Olga Górnicka

(konsultacja: Alicja Cholewa-Zawadzka)

Rozkład materiału
z tematami lekcji

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

Język angielski zawodowy – Branża handlowa (HAN)

CAREER PATHS:

SALES AND MARKETING

Book 2

Poziom A2 wg CEF (ESOKJ)

2020

WSTĘP

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

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

Prezentowany rozkład materiału (RM) podzielono w następujący sposób:

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

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

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

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

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

W RM zamieszczono również informacje dotyczące realizacji wymagań nowej podstawy programowej w zakresie **języka obcego zawodowego** (JOZ)[1] (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.

[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

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

BOOK 2

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**
LEKCJA 1	……	**Temat lekcji:** 1. Lekcja organizacyjna.			
		UNIT 1 – Sales Systems			
LEKCJE 2–3	str. 4–5 …… ……	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z systemami sprzedaży: *sales system, boost, process, raw, step, approach, pitch, anticipate, prepare, deal with, address, experienced* – rzeczowniki: *sales data, bottom line, surprise, issue, manner, problem, area, consultation* – czasowniki: *lose out on, maximize, guarantee, analyze, eliminate, organize, evaluate, affect, allow, identity, succeed* – przymiotniki: *cutting-edge, award-winning, daunting, formatted, difficult, free* – przysłówki: *easily, manually, effectively, timely, highly* – zwroty, np. *What do you think? I think that … . Really? I don't.* – niezgadzanie się z czyjąś opinią, np. *I don't agree. That's not right. You are wrong there. Not so. Certainly not. I don't think so. That isn't true. I don't feel the same way.* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Sales Pro Systems* (reklama zachęcająca klientów do kupna produktu) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między dwojgiem sprzedawców dot. opinii na temat zaawansowanego systemu sprzedaży – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie:** – przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału – opisywanie ilustracji + określanie ich związku z systemami sprzedaży – odpowiedzi na pytania: dlaczego systemy sprzedaży są ważne oraz dlaczego przewidywanie problemów ważne jest dla firm – (w parach) dialog sterowany nt. zaawansowanego systemu sprzedaży (odgrywanie ról dwojga sprzedawców, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje sprzedawców rozmawia o systemie sprzedaży, zaletach i wadach systemów sprzedaży i wyrażają swoje opinie (ćw. 8) **Pisanie:** – materiał promocyjny (*promotional material*) dot. Systemu Pros zawierający informacje o jego cechach (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.5, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 1
		Tematy lekcji: 1. *Sales Pro Systems* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *I think that's a great idea!* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – materiał promocyjny (*promotional material*).			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**
		UNIT 2 – Opening			
LEKCJE 4–5	str. 6–7 ……. …….	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z początkiem rozmów sprzedażowych: *effective, first impression, appearance, need, comfortable, pitch, influence, generate, appointment, contact, inquire* – rzeczowniki: *advice, impact, language, colleague, note, on time, doubt, coworker, confidence, success* – czasowniki: *open, prepare, sound, test out, increase* – przymiotniki: *struggling, professional, attentive, well-thought out, potential, late, worst, experienced* – przysłówek: *positively* – zwroty, np. *Any tips? Do you inquire … ? It seems to me … .* – wyrażanie prośby o wskazówki, np. *I wanted to ask about some tips … . What do you think I should do? What should I do? What's your tips on this? Do you think I should … ? Can you give me some tips? I'd like your tips. Any tips/advice?* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Sales Tips and Advice* (rubryka porad dot. tego, jak zwiększyć sprzedaż) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; zastępowanie wyróżnionych fragmentów zdań wyrazami o podobnym znaczeniu (uzupełnianie brakujących liter); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między dwojgiem współpracowników dot. zwiększenia sprzedaży – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie i pisanie:** – (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.) **Mówienie:** – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z początkiem rozmów sprzedażowych – odpowiedzi na pytania: w jaki sposób można zwiększyć wielkość sprzedaży oraz dlaczego wygląd jest ważny w prowadzeniu sprzedaży – (w parach) dialog sterowany nt. zwiększenia sprzedaży (odgrywanie ról dwojga współpracowników działu sprzedaży, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których pracownik działu sprzedaży rozmawia ze współpracownikiem o zmaganiach ze sprzedażą, o tym, jak przystępuje do rozmowy z klientem oraz jak przedstawia ofertę/ reklamuje produkty (ćw. 8) **Pisanie:** – e-mail (*email*) z poradą, jak zwiększyć sprzedaż (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.3, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.7, 4b.8, 5.1, 5.3, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 2
		Tematy lekcji: 1. *Sales Tips and Advice* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *I'm sure things will turn around* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail (*email*).			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**
	UNIT 3 – Following Up				
LEKCJE 6–7	str. 8–9 …… ……	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z kontynuacją sprzedaży: *lead, follow up, prospect, get in touch, updated, progress, check on, previously, estimate, hear back from, report back, status* – rzeczowniki: *advice, desire, estimate, lead* – czasowniki: *indicate, remind, provide* – przymiotniki: *strong, aggressive, bothered* – przysłówek: *directly* – zwroty, np. *This is … from … . I'm calling to follow up on … . We're still figuring out … .* – prowadzenie rozmowy telefonicznej, np. *Hello. This is … speaking. (Joanna) here. This is … . Can I speak to …, please? I'm calling to … . Could you put me through to …, please? I'll call back/ again later/ this evening. Just a moment please. Hold on the line please.* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Following up* (e-mail z poradami dot. kontaktu z klientem) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów/wyrażeń; zastępowanie wyróżnionych fragmentów zdań wyrazami o podobnym znaczeniu (uzupełnianie brakujących liter); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa telefoniczna między sprzedawczynią i klientem dot. kontynuacji negocjacji z klientem – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie:** – przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z kontynuacją kontaktu z potencjalnym klientem – odpowiedzi na pytania: w jaki sposób utrzymywanie kontaktu z klientem wpływa na silne relacje z nim oraz w jaki sposób można zawrzeć/podpisać umowę z klientem – (w parach) dialog sterowany nt. kontynuacji negocjacji z klientem (odgrywanie ról sprzedawczyni i klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z klientem o potencjalnej sprzedaży omawianej uprzednio, wspomnianej kalkulacji wartości sprzedaży i planowanej kolejnej rozmowie (ćw. 8) **Pisanie:** – e-mail (*email*) sprzedawcy do potencjonalnego klienta z przypomnieniem się i prośbą o kontakt (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.7, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 3
		Tematy lekcji: 1. *Following up* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Have you come to a decision yet?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail (*email*) do potencjalnego klienta.			
LEKCJA 8	……	**Temat lekcji:** 1. Powtórka materiału. / Test.			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO-WY**
		UNIT 4 – Negotiating			
LEKCJE 9–10	str. 10–11 ……. …….	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z prowadzeniem negocjacji: *negotiate, compromise, mutually beneficial, conflicting interest, confrontational, hostile, trade-off, back down, deal* – rzeczowniki: *kind, negotiation, contest, atmosphere, in common, suggestion, option, solution* – czasowniki: *require, respect, understand, reject, anticipate, prepare, reschedule* – przymiotniki: *alternative, preferred, unacceptable, tired, stressed, intense* – zwroty, np. *He keeps pushing for … . How would you … ? We don't want … .* – wyrażanie prośby o radę, np. *I wanted to ask your advice. What do you think I should do? What should I do? What's your advice on this? How would you … ? Do you think I should … ? Can you advise me … ? I'd like your advice … .* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Negotiating* (rozdział z podręcznika firmowego dot. negocjacji) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między sprzedawcą i kierowniczką dot. kłopotliwego klienta – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie i pisanie:** – (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.) **Mówienie:** – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z prowadzeniem negocjacji – odpowiedzi na pytania: jakie są sposoby negocjowania z kupującym oraz dlaczego negocjacje stanowią ważną część sprzedaży – (w parach) dialog sterowany nt. kłopotliwego klienta (odgrywanie ról sprzedawcy i kierowniczki, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z kierownikiem o negocjacjach prowadzonych z klientem, swojej ofercie i reakcji klienta (ćw. 8) **Pisanie:** – e-mail (*email*) do sprzedawcy zawierający kilka wskazówek, jak prowadzić negocjacje z klientem (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 4
		Tematy lekcji: 1. *Negotiating* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *How would you handle it?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail (*email*) do sprzedawcy.			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO-WY**
	UNIT 5 – Closing				
LEKCJE 11–12	str. 12–13 ……. …….	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z zamknięciem sprzedaży: *close, capitalize on, resistance, custom close, signature, approval, zeal, availability, time-limit close, assumptive close, pact close* – rzeczowniki: *professional, inability, deal, column, tip, opportunity, consultation, time period, conversation, direction, sales pitch, open mind* – czasowniki: *minimize, emphasize, mention, assume, involve* – przymiotniki: *struggling, frustrated, helpful, potential, tricky, hesitant, limited, low, effective* – przysłówki: *carefully, appropriately* – zwroty, np. *How did you … ? It's my favorite closing technique … . I prefer … .* – określanie preferencji, np. *I'd prefer to … . I'd prefer … to … . I'd rather (not) … . I'd rather … than … .* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Advice for Struggling Sales Professionals* (rubryka w kwartalniku biznesowym z poradami dla borykających się z problemami sprzedawców) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów/ wyrażeń; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami; odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między dwojgiem sprzedawców dot. sposobu zamknięcia sprzedaży wykorzystanego przez kobietę i ulubionych technik zamykania – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie:** – przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionej na ilustracji + określanie ich związku z zamknięciem negocjacji – odpowiedzi na pytania: dlaczego zamknięcie sprzedaży jest tak ważne oraz jakie są powszechnie używane techniki zamykania sprzedaży – (w parach) dialog sterowany nt. sposobu zamknięcia sprzedaży wykorzystanego przez kobietę i ulubionych technik zamykania (odgrywanie ról dwojgiem sprzedawców, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia ze współpracownikiem o zamknięciu dużej sprzedaży, preferowanych technikach zamykania sprzedaży i sposobach zamykania sprzedaży (ćw. 8) **Pisanie:** – lista wskazówek (*list of closing tips*) dot. zamknięcia sprzedaży (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.5, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.7, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 5
		Tematy lekcji: 1. *Advice for Struggling Sales Professionals* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Was it difficult to close the deal?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – lista wskazówek (*list of closing tips*) dot. zamknięcia sprzedaży.			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**
		UNIT 6 – Commissions			
LEKCJE 13–14	str. 14–15 …… ……	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z prowizjami: *commission, flat sales commission, percentage commission, percentage, big ticket item, straight commission, base pay, salary, incentive, On-Target Earnings (OTE), bonuses* – rzeczowniki: *memo, policy, revenue, option, quota* – czasowniki: *announce, receive, opt, inform, exceed* – przymiotniki: *expensive, interested, same, pleased, additional, positive, valued* – przysłówek: *periodically* – zwroty, np. *What do you think of … ? I'm going to … . I like … .* – wyrażanie prośby o opinię, np. *What do you think? What's your opinion on … ? What is your opinion/view? Where do you stand on this matter? Do you think (that) … ?* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Memo to Sales Staff* (wiadomość do pracowników działu sprzedaży dot. zmian w polityce prowizyjnej) – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; dobieranie podanych wyrazów/wyrażeń do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między dwojgiem sprzedawców dot. otrzymanej wiadomości o zmianach w polityce prowizyjnej – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie:** – przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z prowizjami – odpowiedzi na pytania: jakie są plusy i minusy pracy tylko na prowizji od sprzedaży oraz jaka jest różnica między prowizją ryczałtową i prowizją procentową – (w parach) dialog sterowany nt. wiadomości otrzymanej przez sprzedawców i dot. zmian w polityce prowizyjnej (odgrywanie ról dwojga sprzedawców, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje sprzedawców rozmawia o wiadomości dotyczącej nowej polityki prowizyjnej, przedstawia swoje opinie na ten temat i swoje preferencje (ćw. 8) **Pisanie:** – oferta pracy (*job listing*) dla utalentowanego sprzedawcy zawierająca: opis stanowiska, wymagane doświadczenie i sposób wynagradzania (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 6
		Tematy lekcji: 1. *Memo to Sales Staff* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Are you going to opt for the straight commission plan?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – oferta pracy (*job listing*).			
LEKCJA 15	……	**Temat lekcji:** 1. Powtórka materiału. / Test.			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO-WY**
	UNIT 7 – Sales Presentations				
LEKCJE 16–17	str. 16–17 …… ……	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z prezentacją produktów: *topic, outline, memorize, verbatim, body language, eye contact, glance, bore, audience, move on, summarize* – rzeczowniki: *pitch, impression, tip, key point, slide, attention, note, posture, feature* – czasowniki: *annoy, waste, avoid, fold* – przymiotniki: *stressful, strong, natural, important, open, sure, quick* – przysłówki: *briefly, importantly* – zwroty, np. *It went … . You might want to … . I'd make … .* – udzielanie rad, np. *You should … . You ought to/ might want to … . Why don't you … ? If I were you, I would … . My advice is to … . I advise you to … . I'd … .* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *The Sales Pitch* (artykuł nt. tego, jak zrobić dobre wrażenie podczas prezentacji produktów) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów/ wyrażeń do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między sprzedawcą i kierowniczką dot. prezentacji produktów – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie i pisanie:** – (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.) **Mówienie:** – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z prezentacją produktów – odpowiedzi na pytania: jakie znaczenie w prezentacji ma język ciała oraz w jaki sposób akceptowalny język ciała różni się w zależności od kraju – (w parach) dialog sterowany nt. prezentacji produktów (odgrywanie ról sprzedawcy i kierowniczki, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z kierownikiem o swojej prezentacji, co poszło mu dobrze, a co można poprawić (ćw. 8) **Pisanie:** – notatki sprzedawcy (*salesperson's notes*) zawierająca informacje: co poszło dobrze w prezentacji, a co należy poprawić (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.3, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 7
		Tematy lekcji: 1. *The Sales Pitch* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *I'm glad I could make it* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – notatki sprzedawcy (*salesperson's notes*) dot. prezentacji.			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**
		UNIT 8 – Consumer Problems			
LEKCJE 18–19	str. 18–19 ……. …….	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z problemami klientów: *resistant, suggest, redirect, objection, repeat, suspicious, hard facts, doubt, change of heart, buyer's remorse, remind, waver, draw out* – rzeczowniki: *career, blog, challenge, conversation, trust, return policy, situation, contact information* – czasowniki: *argue, relate, address, clarify, encourage, resolve, cause, end, consider* – przymiotniki: *necessary, open, honest, concerned* – przysłówki: *unnecessarily, professionally* – zwroty, np. *Have you made a decision? Could I remind you of … ? That sounds great.* – przypominanie, np. *Don't forget to … . Remember to … . Keep in mind … . Let me/ Could I remind you (that/of) … . Make sure to … . Did you remember to … ?* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Selling as a Career* (wpis na blogu ze wskazówkami dotyczącymi „ratowania" sprzedaży) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; zastępowanie wyróżnionych fragmentów zdań wyrazami/wyrażeniami o podobnym znaczeniu (uzupełnianie brakujących liter); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między sprzedawczynią i klientem, któremu próbuje sprzedać produkt – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie:** – przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z problemami klientów – odpowiedzi na pytania: dlaczego klient może mieć wątpliwości dotyczące produktu oraz dlaczego klient może być podejrzliwy w stosunku do sprzedawcy – (w parach) dialog sterowany nt. sprzedaży produktu (odgrywanie ról sprzedawczyni i klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z klientem o produkcie, który chce mu sprzedać, o wątpliwościach klienta dot. produktu i korzyściach zw. z zakupem (ćw. 8) **Pisanie:** – lista wskazówek dot. sprzedaży (*a list of sales tips*) (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.5, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 8
		Tematy lekcji: 1. *Selling as a Career* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *So, have you made a decision?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – lista wskazówek dot. sprzedaży (*a list of sales tips*).			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO-WY**
	UNIT 9 – Promotions and Sales				
LEKCJE 20–21	str. 20–21 ……. …….	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z promocjami i wyprzedażami: *promotion, sale, half-off, BOGO, rebate, discount event, giveaway, contest, balloon, flyer, coupon* – rzeczowniki: *furniture, couch, chair, full price, publicity* – czasowniki: *boost, offer, prefer, attract, distribute, publish* – przymiotnik: *selected* – zwroty, np. *I saw your … . What sort of discount … ? Are you sure … ?* – upewnianie się, np. *How certain are you … ? Are you sure? Is … likely to … ? Is it certain/probable/likely/ possible … ?* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Promotions and Sales* (e-mail nt. wyprzedaży w celu zwiększenia sprzedaż mebli) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między sprzedawczynią i klientem dot. szczegółów bieżącej promocji – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie i pisanie:** – (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.) **Mówienie:** – opisywanie ilustracji + określanie ich związku z promocjami i wyprzedażami – odpowiedzi na pytania: jakie są powszechnie stosowane promocje sprzedaży oraz jakie są sposoby przyciągnięcia klientów na promocje – (w parach) dialog sterowany nt. szczegółów bieżącej promocji (odgrywanie ról sprzedawczyni i klienta, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których sprzedawca rozmawia z klientem o promocji w swoim sklepie, szczegółach tej promocji i produktach, którymi klient jest zainteresowany (ćw. 8) **Pisanie:** – ulotka (*flyer*) z zaproszeniem na wielką wyprzedaż w salonie meblowym (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.5, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 9
		Tematy lekcji: 1. *Promotions and Sales* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Are you looking for any furniture?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – ulotka (*flyer*) nt. wyprzedaży.			
LEKCJA 22	…….	**Temat lekcji:** 1. Powtórka materiału. / Test.			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO-WY**
	UNIT 10 – Sales Forecasts				
LEKCJE 23–24	str. 22–23 …… ……	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z prognozą sprzedaży: *predict, comparison, past sales, contract, volume, estimate, existing, expect, seasonal trend* – rzeczowniki: *pattern, data, electronics, period* – czasowniki: *indicate, fall, increase, decline* – przymiotnik: *favorable* – przysłówki: *monthly, typically* – zwroty, np. *How can we … ? We could try … . That's probably … .* – sugerowanie, proponowanie, np. *Let's … . Shall we … ? We could … . What/How about … ? We might (perhaps) … . Why not … ? Why don't we … ?* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Annual Sales Forecast Summary* (raport dot. prognozy sprzedaży na kolejne 12 miesięcy) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami; dobieranie podanych wyrazów/wyrażeń do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między dwojgiem menadżerów dot. prognozy sprzedaży i trendów sezonowych – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie:** – przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionej na ilustracji + określanie ich związku z prognozowaniem sprzedaży – odpowiedzi na pytania: w jaki sposób prognozy sprzedaży mogą pomagać sprzedawcom i firmom oraz jakie informacje mogą być pomocne w opracowywaniu prognozy sprzedaży – (w parach) dialog sterowany nt. prognozy sprzedaży i trendów sezonowych (odgrywanie ról dwojga menadżerów, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje menadżerów rozmawia o prognozie sprzedaży, trendach sezonowych i co firma powinna zrobić w odpowiedzi na taką prognozę (ćw. 8) **Pisanie:** – wiadomość (*memo*) w odpowiedzi na raport nt. sprzedaży i prognozy na przyszłość z sugestiami zmian dot. sprzedaży, jakie można wprowadzić (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.3, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.3, 4b.6, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 10
		Tematy lekcji: 1. *Annual Sales Forecast Summary* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Have you read the sales forecast?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – notatka służbowa (*memo*) dot. raportu ze sprzedaży.			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO-WY**
	UNIT 11 – Networking				
LEKCJE 25–26	str. 24–25 ……. …….	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z nawiązywaniem kontaktów (networkingiem): *networking, business card, exchanging contact information, conference, face-to-face, social networking, business lunch, social gathering, referral* – rzeczowniki: *beginning, executive, interaction, situation, promotion* – czasowniki: *enter, imagine, approach, jump, chat* – przymiotniki: *intimidating, easy, high-powered, nervous, casual, important* – zwroty, np. *Let's exchange … . Here's my … . I might have a … for you.* – wyrażanie możliwości, np. *There's a good chance … . I predict … . I expect … . I hope … . I may/might/could … . That's (certainly) a possibility. It's probable/ possible. I am/ It is likely to … . I will probably/possibly … .* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Effective Networking Skills for Beginners* (artykuł z czasopisma nt. wykorzystania kontaktów do efektywnej pracy w biznesie) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między dwojgiem sprzedawców dot. wymiany danych kontaktowych – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie i pisanie:** – (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.) **Mówienie:** – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z nawiązywaniem kontaktów (*networking*) – odpowiedzi na pytania: dlaczego *networking* jest ważny dla ludzi biznesu oraz jakie są powszechne strategie nawiązywania kontaktów biznesowych – (w parach) dialog sterowany dot. wymiany danych kontaktowych (odgrywanie ról dwojga sprzedawców, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których dwoje sprzedawców rozmawia o swoich firmach, danych kontaktowych oraz kliencie, któremu jeden z rozmówców przekazał kontakt do drugiego (ćw. 8) **Pisanie:** – e-mail (*email*) z podziękowaniem za skierowanie dobrego klienta i zaproszeniem na obiad służbowy (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.6, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 11
		Tematy lekcji: 1. *Effective Networking Skills for Beginners* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *How are things at Anderson Electronics?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – e-mail (*email*).			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**
	UNIT 12 – Motivation Techniques				
LEKCJE 27–28	str. 26–27 …… ……	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z technikami motywacyjnymi: *motivate, staff, recognize, of the month, offering, bonus, achievement, contest, award, reward, perk, commission, appreciation, hard work* – rzeczowniki: *idea, line, meeting, reward, winner, vacation, solution, percentage, change* – czasowniki: *raise, run by, reduce, sell, consider, show, benefit* – przymiotniki: *new, simple, monetary, overall, easy, low cost* – zwroty, np. *Did you get … ? I'd prefer to … . You're right.* – zgadzanie się, np. *Yes, … . I (quite) agree. That's/You're right. That's correct. Indeed. Exactly. Of course. I agree with you (there). Certainly. (Yes), I think/believe so.* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Motivation Techniques* (e-mail nt. technik motywacyjnych, które mogą pomóc firmie zwiększyć sprzedaż komputerów) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; dobieranie podanych wyrazów do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między menadżerką i właścicielem firmy dot. pomysłów na zwiększenie sprzedaży i opinii właściciela na ten temat – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie:** – przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z technikami motywacyjnymi – odpowiedzi na pytania: dlaczego ważne jest motywowanie pracowników oraz jakie są efektywne strategie motywacyjne – (w parach) dialog sterowany nt. pomysłów na zwiększenie sprzedaży i opinii właściciela na ten temat (odgrywanie ról menadżerki i właściciela firmy, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których menadżer rozmawia z właścicielem firmy o strategiach motywacyjnych, przedstawia mu pomysły dot. motywowania pracowników, określa, które z nich poleca oraz uzasadnia, dlaczego jego pomysł jest najlepszy (ćw. 8) **Pisanie:** – ogłoszenie zmian w polityce sprzedaży (*an announcement of policy changes*) przedstawiające korzyści, jakie te zmiany przyniosą (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.4, 4a.6, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 12
		Tematy lekcji: 1. *Motivation Techniques* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Did you get my ideas on improving sales?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – ogłoszenie zmian w polityce sprzedaży (*an announcement of policy changes*).			
LEKCJA 29	……	**Temat lekcji:** 1. Powtórka materiału. / Test.			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKOWY**
	UNIT 13 – Sales Territories				
LEKCJE 30–31	str. 28–29 ……. …….	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z obszarami sprzedaży: *sales force coverage, district, responsible for, region, under-serviced, workload, buying power, sales territory, over-serviced, sales potential, balance* – rzeczowniki: *advantage, area, opportunity, coverage, operating cost, lack, lead, district, territory* – czasowniki: *adjust, leave, complain, transfer, create* – przymiotniki: *heavy, worried, stressful, high, glad, better* – przysłówki: *currently, unnecessarily, hopefully* – zwroty, np. *We'd like to … . Would you be interested? Can I think about it?* – pytanie o zainteresowanie, np. *Are you interested in … ? Would you be interested in … ? Does … interest you ? Do you find … interesting?* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Sales Territories* (dwa e-maile dot. nierównego zasięgu działalności) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów/wyrażeń; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między menadżerem i sprzedawczynią dot. przeniesienia do innej dzielnicy, która ma większy potencjał sprzedażowy i jest w niej zbyt mało sprzedawców – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie i pisanie:** – (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.) **Mówienie:** – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z obszarami sprzedaży – odpowiedzi na pytania: czego mogą doświadczać sprzedawcy pracujący na terenie z niewystarczającą obsadą oraz ci pracujący na terenie z nadmierną obsadą – (w parach) dialog sterowany nt. zmiany obsługiwanego obszaru (odgrywanie ról menadżera i sprzedawczyni, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których menadżer rozmawia ze sprzedawcą o zasięgu sprzedaży, redystrybucji zasięgów sprzedaży między dzielnicami i przeniesieniu pracownika do pracy w innej dzielnicy (ćw. 8) **Pisanie:** – zapisy dotyczące terytoriów sprzedaży (*sales territory records*) zawierające informacje o aktualnej obsadzie i potrzebnych zmianach (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.5, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 13
		Tematy lekcji: 1. *Sales Territories* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Would you be interested?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – zapisy dot. obszarów sprzedaży (*sales territory records*).			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO-WY**
	UNIT 14 – Sales Ethics				
LEKCJE 32–33	str. 30–31 …… ……	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane z etyką sprzedaży: *hard sell, ethics, lie, manipulate, repeat business, reputation, priority, harass, push, bully, coerce, in the long run, damaging* – rzeczowniki: *violation, quality, damaging* – czasowniki: *require, let, stress, discover, return, lose, imagine* – przymiotniki: *positive, late, bad* – przysłówek: *eventually* – zwroty, np. *I fought so hard … ! What do you mean? That doesn't mean you should … .* – wyrażanie prośby o wyjaśnienie, np. *What do you mean? What does X mean? What do you mean by X? What is X? Could you explain that, please?* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Ethics* (podręcznik pracownika: rozdział dot. etyki) – zadanie typu P/F; dobieranie definicji do podanych wyrazów; uzupełnianie luk w zdaniach podanymi wyrazami/ wyrażeniami; odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa między menadżerem i sprzedawczynią dot. wymuszenia na klientce zakupu i konsekwencji takiego postępowania – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie i pisanie:** – (w grupach) burza mózgów nt. słownictwa związanego z tematyką rozdziału (2 min.) **Mówienie:** – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionych na ilustracjach + określanie ich związku z etyką sprzedaży – odpowiedzi na pytania: jakie są nieetyczne metody prowadzenia sprzedaży oraz jaka jest wada korzystania z nieetycznych metod prowadzenia sprzedaży – (w parach) dialog sterowany nt. konsekwencji zmuszenia klientki do zakupu produktu (odgrywanie ról menadżera i sprzedawczyni, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których menadżer rozmawia ze sprzedawcą o jego ostatniej sprzedaży, jak ta sprzedaż naruszyła zasady etyki sprzedaży i jakie są tego konsekwencje (ćw. 8) **Pisanie:** – list (*letter*) od klienta ze skargą na nieetyczne postępowanie sprzedawcy i konsekwencjach takiego postępowania (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.1, 3b.2, 3b.3, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.3, 4b.7, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 14
		Tematy lekcji: 1. *Ethics* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *It was good, right?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – list (*letter*) od klienta.			

	STRONA DATA*	ZNAJOMOŚĆ ŚRODKÓW JĘZYKOWYCH	ROZUMIENIE WYPOWIEDZI & PRZETWARZANIE WYPOWIEDZI	TWORZENIE WYPOWIEDZI & REAGOWANIE NA WYPOWIEDZI	MATERIAŁ DODATKO-WY**
	UNIT 15 – Internet Sales				
LEKCJE 34–35	str. 32–33 …… ……	**Leksyka i tematyka:** – słownictwo związane ze sprzedażą internetową: *e-commerce, shopping cart, checkout, log in, username, password, security questions, locked out, reset, encrypted, access, PIN, privacy policy* – rzeczowniki: *FAQ, purchase, button, order, link, service, permission, detail* – czasowniki: *confirm, access, enter, forget, share, guess* – przymiotniki: *simple, secure, incorrect* – przysłówek: *additionally* – zwroty, np. *I have an account, but … . I thought I was … . Did you say … ?* – wyrażanie prośby o potwierdzenie, np. *Did you say/mean … ? What do/did you say/mean? Do you mean to say that … ? Do you mean … ? So what you're saying is … . So what are you saying?* **1.1, 6a.1, 6a.4, 6a.5**	**Czytanie, słuchanie i mówienie:** – *Online Sales FAQs* (odpowiedzi na często zadawane pytania) – odpowiedzi na pytania (wybór wielokrotny); dobieranie definicji do podanych wyrazów; dobieranie podanych wyrazów/ wyrażeń do luk w parach zdań (2 opcje); odpowiedź na pytanie otwarte **Słuchanie, czytanie i pisanie:** – rozmowa telefoniczna między przedstawicielem firmy i klientką, która prosi o pomoc w odblokowaniu dostępu do konta – zadanie typu P/F; uzupełnianie luk w dialogu **2a.1, 2a.2, 2b.1, 2b.2, 5.3, 6c.3, 6d.5, 6d.6**	**Mówienie:** – przewidywanie słownictwa związanego z tematyką rozdziału – opisywanie ilustracji i czynności przedstawionej na ilustracji + określanie ich związku ze sprzedażą internetową – odpowiedzi na pytania: dlaczego bezpieczeństwo informacji jest ważne w przypadku sprzedaży przez internet oraz jak sprzedawcy internetowi mogą chronić informacje o klientach – (w parach) dialog sterowany nt. pomocy przy odblokowaniu dostępu do konta klientki (odgrywanie ról przedstawiciela firmy i klientki, na podstawie dialogu w ćw. 7) – (w parach) odgrywanie własnych dialogów, w których przedstawiciel biura obsługi klienta rozmawia z klientem o problemie z jego kontem, dlaczego zostało ono zablokowane i zadaje mu pytania bezpieczeństwa (ćw. 8) **Pisanie:** – strona z często zadawanymi pytaniami (*a FAQs page for website offering e-commerce*) na stronie internetowej oferującej e-biznes (na podstawie ćw. 8) **3a.1, 3a.2, 3a.3, 3a.4, 3a.5, 3b.2, 3b.4, 3b.5, 4a.1, 4a.2, 4a.3, 4a.7, 4a.8, 4b.2, 4b.3, 4b.4, 4b.8, 5.1, 6b.2, 6d.6**	**SB Book 2, Glossary** – str. 34–39 **DigiBook** – Unit 15
		Tematy lekcji: 1. *Online Sales FAQs* – słownictwo, praca z tekstem. 2. *Did you enter your password incorrectly a few times?* – ćwiczenia w słuchaniu i mówieniu. Pisanie – strona z często zadawanymi pytaniami (*FAQs page*).			
LEKCJA 36	……	**Temat lekcji:** 1. Powtórka materiału. / Test.			