

WYDZIAŁ ELEKTRYCZNY

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa w języku polskim:	Język obcy A1 lub A2
Nazwa w języku angielskim:	Foreign language A1 or A2
Kierunek studiów (jeśli dotyczy):	Elektrotechnika
Specjalność (jeżeli dotyczy):	Elektrotechnika Przemysłowa
Stopień studiów i forma:	II stopień, stacjonarna
Rodzaj przedmiotu:	wybieralny / ogólnouczelniany
Kod przedmiotu:	JZL100710BK
Grupa kursów:	NIE

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU):		45			
Liczba godzin zajęć całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS):		60			
Forma zaliczenia:		zaliczenie na ocenę			
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X):					
Liczba punktów ECTS:		2			
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P):		2			
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK):		1.40			

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

CELE PRZEDMIOTU

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ

Z zakresu wiedzy:

Z zakresu umiejętności:

PEU_U01 xx

PEU_U02 xx

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEU_K01 xx

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć - ćwiczenia		liczba godzin:
Ćw1	xx	45
suma godzin:		45

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Oceny <i>F - formująca w trakcie semestru P - podsumowująca na koniec semestru</i>	Numer efektu uczenia się	Sposób oceny osiągnięcia efektu uczenia się
---	--------------------------	---

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA
--

LITERATURA PODSTAWOWA:

- | |
|--|
| <div><div>[1]</div><div>B. Klimczak, Etyka gospodarcza, Wrocław 1996.</div></div> <div><div>[2]</div><div>P. M. Minus, Etyka w biznesie, Warszawa 1995.</div></div> <div><div>[3]</div><div>E. Sternberg, Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu, Warszawa 1998.</div></div> |
|--|

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- | |
|--|
| <div><div>[1]</div><div>G. D. Chrissides, J. H. Kaler, Wprowadzenie do etyki biznesu, Warszawa 1999.</div></div> <div><div>[2]</div><div>A. Chaufen, Kradzież a rozwój gospodarczy, Warszawa 2006.</div></div> <div><div>[3]</div><div>C. Porębski, Czy etyka się opłaca, Kraków 1997.</div></div> <div><div>[4]</div><div>Podstawy marketingu, pod red. J. Altkorna, Kraków 2004.</div></div> <div><div>[5]</div><div>M. Bąk, P. Kulawczuk, A. Szcześniak, Strategia polskiego biznesu wobec korupcji, Warszawa 2001.</div></div> |
|--|

OPIEKUN PRZEDMIOTU

,
