**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 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 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)[[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 1**

| **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** |
| **LEKCJE 2–3** | str. 4–5 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane ze sprzedażą: *sales, sell, customer, client, select, product, provide, assist, recommend, connect*
* rzeczowniki: *opening, associate, department, part, communication skills, customer service, requirement, manner, applicant, experience, résumé, cover letter*
* czasowniki: *explain, apply*
* przymiotniki: *selected, best, different, major, excellent, great, professional, preferred*
* zwroty, np. *What makes you interested in … ? I always … .*
* pytanie o mocne strony, np. *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.*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Wanted: Sales Associate* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** 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

**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 ze sprzedażą (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z pracą handlowców
* odpowiedzi na pytania: jakie są cechy dobrego sprzedawcy oraz dlaczego ważna jest dobra obsługa klienta
* (w parach) dialog sterowany nt. mocnych stron kandydata w zakresie sprzedaży (odgrywanie ról menadżera ds. zatrudnienia i kandydata, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (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)

**Pisanie:** * oferta pracy(*job posting*) z uwzględnieniem zakresu obowiązków (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.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 1 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Wanted; Sales Associate* – słownictwo, praca z tekstem. 2*. What makes you interested in this position?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – oferta pracy(*job posting*)*.* |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 2 – Marketing** |
| **LEKCJE 4–5** | str. 6–7 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z marketingiem: *marketing, promote, reach, attract, attention, buzz, communicate, generate, publicize, advertize*
* rzeczowniki: *agency, services, audience, public, offering, results*
* czasowniki: *guarantee, create, increase, generate*
* przymiotniki: *target, important, positive*
* zwroty, np. *Would you like to … ? I’d like to … . I want to create … . I have some ideas on how to … .*
* omawianie celów, np. *What are your goals/aims? Tell me about your goals/aims. My aim/goal is to … . I have a number of goals/aims.*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Southwest Marketing Agency Services* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między specjalistą ds. marketingu i klientem dot. celów marketingowych – 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 tematem rozdziału

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z marketingiem
* odpowiedzi na pytania: czym zajmują się specjaliści ds. marketingu oraz dlaczego tworzenie szumu wokół produktu jest dobrą techniką marketingową
* (w parach) dialog sterowany nt. celów marketingowych firmy (odgrywanie ról specjalisty ds. marketingu i klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (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)

**Pisanie:** * plan marketingowy (*marketing plan*)mający na celu pozyskanie większej liczby potencjalnych klientów (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.5, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 2 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Southwest Marketing Agency Services* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *What are your marketing goals?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – plan marketingowy (*marketing plan*)*.* |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 3 – Types of Sales 1** |
| **LEKCJE 6–7** | str. 8–9 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z rodzajami sprzedaży: *outside sales, travel, on the road, hunter, cold calling, target, bring in, inside sales, farmer, exiting account*
* rzeczowniki: *newsletter, new hire, manager, majority, ability, opportunity, welcome, employee, relationship, client*
* czasowniki: *announce, cultivate*
* zwroty, np. *My name is … . Nice to meet you. I’m working in … .*
* przedstawianie się, np. *I am … . Hello, my name is … . Pleased to meet you. May I introduce myself?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *ABC Sales* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między pracownikiem i nowoprzyjętą sprzedawczynią: przedstawianie się – 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 rodzajami sprzedaży (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z rodzajami sprzedaży
* odpowiedzi na pytania: czym zajmują się przedstawiciele handlowi, tzw. *hunter* i *farmer*
* (w parach) dialog sterowany: przedstawianie się dwojga pracowników (odgrywanie ról pracownika i nowoprzyjętej sprzedawczyni, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (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)

**Pisanie:** * ogłoszenie o pracy (*job listing*)z podaniem obowiązków pracownika i kwalifikacji (na podstawie ćw. 8)

**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** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 3 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *ABC Sales* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Are you a new employee here?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – ogłoszenie o pracy (*job listing*). |
| **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 – Types of Sales 2** |
| **LEKCJE 9–10** | str. 10–11 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z rodzajami sprzedaży (c.d.): *retail, B2B, B2C, direct sales, in person, consignment, telemarketing, consultative, door-to-door, hawking*
* rzeczowniki: *objective, position, product, business, experience, location, consignment, salesperson, recommendation, variety*
* czasowniki: *obtain, travel, demonstrate, gain, determine, knock*
* przymiotniki: *potential*
* zwroty, np. *Please explain … . I enjoy … .*
* pytanie o doświadczenie, np. *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 … .*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Craig Johnson’s Resume* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa o pracę w dziale sprzedaży między panią menadżer ds. zatrudnienia i kandydatem do pracy – 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 rodzajami sprzedaży (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z rodzajami sprzedaży
* odpowiedzi na pytania: jaka jest różnica między sprzedażą typu B2B a B2C oraz jakie informacje może umieścić sprzedawca w swoim życiorysie
* (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)
* (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)

**Pisanie:** * życiorys (*resume*) z uwzględnieniem informacji dot. doświadczenia zawodowego (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 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 4 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Craig Johnson’s Resume* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *How many years of sales experience do you have?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – życiorys (*resume*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 5 – The Marketing Mix 1** |
| **LEKCJE 11–12** | str. 12–13 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z miksem marketingowym: *marketing mix, model, price, promotion, place, communication, commodity, channel, convenient*
* rzeczowniki: *element, plan, amount, customer, location, producer, consumer*
* czasowniki: *market, analyze, pay, buy, reach, purchase, use*
* przymiotniki: *important, multiple, popular, controllable, potential, easy*
* zwroty, np. *Let’s discuss … . We need to … .*
* wyrażanie prośby o wyjaśnienie, np. *Sorry, what does X mean? What do you mean by … ? What is … ? Can/Could you explain (that), please? Could you clarify … ?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *IGI Marketing Services* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między opiekunem klienta i nowym klientem dot. miksu marketingowego produktu – 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 tematem rozdziału

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z miksem marketingowym
* odpowiedzi na pytania: co to jest miks marketingowy (*marketing mix*) oraz dlaczego wygoda (*convenience*)jest ważnym pojęciem w marketingu
* (w parach) dialog sterowany nt. miksu marketingowego produktu (odgrywanie ról opiekuna klienta i nowego klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (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)

**Pisanie:** * lista elementów miksu marketingowego (*list of marketing mix elements*) (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.4, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 5 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *IGI Marketing Services* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Let’s discuss your product’s marketing mix* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – elementy miksu marketingowego (*list of marketing mix*  *elements*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 6 – The Marketing Mix 2** |
| **LEKCJE 13–14** | str. 14–15 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z miksem marketingowym (c.d.): *producer-oriented, four Ps, consumer-oriented, seven Cs, want, need, security, education, external factor, economic*
* rzeczowniki: *orientation, approach, producer, consumer, example, decision, strategy, response, factor*
* czasowniki: *focus, refer, emphasize, seek, understand, motivate, influence*
* przymiotnik: *producer-focused*
* zwroty, np. *Let’s talk about … . What’s your opinion? I think that … . Let’s focus on … . Sounds like a plan.*
* pytanie 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 … ?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Marketing Mix Orientations* (fragment z podręcznika nt. orientacji miksu marketingowego) – 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 pracowników dot. strategii marketingowej dla nowego klienta – 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:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z miksem marketingowym
* odpowiedzi na pytania: jakie są cztery P (*the four Ps*) oraz jakie czynniki zewnętrzne wpływają na miks marketingowy
* (w parach) dialog sterowany nt. strategii marketingowej dla nowego klienta (odgrywanie ról dwojga pracowników, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (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)

**Pisanie:** * arkusz planu marketingowego (*marketing plan worksheet*) z uwzględnieniem możliwych podejść (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.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 6 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Marketing Mix Orientations* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *We need to decide on an approach* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – arkusz planu marketingowego (*marketing plan worksheet*)*.* |
| **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 – Product Descriptions** |
| **LEKCJE 16–17** | str. 16–17 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z opisem produktu: *release, make, model, outdated, repairing, version features, modern, quality, ship*
* rzeczowniki: *manufacturing, technology, design, construction, customer service department*
* czasowniki: *announce, replace, own, recommend, purchase, cost, contact*
* przymiotniki: *worldwide, pleased, old, new, latest, positive, innovative, solid, affordable, less, previous, interested, business*
* zwroty, np. *How can I help you … ? I’d like to … . It features … .*
* pytanie o różnice, np. *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?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Worldwide Manufacturing* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między sprzedawczynią i klientem dot. zakupu nowego komputera – 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 tematem rozdziału

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z opisem produktu
* odpowiedzi na pytania: jakie informacje mogą się pojawić w opisie produktu w katalogu oraz dlaczego firmy wypuszczają na rynek nowe wersje swoich produktów
* (w parach) dialog sterowany nt. zakupu nowego komputera (odgrywanie ról sprzedawczyni i klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (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)

**Pisanie:** * wpis do katalogu (*catalogue listing*) zawierający dane o produkcie: marka, model, cena i cechy(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.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 7 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Worldwide Manufacturing* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *How is it different form the old version?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – wpis do katalogu (*catalogue listing*)*.* |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 8 – Product Details 1** |
| **LEKCJE 18–19** | str. 18–19 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo służące do szczegółowego opisu produktu: *size, small, dimensions, large, oversized, in stock, packaging, out of stock, back-order*
* rzeczowniki: *instructions, warehouse, employee, item, shelf, aisle, ease, access, notice, inventory*
* czasowniki: *organize, place, move, handle, avoid, damage*
* przymiotniki: *top, bottom, easier, intact, empty*
* przysłówki: *according, carefully*
* zwroty, np. *Do you have a minute? What can I help you with? Where is … ?*
* przykuwanie/zwracanie czyjejś uwagi, np. *Excuse me! Hello! Over here! Can I just … ? Sorry!*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Instructions for Warehouse Employees* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między sprzedawczynią i pracownikiem magazynu dot. produktu na stanie – 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 tematem rozdziału

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku ze szczegółowymi informacjami o produktach
* odpowiedzi na pytania: dlaczego sklep detaliczny trzyma produkty w magazynie oraz w jaki sposób firma może układać towary w swoim magazynie
* (w parach) dialog sterowany nt. produktu na stanie w magazynie (odgrywanie ról sprzedawczyni i pracownika magazynu, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (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)

**Pisanie:** * opis artykułu na stanie w magazynie (*item inventory*) zawierający dane: wielkość, lokalizacja oraz informacja o (nie)dostępności (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.4, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 8 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Instructions for Warehouse Employees* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Where is it in the warehouse?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – opis artykułu na stanie w magazynie (*item inventory*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 9 – Product Details 2** |
| **LEKCJE 20–21** | str. 20–21 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo służące do szczegółowego opisu produktu (c.d.): *color, bright, dark, rounded, sharp, straight, contrast, detail, expand, reduce*
* rzeczowniki: *choice, image, imagery, line, space, wording*
* czasowniki: *commend, avoid*
* przymiotniki: *glad, better, nice*
* przysłówki: *overall*
* zwroty, np. *Did you receive … ? What changes … ? I agree that … .*
* zgadzanie się, np. *Yes. I (quite) agree (that) … . That’s right. That’s correct. Exactly. Indeed. Of course. Certainly. Absolutely. (Yes,) I think/believe so.*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *50% off in Our New Models* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między pracownicą działu marketingu i projektantem dot. zmian w projekcie logo – 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 tematem rozdziału

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji + określanie ich związku ze szczegółowym opisem produktu
* odpowiedzi na pytania: w jaki sposób można opisać obraz/ rysunek/zdjęcie oraz jakie są popularne style projektowania w Polsce
* (w parach) dialog sterowany nt. zmian w projekcie logo (odgrywanie ról pracownicy działu marketingu i projektanta, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (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)

**Pisanie:** * sprawozdanie nt. projektu (*design report*) z uwzględnieniem wprowadzonych zmian (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.5, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 9 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *50% off in Our New Models* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *What changes did you make?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – sprawozdanie nt. projektu (*design report*). |
| **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 – Distribution and Pricing** |
| **LEKCJE 23–24** | str. 22–23 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z dystrybucją i ustalaniem ceny: *pricing policy, distribution, price matching, pricing, cost, shipping, wholesale, manufacturer, distribution center, retailer*
* rzeczowniki: *chapter, introduction, pro, con, sale, drawback, profit margin, plan*
* czasowniki: *discuss, create, retain, determine, discover, structure, detail, follow*
* przymiotnik: *lower*
* zwroty, np. *And where does it go … ? That is called … .*
* wyrażanie prośby o pomoc, np. *Can you help me (understand) … ? Can/Could you help me, (please)? Do you mind helping me? I need some help. Help me, (please).*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Distribution and Pricing* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między studentką i profesorem dot. procesu dystrybucji – 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 tematem rozdziału

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji + określanie ich związku z dystrybucją i ustalaniem ceny
* odpowiedzi na pytania: jakie są przykłady polityki cenowej w Polsce oraz jakie są sposoby wysyłki towarów
* (w parach) dialog sterowany nt. procesu dystrybucji (odgrywanie ról studentki i profesora, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (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)

**Pisanie:** * opis procesu dystrybucji produktu (*distribution process*)(na podstawie ćw. 8)

**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** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 10 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Distribution and Pricing* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *What is the origin of the product?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – opis procesu dystrybucji produktu (*distribution process*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 11 – Payment Options** |
| **LEKCJE 25–26** | str. 24–25 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z opcjami płatności: *credit, debit, pay, cash, check, financing, payment plan, interest, down payment, layaway*
* rzeczowniki: *auto dealer, service department, finance professional, rate, online catalog, part, accessory, shopping experience*
* czasowniki: *accept, feel, search, place*
* przymiotniki: *major, free, best*
* zwroty, np. *What kinds of … ? We provide … . Can I place … ?*
* wyrażanie prośby o pozwolenie, np. *(Please), Can/May/Could I … ? Do you mind if … ? Is it all right/okay if … ?*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Gialo Auto Dealers Group* (strona internetowa dealera samochodów) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami; odpowiedź na pytanie otwarte

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między klientką i sprzedawcą dot. różnych opcji płatności u dealera samochodów – 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 tematem rozdziału

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z opcjami płatności
* odpowiedzi na pytania: w jaki sposób klient może zapłacić za produkt lub usługę oraz jakie są zalety i wady kupowania na kredyt
* (w parach) dialog sterowany nt. różnych opcji płatności dostępnych u dealera samochodów (odgrywanie ról klientki i sprzedawcy, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których klient rozmawia ze sprzedawcą samochodów o opcjach płatności, finansowaniu i wpłaceniu zaliczki na samochód (ćw. 8)

**Pisanie:** * e-mail sprzedawcy do klienta(*salesman’s email to a customer*) z wykazem dostępnych opcji płatności (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.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.6, 4b.7, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 11 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Gialo Auto Dealers Group* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *What kinds of payment options do you have available?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail do klienta (*email to the customer*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 12 – Costs and Profit** |
| **LEKCJE 27–28** | str. 26–27 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z kosztami i zyskiem: *commission, profit, variable cost, fixed cost, direct material, labor, overhead, expense, mark up, cover, recoup*
* rzeczowniki: *production, profit margin*
* czasowniki: *associate, factor into, base on*
* przymiotniki: *expensive, large, important*
* zwroty, np. *I’m curious about … . That’s correct. What’s the reason for that?*
* wyrażanie prośby o wyjaśnienie, np. *Can/Could you explain … ? Why is that? Will you explain … ? What’s the/your explanation/ reason for … ? How so?*

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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między sprzedawcą i panią menadżer dot. wielkości jego prowizji – 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 kosztami i zyskiem (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji + określanie ich związku z kosztami i zyskiem
* odpowiedzi na pytania: jakie są różne koszty związane z prowadzeniem firmy oraz w jaki sposób firma osiąga zysk
* (w parach) dialog sterowany nt. wielkości prowizji (odgrywanie ról sprzedawcy i menadżera, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z menadżerem o prowizji, kosztach związanych z produkcja i zysku firmy (ćw. 8)

**Pisanie:** * e-mail do współpracowników (*email to coworkers*)nt. struktury prowizji (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.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 12 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Commission* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *What’s the reason for that?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail do współpracowników (*email to coworkers*). |
| **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 – Describing Change**  |
| **LEKCJE 30–31** | str. 28–29 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z opisywaniem zmian: *increase, decrease, decline, bottom out, shrink, grow, steady, peak, fluctuate*
* rzeczowniki: *summary, report, quarter, result, staff, level, year, figure*
* czasowniki: *expand, experience, drop, expect*
* przymiotniki: *annual, first, second, lowest, third, fourth, up, similar, next*
* przysłówki: *slightly, overall*
* zwroty, np. *I’d like to see … . Do you think it … ? Just think what we could … .*
* określanie celów, np. *My goal is/ goals are to … . I’d like to see/achieve … . My aim/ambition/goal for the next month/year is … .*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Annual Sales Report* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między dwojgiem menadżerów dot. możliwości zwiększenia zysku firmy w kolejnym roku – 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 opisywaniem zmian (2 min.)

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji + określanie ich związku z opisywaniem zmian
* odpowiedzi na pytania: jakie pojęcia/terminy używane są do opisywania zmian w zakresie sprzedaży oraz dlaczego sprzedaż może rosnąć albo spadać
* (w parach) dialog sterowany nt. możliwości zwiększenia zysku firmy w kolejnym roku (odgrywanie ról dwojga menadżerów, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje menadżerów rozmawia o celach sprzedaży, dlaczego cele te są możliwe do osiągniecia oraz jak je osiągnąć (ćw. 8)

**Pisanie:** * notatka (*memo*) do personelu zawierająca informacje: opis celu, powód, dla którego cel został wyznaczony, oraz kroki, jakie należy podjąć, aby go osiągnąć (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.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 13 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Annual Sales Report* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Do you think it’s possible?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – notatka (*memo*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 14 – Describing Benefits**  |
| **LEKCJE 32–33** | str. 30–31 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z opisywaniem zalet: *durability, develop, improve, upgrade, benefit, state-of-the-art, ease, eliminate, stress, confusion*
* rzeczowniki: *watch, standard-bearer, technology, guarantee, design, performance, timekeeper, trouble, date, meeting, tardiness*
* czasowniki: *come with, make, introduce, slip on, count, miss*
* przymiotniki: *proud, lifetime, excited*
* zwroty, np. *Can you tell me … ? It’s a great car … . It looks like … .*
* wyrażanie prośby o informacje, np. *When … ? Where … ? How … ? How far/much/ long … ? Why … ? (Please) can/could you tell me … ? What time … ? I would like to know … . Tell me about … .*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *J.Q.Watches* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** rozmowa między klientką i sprzedawcą, który wymienia zalety samochodu, którym zainteresowana jest klientka – 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:** * opisywanie ilustracji + określanie jej związku z opisywaniem zalet
* odpowiedzi na pytania: jakie są cechy dobrego produktu oraz jakie najnowocześniejsze produkty są popularne w Polsce
* (w parach) dialog sterowany nt. zalet wybranego modelu samochodu (odgrywanie ról klientki i sprzedawcy, na podstawie dialogu w ćw. 7)
* (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)

**Pisanie:** * raport ze sprzedaży(*sales report*) samochoduklientowi/ klientce z podaniem wszystkich wymaganych informacji, łącznie z tą, czy doszło do zakupu czy nie (na podstawie ćw. 8)

**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** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 14 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *J.Q.Watches* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Can you tell me a little more about it?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – raport ze sprzedaży(*sales report*). |

| **STRONA** | **ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH** | **ROZUMIENIE WYPOWIEDZI****& PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI** | **TWORZENIE WYPOWIEDZI****& REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI** | **MATERIAŁ DODATKO-WY\*\*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DATA\*** |
|  | **UNIT 15 – The Marketing and Sales Force** |
| **LEKCJE 34–35** | str. 32–33 | **Leksyka i tematyka:** * słownictwo związane z pracownikami działu marketingu i sprzedaży: *salesperson, creative, advertising agency, media buyer, researcher, Business Development Manager, sales force, account manager, sales engineer, public relations*
* rzeczowniki: *classified ads, passion, bring to life, construction, in charge of, inquiry, difference, environment, real estate investor, professional*
* czasowniki: *search, apply, hire, oversee, seek*
* przymiotniki: *required, exciting, senior, growing, serious, recent, further, corporate*
* zwroty, np. *I’d like to update … . We can put … . Thanks.*
* wyrażanie podziękowania, np. *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) … .*

**1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5** | **Czytanie, słuchanie i mówienie:** * *Classified Ads: Jobs* (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

**Słuchanie, czytanie i pisanie:*** 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

**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 tematem rozdziału

**Mówienie:** * opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z działami marketingu i sprzedaży
* odpowiedzi na pytania: jakie zawody są związane ze sprzedażą oraz jakie są popularne stanowiska w działach marketingu czy sprzedaży
* (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)
* (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)

**Pisanie:** * e-mail (*email*) do opiekuna klienta dot. aktualizacji informacji nt. klienta agencji reklamowej (na podstawie ćw. 8)

**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** | **SB Book 1, Glossary** – str. 34–37**DigiBook** – Unit 15 |
|  |
| …………………… |
| **Tematy lekcji:** 1. *Classified Ads: Jobs* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *We have some branding ideas* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail do opiekuna klienta (*email to the account manager*). |
| **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)