# **KARTA KURSU**

# **Język specjalistyczny: handel i turystyka**

# *(nazwa specjalności)*

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Język reklamy |
| Nazwa w j. ang. | *The language of advertising* |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kod |  | Punktacja ECTS\* | 2 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | dr Adam Karpiński | Zespół dydaktyczny  dr Elżbieta Kossakowska |

Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Celem kursu jest nabycie przez studenta wiedzy dotyczącej rosyjskiego języka reklamy, zapoznanie studenta z podstawowymi pojęciami marketingu. Student poznaje strukturę ogłoszeń reklamowych oraz zyskuje umiejętność samodzielnego redagowania reklamy w języku rosyjskim. |

Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza | System gramatyczny języka rosyjskiego. Podstawowa leksyka biznesowa. |
| Umiejętności | Umiejętność posługiwania się językiem rosyjskim i rosyjskim językiem biznesowym na poziomie II roku licencjatu. |
| Kursy | Praktyczna nauka języka rosyjskiego. Słownictwo języka handlowego. Podstawy rozmów handlowych. |

Efekty kształcenia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01 ma podstawową wiedzę dotyczącą specyfiki języka reklam, języka handlowego | B1\_W04 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01 potrafi przeprowadzić analizę tekstów reklamowych  U02 potrafi wyróżnić elementy stylu reklamy we współczesnym języku rosyjskim | B1\_U03  B1\_U02 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01 rozumie potrzebę rozwijania kompetencji w dziedzinie rosyjskiego języka specjalistycznego  K02 potrafi współdziałać i pracować w zespole | B1\_K01  B1\_K03 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Organizacja | | | | | | | | | | | | | |
| Forma zajęć | Wykład  (W) | Ćwiczenia w grupach | | | | | | | | | | | |
| A |  | K |  | L |  | S |  | P |  | E |  |
| Liczba godzin |  |  | | 45 | |  | |  | |  | |  | |
|  |  |  | |  | |  | |  | |  | |  | |

Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| wykład konwersatoryjny, dyskusja, metody aktywizujące, inscenizacje, analiza tekstów użytkowych, ćwiczenia translacyjne |

Formy sprawdzania efektów kształcenia

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Gry dydaktyczne | Projekt indywidualny | Projekt grupowy | Udział w dyskusji | Praca pisemna (esej) |
| W01 | + | + | + | + | + |
| U01 | + | + | + | + | + |
| U02 | + | + | + | + | + |
| K01 | + | + | + | + |  |
| K02 | + |  | + | + |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | zaliczenie: praca studenta na zajęciach (50%), praca zaliczeniowa (50%) |

|  |  |
| --- | --- |
| Uwagi |  |

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| 1. Definicja reklamy. Rodzaje reklamy (internetowa, telewizyjna, prasowa, radiowa, billboard, reklama tranzytowa, spam, reklama niestandardowa) i sposoby jej rozmieszczenia. 2. Znaczenie reklamy w handlu. 3. Klasyfikacja twórczości reklamowej (cel reklamy, przedmiot reklamy, nośnik reklamy). 4. Historia reklamy. Ewolucja reklamy na świecie i w Rosji. 5. Funkcje języka w reklamie. Perswazja i manipulacja w reklamie. 6. Semantyka reklamy. Środki językowe w reklamie. Nazwa w reklamie. 7. Analiza języka reklamy na wybranych przykładach. 8. Reklama jako forma komunikacji. Struktura ogłoszenia reklamowego. 9. Kampania reklamowa w prasie. Reklama umieszczana w prasie zagranicznej. 10. Reklama w mediach. Reklama radiowa i telewizyjna. 11. Reklama w Internecie. Wykorzystanie mediów społecznościowych w reklamie. 12. Praca specjalisty ds. reklamy. Działalność agencji reklamowych. 13. Redagowanie ogłoszenia reklamowego. 14. Redagowanie oferty reklamowej przesyłanej firmom. 15. Reklama w rosyjskiej rzeczywistości. Dialog reklamy z kulturą rosyjską. |

Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| 1. L. Fast, M. Zwolińska, *Biznesmeni mówią po rosyjsku. Русский язык в деловой среде*, Warszawa 2010. 2. Grzegorz Ziętala, *Interkulturowa komunikacja ustna w polsko-rosyjskiej firmie*, Rzeszów 2006. 3. Z. Kułyk, M. Stefanów, Rosyj*ski język handlowy. Materiały do ćwiczeń dla studentów filologii rosyjskiej*, Kraków 1996. 4. Sergiusz Chwatow, R. Hajczuk, *Русский язык в бизнесе*, Warszawa 2000. 5. Natalia Bondar, Sergiusz Chwatow, *Бизнес-контакт 1*, Warszawa 2012. 6. E. Szczęsna, *Poetyka reklamy*, Warszawa 2003. 7. J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, Gdańsk 2004. 8. *Język w marketingu*, pod red. Kazimierza Michalewskiego, Łódź 2008. 9. R. Skiba, M. Szczepaniak, *Деловая речь*, Warszawa 1998. 10. Materiały własne wykładowcy. 11. Artykuły z Internetu:   Е. С. Кара-Мурза, „*Дивный новый мир” российской рекламы: социокультурные, стилистические и культурно-речевые аспекты*, 2000, [w:] http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/advertizing/ |

Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| 1. I. Kienzler, *Коммерческая корреспонденция. Wzory rosyjskich listów handlowych z tłumaczeniami*, Gdynia 1995. 2. *Русский язык в деловой коммуникации. Język rosyjski w komunikacji biznesowej*, red. E. Koriakowcewa, Siedlce 2012. 3. Ludwika Jochym-Kuszlikowa, Elżbieta Kossakowska, *Rosyjsko-polski słownik handlowy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Kraków 1996. |

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ilość godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład |  |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 45 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 1 |
| Ilość godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć |  |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 2 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 2 |
| Przygotowanie do egzaminu |  |
| Ogółem bilans czasu pracy | | 50 |
| Ilość punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | | 2 |