

**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 1**

**Poziom A1 wg CEF (ESOKJ)**



**maj 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 1** 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 każdym 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 1* 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)**<sup>1</sup> (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 każdym 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.

<sup>1</sup> Załączniki (32 branże) do rozporządzenia 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>

# Rozkład materiału – seria CAREER PATHS: SALES AND MARKETING

## BOOK 1

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**
<b>LEKCJA 1</b>	.....	Temat lekcji: 1. Lekcja organizacyjna.			
<b>UNIT 1 – Sales</b>					
<b>LEKCJE 2-3</b>	str. 4-5 ..... .....	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane ze sprzedażą: <i>sales, sell, customer, client, select, product, provide, assist, recommend, connect</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>opening, associate, department, part, communication skills, customer service, requirement, manner, applicant, experience, résumé, cover letter</i></li> <li>– czasowniki: <i>explain, apply</i></li> <li>– przymiotniki: <i>selected, best, different, major, excellent, great, professional, preferred</i></li> <li>– zwroty, np. <i>What makes you interested in ... ? I always ... .</i></li> <li>– pytanie o mocne strony, np. <i>What are your strengths? What's your best/greatest strength? What's one of your best/greatest/biggest strengths? Tell me about your strongest assets.</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Wanted: Sales Associate</i> (oferta pracy dla pracownika handlowego w firmie informatycznej) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa o pracę między menadżerem ds. zatrudnienia i kandydatką do pracy dot. jej mocnych stron w zakresie sprzedaży – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego ze sprzedażą (2 min.)</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z pracą handlowców</li> <li>– odpowiedzi na pytania: jakie są cechy dobrego sprzedawcy oraz dlaczego ważna jest dobra obsługa klienta</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. mocnych stron kandydata w zakresie sprzedaży (odgrywanie ról menadżera ds. zatrudnienia i kandydata, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których menadżer ds. zatrudnienia rozmawia z kandydatem do pracy o jego kwalifikacjach, doświadczeniu na polu sprzedaży i jego mocnych stronach w tej dziedzinie (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– oferta pracy (<i>job posting</i>) z uwzględnieniem zakresu obowiązków (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>3a.1, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.5, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 1</p>
<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Wanted; Sales Associate</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>What makes you interested in this position?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – oferta pracy (<i>job posting</i>).</p>					

STRONA	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**	
<b>UNIT 2 – Marketing</b>					
<b>LEKCJE 4-5</b>	str. 6-7	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z marketingiem: <i>marketing, promote, reach, attract, attention, buzz, communicate, generate, publicize, advertize</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>agency, services, audience, public, offering, results</i></li> <li>– czasowniki: <i>guarantee, create, increase, generate</i></li> <li>– przymiotniki: <i>target, important, positive</i></li> <li>– zwroty, np. <i>Would you like to ... ? I'd like to ... . I want to create ... . I have some ideas on how to ... .</i></li> <li>– omawianie celów, np. <i>What are your goals/aims? Tell me about your goals/aims. My aim/goal is to ... . I have a number of goals/aims.</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Southwest Marketing Agency Services</i> (strona internetowa z ofertą reklamową firmy marketingowej) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między specjalistą ds. marketingu i klientem dot. celów marketingowych – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematem rozdziału</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z marketingiem</li> <li>– odpowiedzi na pytania: czym zajmują się specjaliści ds. marketingu oraz dlaczego tworzenie szumu wokół produktu jest dobrą techniką marketingową</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. celów marketingowych firmy (odgrywanie ról specjalisty ds. marketingu i klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których specjalista ds. marketingu rozmawia z klientem agencji marketingowej o jego celach marketingowych, pomysłach na promocję produktów i dotarcie do klientów (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– plan marketingowy (<i>marketing plan</i>) mający na celu pozyskanie większej liczby potencjalnych klientów (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>3a.1, 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</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 2</p>
	..... .....	<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Southwest Marketing Agency Services</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>What are your marketing goals?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – plan marketingowy (<i>marketing plan</i>).</p>			

STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**	
<b>UNIT 3 – Types of Sales 1</b>					
<b>LEKCJE 6-7</b>	str. 8-9	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z rodzajami sprzedaży: <i>outside sales, travel, on the road, hunter, cold calling, target, bring in, inside sales, farmer, exiting account</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>newsletter, new hire, manager, majority, ability, opportunity, welcome, employee, relationship, client</i></li> <li>– czasowniki: <i>announce, cultivate</i></li> <li>– zwroty, np. <i>My name is ... . Nice to meet you. I'm working in ... .</i></li> <li>– przedstawianie się, np. <i>I am ... . Hello, my name is ... . Pleased to meet you. May I introduce myself?</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>ABC Sales</i> (biuletyn przedstawiający dwóch nowoprzyjętych pracowników) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między pracownikiem i nowoprzyjętą sprzedawczynią: przedstawianie się – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z rodzajami sprzedaży (2 min.)</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z rodzajami sprzedaży</li> <li>– odpowiedzi na pytania: czym zajmują się przedstawiciele handlowi, tzw. <i>hunter</i> i <i>farmer</i></li> <li>– (w parach) dialog sterowany: przedstawianie się dwojga pracowników (odgrywanie ról pracownika i nowoprzyjętej sprzedawczynie, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których pracownik i nowoprzyjęty sprzedawca przedstawiają się sobie nawzajem, mówią, w jakim dziale pracują i na czym polega ich praca (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ogłoszenie o pracy (<i>job listing</i>) z podaniem obowiązków pracownika i kwalifikacji (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>3a.1, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34-37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 3</p>
	<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>ABC Sales</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>Are you a new employee here?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – ogłoszenie o pracy (<i>job listing</i>).</p>				
<b>LEKCJA 8</b>	.....	<p><b>Temat lekcji:</b> 1. Powtórka materiału. / Test.</p>			

STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**	
<b>UNIT 4 – Types of Sales 2</b>					
<b>LEKCJE 9–10</b>	str. 10–11	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z rodzajami sprzedaży (c.d.): <i>retail, B2B, B2C, direct sales, in person, consignment, telemarketing, consultative, door-to-door, hawking</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>objective, position, product, business, experience, location, consignment, salesperson, recommendation, variety</i></li> <li>– czasowniki: <i>obtain, travel, demonstrate, gain, determine, knock</i></li> <li>– przymiotniki: <i>potential</i></li> <li>– zwroty, np. <i>Please explain ... . I enjoy ... .</i></li> <li>– pytanie o doświadczenie, np. <i>How much experience do you have? How many years of (sales) experience do you have? Tell me about your experience. Do you have any experience in/with ... ? Describe your experience ... .</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Craig Johnson's Resume</i> (życiorys kandydata z informacjami o doświadczeniu zawodowym) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; zastępowanie wyróżnionych fragmentów zdań wyrazami/wyrażeniami o podobnym znaczeniu (uzupełnianie brakujących liter); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa o pracę w dziale sprzedaży między panią menadżer ds. zatrudnienia i kandydatem do pracy – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z rodzajami sprzedaży (2 min.)</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z rodzajami sprzedaży</li> <li>– odpowiedzi na pytania: jaka jest różnica między sprzedażą typu B2B a B2C oraz jakie informacje może umieścić sprzedawca w swoim życiorysie</li> <li>– (w parach) dialog sterowany – rozmowa o pracę w dziale sprzedaży (odgrywanie ról menadżera ds. zatrudnienia i kandydata do pracy, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których menadżer ds. zatrudnienia rozmawia z kandydatem do pracy w dziale sprzedaży o stanowisku i o jego doświadczeniu zawodowym w zakresie sprzedaży (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– życiorys (<i>resume</i>) z uwzględnieniem informacji dot. doświadczenia zawodowego (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>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</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 4</p>
	<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Craig Johnson's Resume</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>How many years of sales experience do you have?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – życiorys (<i>resume</i>).</p>				

STRONA	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**	
<b>UNIT 5 – The Marketing Mix 1</b>					
<b>LEKCJE 11-12</b>	str. 12–13	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z miksem marketingowym: <i>marketing mix, model, price, promotion, place, communication, commodity, channel, convenient</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>element, plan, amount, customer, location, producer, consumer</i></li> <li>– czasowniki: <i>market, analyze, pay, buy, reach, purchase, use</i></li> <li>– przymiotniki: <i>important, multiple, popular, controllable, potential, easy</i></li> <li>– zwroty, np. <i>Let's discuss ... . We need to ... .</i></li> <li>– wyrażanie prośby o wyjaśnienie, np. <i>Sorry, what does X mean? What do you mean by ... ? What is ... ? Can/Could you explain (that), please? Could you clarify ... ?</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>IGI Marketing Services</i> (strona internetowa firmy IGI Marketing Services) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; wybieranie zdań, w których podkreślone wyrazy/wyrażenia użyte są poprawnie (jedna z dwóch opcji); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między opiekunem klienta i nowym klientem dot. miksu marketingowego produktu – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematem rozdziału</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z miksem marketingowym</li> <li>– odpowiedzi na pytania: co to jest miks marketingowy (<i>marketing mix</i>) oraz dlaczego wygoda (<i>convenience</i>) jest ważnym pojęciem w marketingu</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. miksu marketingowego produktu (odgrywanie ról opiekuna klienta i nowego klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których opiekun klienta rozmawia z nowym klientem o produkcie jego firmy, elementach miksu marketingowego i planie marketingowym (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– lista elementów miksu marketingowego (<i>list of marketing mix elements</i>) (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>3a.1, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 5</p>
	<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>IGI Marketing Services</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>Let's discuss your product's marketing mix</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – elementy miksu marketingowego (<i>list of marketing mix elements</i>).</p>				

STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**	
<b>UNIT 6 – The Marketing Mix 2</b>					
<b>LEKCJE 13–14</b>	str. 14–15	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z miksem marketingowym (c.d.): <i>producer-oriented, four Ps, consumer-oriented, seven Cs, want, need, security, education, external factor, economic</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>orientation, approach, producer, consumer, example, decision, strategy, response, factor</i></li> <li>– czasowniki: <i>focus, refer, emphasize, seek, understand, motivate, influence</i></li> <li>– przymiotnik: <i>producer-focused</i></li> <li>– zwroty, np. <i>Let's talk about ... . What's your opinion? I think that ... . Let's focus on ... . Sounds like a plan.</i></li> <li>– pytanie o opinię, np. <i>What do you think? What's your opinion (on) ... ? What is your opinion/view? Where do you stand on this matter? Do you think ... ?</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Marketing Mix Orientations</i> (fragment z podręcznika nt. orientacji miksu marketingowego)</li> <li>– zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między dwojgiem pracowników dot. strategii marketingowej dla nowego klienta</li> <li>– zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z miksem marketingowym</li> <li>– odpowiedzi na pytania: jakie są cztery P (<i>the four Ps</i>) oraz jakie czynniki zewnętrzne wpływają na miks marketingowy</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. strategii marketingowej dla nowego klienta (odgrywanie ról dwojga pracowników, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje pracowników rozmawia o strategii marketingowej dla klienta, na co strategia stawia nacisk i jakie podejście wykorzystać (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– arkusz planu marketingowego (<i>marketing plan worksheet</i>) z uwzględnieniem możliwych podejść (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>3a.1, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.5, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 6</p>
	<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Marketing Mix Orientations</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>We need to decide on an approach</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – arkusz planu marketingowego (<i>marketing plan worksheet</i>).</p>				
<b>LEKCJA 15</b>	.....	<p><b>Temat lekcji:</b> 1. Powtórka materiału. / Test.</p>			



STRONA	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**	
<b>UNIT 7 – Product Descriptions</b>					
<b>LEKCJE 16–17</b>	str. 16–17	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z opisem produktu: <i>release, make, model, outdated, repairing, version features, modern, quality, ship</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>manufacturing, technology, design, construction, customer service department</i></li> <li>– czasowniki: <i>announce, replace, own, recommend, purchase, cost, contact</i></li> <li>– przymiotniki: <i>worldwide, pleased, old, new, latest, positive, innovative, solid, affordable, less, previous, interested, business</i></li> <li>– zwroty, np. <i>How can I help you ... ? I'd like to ... . It features ... .</i></li> <li>– pytanie o różnice, np. <i>Can you tell me the difference(s) ... ? What is the difference between ... and ... ? How is it different from ... ? How are they different? What's the difference?</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Worldwide Manufacturing</i> (komunikat dla prasy) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Sluchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między sprzedawczynią i klientem dot. zakupu nowego komputera – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematem rozdziału</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z opisem produktu</li> <li>– odpowiedzi na pytania: jakie informacje mogą się pojawić w opisie produktu w katalogu oraz dlaczego firmy wypuszczają na rynek nowe wersje swoich produktów</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. zakupu nowego komputera (odgrywanie ról sprzedawczyni i klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z klientem o nowym produkcie przeznaczonym do sprzedaży, jego cechach i jak wypada w porównaniu do starszej wersji (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wpis do katalogu (<i>catalogue listing</i>) zawierający dane o produkcie: marka, model, cena i cechy (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>3a.1, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.5, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 7</p>
	<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Worldwide Manufacturing</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>How is it different from the old version?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – wpis do katalogu (<i>catalogue listing</i>).</p>				

STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JEZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**	
<b>UNIT 8 – Product Details 1</b>					
<b>LEKCJE 18–19</b>	str. 18–19	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo służące do szczegółowego opisu produktu: <i>size, small, dimensions, large, oversized, in stock, packaging, out of stock, back-order</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>instructions, warehouse, employee, item, shelf, aisle, ease, access, notice, inventory</i></li> <li>– czasowniki: <i>organize, place, move, handle, avoid, damage</i></li> <li>– przymiotniki: <i>top, bottom, easier, intact, empty</i></li> <li>– przysłówki: <i>according, carefully</i></li> <li>– zwroty, np. <i>Do you have a minute? What can I help you with? Where is ... ?</i></li> <li>– przykuwanie/zwracanie czyjejs uwagi, np. <i>Excuse me! Hello! Over here! Can I just ... ? Sorry!</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Instructions for Warehouse Employees</i> (plakat z instrukcjami) – zadanie typu P/F; umieszczanie podanych wyrazów/wyrażeń w tabelce pod odpowiednimi nagłówkami; wybieranie zdań, w których podkreślone wyrazy/ wyrażenia użyte są poprawnie (jedna z dwóch opcji); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między sprzedawczynią i pracownikiem magazynu dot. produktu na stanie – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematem rozdziału</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku ze szczegółowymi informacjami o produktach</li> <li>– odpowiedzi na pytania: dlaczego sklep detaliczny trzyma produkty w magazynie oraz w jaki sposób firma może układać towary w swoim magazynie</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. produktu na stanie w magazynie (odgrywanie ról sprzedawczyni i pracownika magazynu, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z pracownikiem magazynu o produkcie, który jest na stanie w magazynie, jego lokalizacji i wielkości (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opis artykułu na stanie w magazynie (<i>item inventory</i>) zawierający dane: wielkość, lokalizacja oraz informacja o (nie)dostępności (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>3a.1, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 8</p>
	<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Instructions for Warehouse Employees</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>Where is it in the warehouse?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – opis artykułu na stanie w magazynie (<i>item inventory</i>).</p>				

STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**	
<b>UNIT 9 – Product Details 2</b>					
<b>LEKCJE 20–21</b>	str. 20–21	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo służące do szczegółowego opisu produktu (c.d.): <i>color, bright, dark, rounded, sharp, straight, contrast, detail, expand, reduce</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>choice, image, imagery, line, space, wording</i></li> <li>– czasowniki: <i>commend, avoid</i></li> <li>– przymiotniki: <i>glad, better, nice</i></li> <li>– przysłówki: <i>overall</i></li> <li>– zwroty, np. <i>Did you receive ... ? What changes ... ? I agree that ... .</i></li> <li>– zgadzanie się, np. <i>Yes. I (quite) agree (that) ... . That's right. That's correct. Exactly. Indeed. Of course. Certainly. Absolutely. (Yes,) I think/believe so.</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>50% off in Our New Models</i> (email dot. projektu logo) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między pracownicą działu marketingu i projektantem dot. zmian w projekcie logo – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematem rozdziału</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji + określanie ich związku ze szczegółowym opisem produktu</li> <li>– odpowiedzi na pytania: w jaki sposób można opisać obraz/ rysunek/zdjęcie oraz jakie są popularne style projektowania w Polsce</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. zmian w projekcie logo (odgrywanie ról pracownicy działu marketingu i projektanta, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których pracownik działu marketingu rozmawia z projektantem o zmianach w projekcie i o tym, co jeszcze trzeba zrobić, oraz chwali za wykonaną już pracę (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– sprawozdanie nt. projektu (<i>design report</i>) z uwzględnieniem wprowadzonych zmian (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>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.5, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 9</p>
			<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>50% off in Our New Models</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>What changes did you make?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – sprawozdanie nt. projektu (<i>design report</i>).</p>		
<b>LEKCJA 22</b>	.....	<p><b>Temat lekcji:</b> 1. Powtórka materiału. / Test.</p>			

STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**	
<b>UNIT 10 – Distribution and Pricing</b>					
<b>LEKCJE 23–24</b>	str. 22–23	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z dystrybucją i ustalaniem ceny: <i>pricing policy, distribution, price matching, pricing, cost, shipping, wholesale, manufacturer, distribution center, retailer</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>chapter, introduction, pro, con, sale, drawback, profit margin, plan</i></li> <li>– czasowniki: <i>discuss, create, retain, determine, discover, structure, detail, follow</i></li> <li>– przymiotnik: <i>lower</i></li> <li>– zwroty, np. <i>And where does it go ... ? That is called ...</i></li> <li>– wyrażanie prośby o pomoc, np. <i>Can you help me (understand) ... ? Can/Could you help me, (please)? Do you mind helping me? I need some help. Help me, (please).</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Distribution and Pricing</i> (fragment z podręcznika) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; zastępowanie wyróżnionych fragmentów zdań wyrazami/ wyrażeniami o podobnym znaczeniu (uzupełnianie brakujących liter); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Sluchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między studentką i profesorem dot. procesu dystrybucji – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematem rozdziału</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji + określanie ich związku z dystrybucją i ustalaniem ceny</li> <li>– odpowiedzi na pytania: jakie są przykłady polityki cenowej w Polsce oraz jakie są sposoby wysyłki towarów</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. procesu dystrybucji (odgrywanie ról studentki i profesora, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których student(ka) biznesu rozmawia z profesorem o procesie dystrybucji, o tym, jaką drogę przebywa produkt od producenta do sprzedawcy detalicznego i o wysyłce produktu (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opis procesu dystrybucji produktu (<i>distribution process</i>) (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>3a.1, 3a.2, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 10</p>
	..... .....	<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Distribution and Pricing</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>What is the origin of the product?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – opis procesu dystrybucji produktu (<i>distribution process</i>).</p>			

STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JEZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**	
<b>UNIT 11 – Payment Options</b>					
<b>LEKCJE 25–26</b>	str. 24–25	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z opcjami płatności: <i>credit, debit, pay, cash, check, financing, payment plan, interest, down payment, layaway</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>auto dealer, service department, finance professional, rate, online catalog, part, accessory, shopping experience</i></li> <li>– czasowniki: <i>accept, feel, search, place</i></li> </ul>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Gialo Auto Dealers Group</i> (strona internetowa dealera samochodów) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami; odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między klientką i sprzedawcą dot. różnych opcji płatności u dealera samochodów – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematem rozdziału</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z opcjami płatności</li> <li>– odpowiedzi na pytania: w jaki sposób klient może zapłacić za produkt lub usługę oraz jakie są zalety i wady kupowania na kredyt</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. różnych opcji płatności dostępnych u dealera samochodów (odgrywanie ról klientki i sprzedawcy, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których klient rozmawia ze sprzedawcą samochodów o opcjach płatności, finansowaniu i wpłaceniu zaliczki na samochód (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– e-mail sprzedawcy do klienta (<i>salesman's email to a customer</i>) z wykazem dostępnych opcji płatności (na podstawie ćw. 8)</li> </ul>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 11</p>
	<p>.....</p> <p>.....</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– przymiotniki: <i>major, free, best</i></li> <li>– zwroty, np. <i>What kinds of ... ? We provide ... . Can I place ... ?</i></li> <li>– wyrażanie prośby o pozwolenie, np. <i>(Please), Can/May/Could I ... ? Do you mind if ... ? Is it all right/okay if ... ?</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>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.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.6, 4b.7, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	
<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Gialo Auto Dealers Group</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>What kinds of payment options do you have available?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail do klienta (<i>email to the customer</i>).</p>					

STRONA	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**	
<b>UNIT 12 – Costs and Profit</b>					
<b>LEKCJE 27–28</b>	str. 26–27	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z kosztami i zyskiem: <i>commission, profit, variable cost, fixed cost, direct material, labor, overhead, expense, mark up, cover, recoup</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>production, profit margin</i></li> <li>– czasowniki: <i>associate, factor into, base on</i></li> <li>– przymiotniki: <i>expensive, large, important</i></li> <li>– zwroty, np. <i>I'm curious about ... . That's correct. What's the reason for that?</i></li> <li>– wyrażanie prośby o wyjaśnienie, np. <i>Can/Could you explain ... ? Why is that? Will you explain ... ? What's the/your explanation/ reason for ... ? How so?</i></li> </ul>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Commission</i> (poradnik dla pracownika) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami; odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między sprzedawcą i panią menadżer dot. wielkości jego prowizji – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z kosztami i zyskiem (2 min.)</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji + określanie ich związku z kosztami i zyskiem</li> <li>– odpowiedzi na pytania: jakie są różne koszty związane z prowadzeniem firmy oraz w jaki sposób firma osiąga zysk</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. wielkości prowizji (odgrywanie ról sprzedawcy i menadżera, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z menadżerem o prowizji, kosztach związanych z produkcją i zysku firmy (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– e-mail do współpracowników (<i>email to coworkers</i>) nt. struktury prowizji (na podstawie ćw. 8)</li> </ul>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 12</p>
	.....	.....	<p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>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.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	
<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Commission</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>What's the reason for that?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail do współpracowników (<i>email to coworkers</i>).</p>					
<b>LEKCJA 29</b>	.....	<p><b>Temat lekcji:</b> 1. Powtórka materiału. / Test.</p>			

STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**	
<b>UNIT 13 – Describing Change</b>					
<b>LEKCJE 30–31</b>	str. 28–29	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z opisywaniem zmian: <i>increase, decrease, decline, bottom out, shrink, grow, steady, peak, fluctuate</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>summary, report, quarter, result, staff, level, year, figure</i></li> <li>– czasowniki: <i>expand, experience, drop, expect</i></li> <li>– przymiotniki: <i>annual, first, second, lowest, third, fourth, up, similar, next</i></li> <li>– przysłówki: <i>slightly, overall</i></li> <li>– zwroty, np. <i>I'd like to see ... . Do you think it ... ? Just think what we could ... .</i></li> <li>– określanie celów, np. <i>My goal is/ goals are to ... . I'd like to see/achieve ... . My aim/ambition/goal for the next month/year is ... .</i></li> </ul>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Annual Sales Report</i> (raport nt. wzrostu sprzedaży w ostatnim roku) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; zastępowanie wyróżnionych fragmentów zdań wyrazami/wyrażeniami o podobnym znaczeniu (uzupełnianie brakujących liter); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między dwojgiem menadżerów dot. możliwości zwiększenia zysku firmy w kolejnym roku – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z opisywaniem zmian (2 min.)</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji + określanie ich związku z opisywaniem zmian</li> <li>– odpowiedzi na pytania: jakie pojęcia/terminy używane są do opisywania zmian w zakresie sprzedaży oraz dlaczego sprzedaż może rosnąć albo spadać</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. możliwości zwiększenia zysku firmy w kolejnym roku (odgrywanie ról dwojga menadżerów, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje menadżerów rozmawia o celach sprzedaży, dlaczego cele te są możliwe do osiągnięcia oraz jak je osiągnąć (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– notatka (<i>memo</i>) do personelu zawierająca informacje: opis celu, powód, dla którego cel został wyznaczony, oraz kroki, jakie należy podjąć, aby go osiągnąć (na podstawie ćw. 8)</li> </ul>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 13</p>
	..... .....	<p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>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.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	
<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Annual Sales Report</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>Do you think it's possible?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – notatka (<i>memo</i>).</p>					

STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**	
<b>UNIT 14 – Describing Benefits</b>					
<b>LEKCJE 32–33</b>	str. 30–31	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z opisywaniem zalet: <i>durability, develop, improve, upgrade, benefit, state-of-the-art, ease, eliminate, stress, confusion</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>watch, standard-bearer, technology, guarantee, design, performance, timekeeper, trouble, date, meeting, tardiness</i></li> <li>– czasowniki: <i>come with, make, introduce, slip on, count, miss</i></li> <li>– przymiotniki: <i>proud, lifetime, excited</i></li> <li>– zwroty, np. <i>Can you tell me ... ? It's a great car ... . It looks like ... .</i></li> <li>– wyrażanie prośby o informacje, np. <i>When ... ? Where ... ? How ... ? How far/much/long ... ? Why ... ? (Please) can/could you tell me ... ? What time ... ? I would like to know ... . Tell me about ... .</i></li> </ul>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>J.Q.Watches</i> (reklama firmy J.Q.Watches) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; zastępowanie wyróżnionych fragmentów zdań wyrazami o podobnym znaczeniu (uzupełnianie brakujących liter); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa między klientką i sprzedawcą, który wymienia zalety samochodu, którym zainteresowana jest klientka – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul>	<p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji + określanie jej związku z opisywaniem zalet</li> <li>– odpowiedzi na pytania: jakie są cechy dobrego produktu oraz jakie najnowocześniejsze produkty są popularne w Polsce</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. zalet wybranego modelu samochodu (odgrywanie ról klientki i sprzedawcy, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których klient rozmawia ze sprzedawcą o zaletach wybranego samochodu: które z zalet i jaka technologia są dla niego ważne, a także o tym, jak samochód może poprawić jakość życia (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– raport ze sprzedaży (<i>sales report</i>) samochodu klientowi/klientce z podaniem wszystkich wymaganych informacji, łącznie z tą, czy doszło do zakupu czy nie (na podstawie ćw. 8)</li> </ul>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 14</p>
	..... .....	..... .....	<p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>3a.1, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6</b></p>	
<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>J.Q.Watches</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>Can you tell me a little more about it?</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – raport ze sprzedaży (<i>sales report</i>).</p>					



STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO- WY**	
<b>UNIT 15 – The Marketing and Sales Force</b>					
<b>LEKCJE 34–35</b>	str. 32–33	<p><b>Leksyka i tematyka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– słownictwo związane z pracownikami działu marketingu i sprzedaży: <i>salesperson, creative, advertising agency, media buyer, researcher, Business Development Manager, sales force, account manager, sales engineer, public relations</i></li> <li>– rzeczowniki: <i>classified ads, passion, bring to life, construction, in charge of, inquiry, difference, environment, real estate investor, professional</i></li> <li>– czasowniki: <i>search, apply, hire, oversee, seek</i></li> <li>– przymiotniki: <i>required, exciting, senior, growing, serious, recent, further, corporate</i></li> <li>– zwroty, np. <i>I'd like to update ... . We can put ... . Thanks.</i></li> <li>– wyrażanie podziękowania, np. <i>Thank you so much/very much (indeed). (Many) thanks. Thanks for ... . It/That was (very/most) kind/nice/good of you (to) ... . I'm grateful to you (for) ... .</i></li> </ul> <p><b>1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5</b></p>	<p><b>Czytanie, słuchanie i mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Classified Ads: Jobs</i> (ogłoszenia drobne: oferty pracy) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte</li> </ul> <p><b>Słuchanie, czytanie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozmowa telefoniczna między pracownicą działu marketingu i pracownikiem działu sprzedaży dot. aktualizacji informacji nt. klienta agencji reklamowej – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu</li> </ul> <p><b>2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6</b></p>	<p><b>Mówienie i pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematem rozdziału</li> </ul> <p><b>Mówienie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z działami marketingu i sprzedaży</li> <li>– odpowiedzi na pytania: jakie zawody są związane ze sprzedażą oraz jakie są popularne stanowiska w działach marketingu czy sprzedaży</li> <li>– (w parach) dialog sterowany nt. aktualizacji informacji dot. klienta agencji reklamowej (odgrywanie ról pracownika działu marketingu i pracownika działu sprzedaży, na podstawie dialogu w ćw. 7)</li> <li>– (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których pracownik działu marketingu rozmawia z pracownikiem działu sprzedaży o kliencie agencji reklamowej, problemie z reklamą i sposobie jego rozwiązania (ćw. 8)</li> </ul> <p><b>Pisanie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– e-mail (<i>email</i>) do opiekuna klienta dot. aktualizacji informacji nt. klienta agencji reklamowej (na podstawie ćw. 8)</li> </ul> <p><b>3a.1, 3a.2, 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</b></p>	<p><b>SB Book 1, Glossary</b> – str. 34–37</p> <p><b>DigiBook</b> – Unit 15</p>
	<p><b>Tematy lekcji:</b> 1. <i>Classified Ads: Jobs</i> – słownictwo, praca z tekstem. 2. <i>We have some branding ideas</i> – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail do opiekuna klienta (<i>email to the account manager</i>).</p>				
<b>LEKCJA 36</b>	.....	<p><b>Temat lekcji:</b> 1. Powtórka materiału. / Test.</p>			