajdujących się w podręczniku.

***Sales and Marketing*** to podręcznik, który zapewni korzystającym z niego nie tylko doskonalenie znajomości języka angielskiego, ale także poszerzenie wiedzy w interesującym ich obszarze zawodowym.

**Rozkład materiału – seria CAREER PATHS: *SALES AND MARKETING***

**BOOK 2**

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
| **LEKCJA 1** | ………… | **Temat lekcji:** 1. Lekcja organizacyjna.  |
|  | **UNIT 1 – Sales Systems** |
| **LEKCJE 2–3** | str. 4–5 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z systemami sprzedaży: *sales system, boost, process, raw, step, approach, pitch, anticipate, prepare, deal with, address, experienced*
* rzeczowniki: *sales data, bottom line, surprise, issue, manner, problem, area, consultation*
* czasowniki: *lose out on, maximize, guarantee, analyze, eliminate, organize, evaluate, affect, allow, identity, succeed*
* przymiotniki: *cutting-edge, award-winning, daunting, formatted, difficult, free*
* przysłówki: *easily, manually, effectively, timely, highly*
* zwroty, np. *What do you think? I think that … . Really? I don’t.*
* niezgadzanie się z czyjąś opinią, np. *I don’t agree. That’s not right. You are wrong there. Not so. Certainly not. I don’t think so. That isn’t true. I don’t feel the same way.*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Sales Pro Systems* (reklama zachęcająca klientów do kupna produktu) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między dwojgiem sprzedawców dot. opinii na temat zaawansowanego systemu sprzedaży – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie:** * przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału
* opisywanie ilustracji + określanie ich związku z systemami sprzedaży
* odpowiedzi na pytania: dlaczego systemy sprzedaży są ważne oraz dlaczego przewidywanie problemów ważne jest dla firm
* (w parach) dialog sterowany nt. zaawansowanego systemu sprzedaży (odgrywanie ról dwojga sprzedawców, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje sprzedawców rozmawia o systemie sprzedaży, zaletach i wadach systemów sprzedaży i wyrażają swoje opinie (ćw. 8)

**Pisanie:** * materiał promocyjny (*promotional material*) dot. Systemu Pros zawierający informacje o jego cechach (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.5, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 1 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Sales Pro Systems* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *I think that’s a great idea!* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – materiał promocyjny (*promotional material*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 2 – Opening** |
| **LEKCJE 4–5** | str. 6–7 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z początkiem rozmów sprzedażowych: *effective, first impression, appearance, need, comfortable, pitch, influence, generate, appointment, contact, inquire*
* rzeczowniki: *advice, impact, language, colleague, note, on time, doubt, coworker, confidence, success*
* czasowniki: *open, prepare, sound, test out, increase*
* przymiotniki: *struggling, professional, attentive, well-thought out, potential, late, worst, experienced*
* przysłówek: *positively*
* zwroty, np. *Any tips? Do you inquire … ? It seems to me … .*
* wyrażanie prośby o wskazówki, np. *I wanted to ask about some tips … . What do you think I should do? What should I do? What’s your tips on this? Do you think I should … ? Can you give me some tips? I’d like your tips. Any tips/advice?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Sales Tips and Advice* (rubryka porad dot. tego, jak zwiększyć sprzedaż) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; zastępowanie wyróżnionych fragmentów zdań wyrazami o podobnym znaczeniu (uzupełnianie brakujących liter); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między dwojgiem współpracowników dot. zwiększenia sprzedaży – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie i pisanie:** * (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z początkiem rozmów sprzedażowych
* odpowiedzi na pytania: w jaki sposób można zwiększyć wielkość sprzedaży oraz dlaczego wygląd jest ważny w prowadzeniu sprzedaży
* (w parach) dialog sterowany nt. zwiększenia sprzedaży (odgrywanie ról dwojga współpracowników działu sprzedaży, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których pracownik działu sprzedaży rozmawia ze współpracownikiem o zmaganiach ze sprzedażą, o tym, jak przystępuje do rozmowy z klientem oraz jak przedstawia ofertę/ reklamuje produkty (ćw. 8)

**Pisanie:** * e-mail (*email*) z poradą, jak zwiększyć sprzedaż (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.3, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.7, 4b.8, 5.1, 5.3, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 2 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Sales Tips and Advice* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *I’m sure things will turn around* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail (*email*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 3 – Following Up** |
| **LEKCJE 6–7** | str. 8–9 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z kontynuacją sprzedaży: *lead, follow up, prospect, get in touch, updated, progress, check on, previously, estimate, hear back from, report back, status*
* rzeczowniki: *advice, desire, estimate, lead*
* czasowniki: *indicate, remind, provide*
* przymiotniki: *strong, aggressive, bothered*
* przysłówek: *directly*
* zwroty, np. *This is … from … . I’m calling to follow up on … . We’re still figuring out … .*
* prowadzenie rozmowy telefonicznej, np. *Hello. This is … speaking. (Joanna) here. This is … . Can I speak to …, please? I’m calling to … . Could you put me through to …, please? I’ll call back/ again later/ this evening. Just a moment please. Hold on the line please.*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Following up* (e-mail z poradami dot. kontaktu z klientem)– odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów/wyrażeń; zastępowanie wyróżnionych fragmentów zdań wyrazami o podobnym znaczeniu (uzupełnianie brakujących liter); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa telefoniczna między sprzedawczynią i klientem dot. kontynuacji negocjacji z klientem – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie:** * przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału
* opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z kontynuacją kontaktu z potencjalnym klientem
* odpowiedzi na pytania: w jaki sposób utrzymywanie kontaktu z klientem wpływa na silne relacje z nim oraz w jaki sposób można zawrzeć/podpisać umowę z klientem
* (w parach) dialog sterowany nt. kontynuacji negocjacji z klientem (odgrywanie ról sprzedawczyni i klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z klientem o potencjalnej sprzedaży omawianej uprzednio, wspomnianej kalkulacji wartości sprzedaży i planowanej kolejnej rozmowie (ćw. 8)

**Pisanie:** * e-mail (*email*)sprzedawcy do potencjonalnego klienta z przypomnieniem się i prośbą o kontakt (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.7, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 3 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Following up* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Have you come to a decision yet? –* ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail (*email*) do potencjalnego klienta. |
| **LEKCJA 8** | ………… | **Temat lekcji:** 1. Powtórka materiału. / Test. |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 4 – Negotiating**  |
| **LEKCJE 9–10** | str. 10–11 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z prowadzeniem negocjacji: *negotiate, compromise, mutually beneficial, conflicting interest, confrontational, hostile, trade-off, back down, deal*
* rzeczowniki: *kind, negotiation, contest, atmosphere, in common, suggestion, option, solution*
* czasowniki: *require, respect, understand, reject, anticipate, prepare, reschedule*
* przymiotniki: *alternative, preferred, unacceptable, tired, stressed, intense*
* zwroty, np. *He keeps pushing for … . How would you … ? We don’t want … .*
* wyrażanie prośby o radę, np. *I wanted to ask your advice. What do you think I should do? What should I do? What’s your advice on this? How would you … ? Do you think I should … ? Can you advise me … ? I’d like your advice … .*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Negotiating* (rozdział z podręcznika firmowego dot. negocjacji)–zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między sprzedawcą i kierowniczką dot. kłopotliwego klienta – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie i pisanie:** * (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z prowadzeniem negocjacji
* odpowiedzi na pytania: jakie są sposoby negocjowania z kupującym oraz dlaczego negocjacje stanowią ważną część sprzedaży
* (w parach) dialog sterowany nt. kłopotliwego klienta (odgrywanie ról sprzedawcy i kierowniczki, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z kierownikiem o negocjacjach prowadzonych z klientem, swojej ofercie i reakcji klienta (ćw. 8)

**Pisanie:** * e-mail (*email*) do sprzedawcy zawierający kilka wskazówek, jak prowadzić negocjacje z klientem (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 4 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Negotiating* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *How would you handle it?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail (*email*) do sprzedawcy. |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 5 – Closing**  |
| **LEKCJE 11–12** | str. 12–13 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z zamknięciem sprzedaży: *close, capitalize on, resistance, custom close, signature, approval, zeal, availability, time-limit close, assumptive close, pact close*
* rzeczowniki: *professional, inability, deal, column, tip, opportunity, consultation, time period, conversation, direction, sales pitch, open mind*
* czasowniki: *minimize, emphasize, mention, assume, involve*
* przymiotniki: *struggling, frustrated, helpful, potential, tricky, hesitant, limited, low, effective*
* przysłówki: *carefully, appropriately*
* zwroty, np. *How did you … ? It’s my favorite closing technique … . I prefer … .*
* określanie preferencji, np. *I’d prefer to … . I’d prefer … to … . I’d rather (not) … . I’d rather … than … .*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Advice for Struggling Sales Professionals* (rubryka w kwartalniku biznesowym z poradami dla borykających się z problemami sprzedawców)– zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów/ wyrażeń; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami; odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między dwojgiem sprzedawców dot. sposobu zamknięcia sprzedaży wykorzystanego przez kobietę i ulubionych technik zamykania – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie:** * przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału
* opisywanie ilustracji i czynności przedstawionej na ilustracji + określanie ich związku z zamknięciem negocjacji
* odpowiedzi na pytania: dlaczego zamknięcie sprzedaży jest tak ważne oraz jakie są powszechnie używane techniki zamykania sprzedaży
* (w parach) dialog sterowany nt. sposobu zamknięcia sprzedaży wykorzystanego przez kobietę i ulubionych technik zamykania (odgrywanie ról dwojgiem sprzedawców, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia ze współpracownikiem o zamknięciu dużej sprzedaży, preferowanych technikach zamykania sprzedaży i sposobach zamykania sprzedaży (ćw. 8)

**Pisanie:** * lista wskazówek (*list of closing tips*) dot. zamknięcia sprzedaży (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.5, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.7, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 5 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Advice for Struggling Sales Professionals* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Was it difficult to close the deal? –* ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – lista wskazówek (*list of closing tips*) dot. zamknięcia sprzedaży. |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 6 – Commissions** |
| **LEKCJE 13–14** | str. 14–15 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z prowizjami: *commission, flat sales commission, percentage commission, percentage, big ticket item, straight commission, base pay, salary, incentive, On-Target Earnings (OTE), bonuses*
* rzeczowniki: *memo, policy, revenue, option, quota*
* czasowniki: *announce, receive, opt, inform, exceed*
* przymiotniki: *expensive, interested, same, pleased, additional, positive, valued*
* przysłówek: *periodically*
* zwroty, np. *What do you think of … ? I’m going to … . I like … .*
* wyrażanie prośby o opinię, np. *What do you think? What’s your opinion on … ? What is your opinion/view? Where do you stand on this matter? Do you think (that) … ?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Memo to Sales Staff* (wiadomość do pracowników działu sprzedaży dot. zmian w polityce prowizyjnej)– zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; dobieranie podanych wyrazów/wyrażeń do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między dwojgiem sprzedawców dot. otrzymanej wiadomości o zmianach w polityce prowizyjnej – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie:** * przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału
* opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z prowizjami
* odpowiedzi na pytania: jakie są plusy i minusy pracy tylko na prowizji od sprzedaży oraz jaka jest różnica między prowizją ryczałtową i prowizją procentową
* (w parach) dialog sterowany nt. wiadomości otrzymanej przez sprzedawców i dot. zmian w polityce prowizyjnej (odgrywanie ról dwojga sprzedawców, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje sprzedawców rozmawia o wiadomości dotyczącej nowej polityki prowizyjnej, przedstawia swoje opinie na ten temat i swoje preferencje (ćw. 8)

**Pisanie:** * oferta pracy (*job listing*) dla utalentowanego sprzedawcy zawierająca: opis stanowiska, wymagane doświadczenie i sposób wynagradzania (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 6 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Memo to Sales Staff* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Are you going to opt for the straight commission plan?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – oferta pracy (*job listing*). |
| **LEKCJA 15** | ………… | **Temat lekcji:** 1. Powtórka materiału. / Test. |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 7 – Sales Presentations**  |
| **LEKCJE 16–17** | str. 16–17 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z prezentacją produktów: *topic, outline, memorize, verbatim, body language, eye contact, glance, bore, audience, move on, summarize*
* rzeczowniki: *pitch, impression, tip, key point, slide, attention, note, posture, feature*
* czasowniki: *annoy, waste, avoid, fold*
* przymiotniki: *stressful, strong, natural, important, open, sure, quick*
* przysłówki: *briefly, importantly*
* zwroty, np. *It went … . You might want to … . I’d make … .*
* udzielanie rad, np. *You should … . You ought to/ might want to … . Why don’t you … ? If I were you, I would … . My advice is to … . I advise you to … . I’d … .*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *The Sales Pitch* (artykuł nt. tego, jak zrobić dobre wrażenie podczas prezentacji produktów)– odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów/ wyrażeń do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między sprzedawcą i kierowniczką dot. prezentacji produktów – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie i pisanie:** * (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z prezentacją produktów
* odpowiedzi na pytania: jakie znaczenie w prezentacji ma język ciała oraz w jaki sposób akceptowalny język ciała różni się w zależności od kraju
* (w parach) dialog sterowany nt. prezentacji produktów (odgrywanie ról sprzedawcy i kierowniczki, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z kierownikiem o swojej prezentacji, co poszło mu dobrze, a co można poprawić (ćw. 8)

**Pisanie:** * notatki sprzedawcy (*salesperson’s notes*) zawierająca informacje: co poszło dobrze w prezentacji, a co należy poprawić (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.3, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 7 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *The Sales Pitch* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *I’m glad I could make it* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – notatki sprzedawcy (*salesperson’s notes*) dot. prezentacji. |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 8 – Consumer Problems** |
| **LEKCJE 18–19** | str. 18–19 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z problemami klientów: *resistant, suggest, redirect, objection, repeat, suspicious, hard facts, doubt, change of heart, buyer’s remorse, remind, waver, draw out*
* rzeczowniki: *career, blog, challenge, conversation, trust, return policy, situation, contact information*
* czasowniki: *argue, relate, address, clarify, encourage, resolve, cause, end, consider*
* przymiotniki: *necessary, open, honest, concerned*
* przysłówki: *unnecessarily, professionally*
* zwroty, np. *Have you made a decision? Could I remind you of … ? That sounds great.*
* przypominanie, np. *Don’t forget to … . Remember to … . Keep in mind … . Let me/ Could I remind you (that/of) … . Make sure to … . Did you remember to … ?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Selling as a Career* (wpis na blogu ze wskazówkami dotyczącymi „ratowania” sprzedaży)– odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; zastępowanie wyróżnionych fragmentów zdań wyrazami/wyrażeniami o podobnym znaczeniu (uzupełnianie brakujących liter); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między sprzedawczynią i klientem, któremu próbuje sprzedać produkt – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie:** * przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału
* opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z problemami klientów
* odpowiedzi na pytania: dlaczego klient może mieć wątpliwości dotyczące produktu oraz dlaczego klient może być podejrzliwy w stosunku do sprzedawcy
* (w parach) dialog sterowany nt. sprzedaży produktu (odgrywanie ról sprzedawczyni i klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z klientem o produkcie, który chce mu sprzedać, o wątpliwościach klienta dot. produktu i korzyściach zw. z zakupem (ćw. 8)

**Pisanie:** * lista wskazówek dot. sprzedaży (*a list of sales tips*) (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.5, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 8 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Selling as a Career* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *So, have you made a decision?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – lista wskazówek dot. sprzedaży (*a list of sales tips*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 9 – Promotions and Sales** |
| **LEKCJE 20–21** | str. 20–21 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z promocjami i wyprzedażami: *promotion, sale, half-off, BOGO, rebate, discount event, giveaway, contest, balloon, flyer, coupon*
* rzeczowniki: *furniture, couch, chair, full price, publicity*
* czasowniki: *boost, offer, prefer, attract, distribute, publish*
* przymiotnik: *selected*
* zwroty, np. *I saw your … . What sort of discount … ? Are you sure … ?*
* upewnianie się, np. *How certain are you … ? Are you sure? Is … likely to … ? Is it certain/probable/likely/ possible … ?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Promotions and Sales* (e-mail nt. wyprzedaży w celu zwiększenia sprzedaż mebli) –zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między sprzedawczynią i klientem dot. szczegółów bieżącej promocji – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie i pisanie:** * (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji + określanie ich związku z promocjami i wyprzedażami
* odpowiedzi na pytania: jakie są powszechnie stosowane promocje sprzedaży oraz jakie są sposoby przyciągnięcia klientów na promocje
* (w parach) dialog sterowany nt. szczegółów bieżącej promocji (odgrywanie ról sprzedawczyni i klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z klientem o promocji w swoim sklepie, szczegółach tej promocji i produktach, którymi klient jest zainteresowany (ćw. 8)

**Pisanie:** * ulotka (*flyer*) z zaproszeniem na wielką wyprzedaż w salonie meblowym (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.5, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 9 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Promotions and Sales* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Are you looking for any furniture?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – ulotka (*flyer*) nt. wyprzedaży. |
| **LEKCJA 22** | ………… | **Temat lekcji:** 1. Powtórka materiału. / Test. |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 10 – Sales Forecasts** |
| **LEKCJE 23–24** | str. 22–23 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z prognozą sprzedaży: *predict, comparison, past sales, contract, volume, estimate, existing, expect, seasonal trend*
* rzeczowniki: *pattern, data, electronics, period*
* czasowniki: *indicate, fall, increase, decline*
* przymiotnik: *favorable*
* przysłówki: *monthly, typically*
* zwroty, np. *How can we … ? We could try … . That’s probably … .*
* sugerowanie, proponowanie, np. *Let’s … . Shall we … ? We could … . What/How about … ? We might (perhaps) … . Why not … ? Why don’t we … ?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Annual Sales Forecast Summary* (raport dot. prognozy sprzedaży na kolejne 12 miesięcy)– odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami; dobieranie podanych wyrazów/wyrażeń do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między dwojgiem menadżerów dot. prognozy sprzedaży i trendów sezonowych – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie:** * przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału
* opisywanie ilustracji i czynności przedstawionej na ilustracji + określanie ich związku z prognozowaniem sprzedaży
* odpowiedzi na pytania: w jaki sposób prognozy sprzedaży mogą pomagać sprzedawcom i firmom oraz jakie informacje mogą być pomocne w opracowywaniu prognozy sprzedaży
* (w parach) dialog sterowany nt. prognozy sprzedaży i trendów sezonowych (odgrywanie ról dwojga menadżerów, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje menadżerów rozmawia o prognozie sprzedaży, trendach sezonowych i co firma powinna zrobić w odpowiedzi na taką prognozę (ćw. 8)

**Pisanie:** * wiadomość (*memo*) w odpowiedzi na raport nt. sprzedaży i prognozy na przyszłość z sugestiami zmian dot. sprzedaży, jakie można wprowadzić (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.3, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.3, 4b.6, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 10 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Annual Sales Forecast Summary* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Have you read the sales forecast?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – notatka służbowa (*memo*) dot. raportu ze sprzedaży. |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 11 – Networking** |
| **LEKCJE 25–26** | str. 24–25 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z nawiązywaniem kontaktów (networkingiem): *networking, business card, exchanging contact information, conference, face-to-face, social networking, business lunch, social gathering, referral*
* rzeczowniki: *beginning, executive, interaction, situation, promotion*
* czasowniki: *enter, imagine, approach, jump, chat*
* przymiotniki: *intimidating, easy, high-powered, nervous, casual, important*
* zwroty, np. *Let’s exchange … . Here’s my … . I might have a … for you.*
* wyrażanie możliwości, np. *There’s a good chance … . I predict … . I expect … . I hope … . I may/might/could … . That’s (certainly) a possibility. It’s probable/ possible. I am/ It is likely to … . I will probably/possibly … .*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Effective Networking Skills for Beginners* (artykuł z czasopisma nt. wykorzystania kontaktów do efektywnej pracy w biznesie)–zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między dwojgiem sprzedawców dot. wymiany danych kontaktowych – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie i pisanie:** * (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z nawiązywaniem kontaktów (*networking*)
* odpowiedzi na pytania: dlaczego *networking* jest ważny dla ludzi biznesu oraz jakie są powszechne strategie nawiązywania kontaktów biznesowych
* (w parach) dialog sterowany dot. wymiany danych kontaktowych (odgrywanie ról dwojga sprzedawców, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje sprzedawców rozmawia o swoich firmach, danych kontaktowych oraz kliencie, któremu jeden z rozmówców przekazał kontakt do drugiego (ćw. 8)

**Pisanie:** * e-mail (*email*) z podziękowaniem za skierowanie dobrego klienta i zaproszeniem na obiad służbowy (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.6, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 11 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Effective Networking Skills for Beginners* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *How are things at Anderson Electronics?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail (*email*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 12 – Motivation Techniques** |
| **LEKCJE 27–28** | str. 26–27 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z technikami motywacyjnymi: *motivate, staff, recognize, of the month, offering, bonus, achievement, contest, award, reward, perk, commission, appreciation, hard work*
* rzeczowniki: *idea, line, meeting, reward, winner, vacation, solution, percentage, change*
* czasowniki: *raise, run by, reduce, sell, consider, show, benefit*
* przymiotniki: *new, simple, monetary, overall, easy, low cost*
* zwroty, np. *Did you get … ? I’d prefer to … . You’re right.*
* zgadzanie się, np. *Yes, … . I (quite) agree. That’s/You’re right. That’s correct. Indeed. Exactly. Of course. I agree with you (there). Certainly. (Yes), I think/believe so.*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Motivation Techniques* (e-mail nt. technik motywacyjnych, które mogą pomóc firmie zwiększyć sprzedaż komputerów) –odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między menadżerką i właścicielem firmy dot. pomysłów na zwiększenie sprzedaży i opinii właściciela na ten temat – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie:** * przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału
* opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z technikami motywacyjnymi
* odpowiedzi na pytania: dlaczego ważne jest motywowanie pracowników oraz jakie są efektywne strategie motywacyjne
* (w parach) dialog sterowany nt. pomysłów na zwiększenie sprzedaży i opinii właściciela na ten temat (odgrywanie ról menadżerki i właściciela firmy, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których menadżer rozmawia z właścicielem firmy o strategiach motywacyjnych, przedstawia mu pomysły dot. motywowania pracowników, określa, które z nich poleca oraz uzasadnia, dlaczego jego pomysł jest najlepszy (ćw. 8)

**Pisanie:** * ogłoszeniezmian w polityce sprzedaży (*an announcement of policy changes*) przedstawiające korzyści, jakie te zmiany przyniosą (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 12 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Motivation Techniques* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Did you get my ideas on improving sales?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – ogłoszeniezmian w polityce sprzedaży  (*an announcement of policy changes*).  |
| **LEKCJA 29** | ………… | **Temat lekcji:** 1. Powtórka materiału. / Test. |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 13 – Sales Territories** |
| **LEKCJE 30–31** | str. 28–29 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z obszarami sprzedaży: *sales force coverage, district, responsible for, region, under-serviced, workload, buying power, sales territory, over-serviced, sales potential, balance*
* rzeczowniki: *advantage, area, opportunity, coverage, operating cost, lack, lead, district, territory*
* czasowniki: *adjust, leave, complain, transfer, create*
* przymiotniki: *heavy, worried, stressful, high, glad, better*
* przysłówki: *currently, unnecessarily, hopefully*
* zwroty, np. *We’d like to … . Would you be interested? Can I think about it?*
* pytanie o zainteresowanie, np. *Are you interested in … ? Would you be interested in … ? Does … interest you ? Do you find … interesting?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Sales Territories* (dwa e-maile dot. nierównego zasięgu działalności) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów/wyrażeń; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między menadżerem i sprzedawczynią dot. przeniesienia do innej dzielnicy, która ma większy potencjał sprzedażowy i jest w niej zbyt mało sprzedawców – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie i pisanie:** * (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z obszarami sprzedaży
* odpowiedzi na pytania: czego mogą doświadczać sprzedawcy pracujący na terenie z niewystarczającą obsadą oraz ci pracujący na terenie z nadmierną obsadą
* (w parach) dialog sterowany nt. zmiany obsługiwanego obszaru (odgrywanie ról menadżera i sprzedawczyni, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których menadżer rozmawia ze sprzedawcą o zasięgu sprzedaży, redystrybucji zasięgów sprzedaży między dzielnicami i przeniesieniu pracownika do pracy w innej dzielnicy (ćw. 8)

**Pisanie:** * zapisy dotyczące terytoriów sprzedaży(*sales territory records*) zawierające informacje o aktualnej obsadzie i potrzebnych zmianach (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.5, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 13 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Sales Territories* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Would you be interested?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – zapisy dot. obszarów sprzedaży(*sales territory records*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 14 – Sales Ethics**  |
| **LEKCJE 32–33** | str. 30–31 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z etyką sprzedaży: *hard sell, ethics, lie, manipulate, repeat business, reputation, priority, harass, push, bully, coerce, in the long run, damaging*
* rzeczowniki: *violation, quality, damaging*
* czasowniki: *require, let, stress, discover, return, lose, imagine*
* przymiotniki: *positive, late, bad*
* przysłówek: *eventually*
* zwroty, np. *I fought so hard … ! What do you mean? That doesn’t mean you should … .*
* wyrażanie prośby o wyjaśnienie, np. *What do you mean? What does X mean? What do you mean by X? What is X? Could you explain that, please?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Ethics* (podręcznik pracownika: rozdział dot. etyki) –zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między menadżerem i sprzedawczynią dot. wymuszenia na klientce zakupu i konsekwencji takiego postępowania – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie i pisanie:** * (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z etyką sprzedaży
* odpowiedzi na pytania: jakie są nieetyczne metody prowadzenia sprzedaży oraz jaka jest wada korzystania z nieetycznych metod prowadzenia sprzedaży
* (w parach) dialog sterowany nt. konsekwencji zmuszenia klientki do zakupu produktu (odgrywanie ról menadżera i sprzedawczyni, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których menadżer rozmawia ze sprzedawcą o jego ostatniej sprzedaży, jak ta sprzedaż naruszyła zasady etyki sprzedaży i jakie są tego konsekwencje (ćw. 8)

**Pisanie:** * list(*letter*) od klienta ze skargą na nieetyczne postępowanie sprzedawcy i konsekwencjach takiego postępowania (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.3, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.3, 4b.7, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 14 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Ethics* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *It was good, right?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – list(*letter*) od klienta. |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 15 – Internet Sales** |
| **LEKCJE 34–35** | str. 32–33 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane ze sprzedażą internetową: *e-commerce, shopping cart, checkout, log in, username, password, security questions, locked out, reset, encrypted, access, PIN, privacy policy*
* rzeczowniki: *FAQ, purchase, button, order, link, service, permission, detail*
* czasowniki: *confirm, access, enter, forget, share, guess*
* przymiotniki: *simple, secure, incorrect*
* przysłówek: *additionally*
* zwroty, np. *I have an account, but … . I thought I was … . Did you say … ?*
* wyrażanie prośby o potwierdzenie, np. *Did you say/mean … ? What do/did you say/mean? Do you mean to say that … ? Do you mean … ? So what you’re saying is … . So what are you saying?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Online Sales FAQs* (odpowiedzi na często zadawane pytania) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów/ wyrażeń do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa telefoniczna między przedstawicielem firmy i klientką, która prosi o pomoc w odblokowaniu dostępu do konta – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu

**2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6** | **Mówienie:** * przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału
* opisywanie ilustracji i czynności przedstawionej na ilustracji + określanie ich związku ze sprzedażą internetową
* odpowiedzi na pytania: dlaczego bezpieczeństwo informacji jest ważne w przypadku sprzedaży przez internet oraz jak sprzedawcy internetowi mogą chronić informacje o klientach
* (w parach) dialog sterowany nt. pomocy przy odblokowaniu dostępu do konta klientki (odgrywanie ról przedstawiciela firmy i klientki, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których przedstawiciel biura obsługi klienta rozmawia z klientem o problemie z jego kontem, dlaczego zostało ono zablokowane i zadaje mu pytania bezpieczeństwa (ćw. 8)

**Pisanie:** * strona z często zadawanymi pytaniami (*a FAQs page for website offering e-commerce*) na stronie internetowej oferującej e-biznes (na podstawie ćw. 8)

**3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.3, 4b.4, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 2, Glossary** – str. 34–39**DigiBook** – Unit 15 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Online Sales FAQs* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Did you enter your password incorrectly a few times?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – strona z często zadawanymi pytaniami  (*FAQs page*). |
| **LEKCJA 36** | ………… | **Temat lekcji:** 1. Powtórka materiału. / Test. |

1. Załączniki (32 branże) do rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego: <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20190000991> [↑](#footnote-ref-1)