

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2024-2027

(skrajne daty)

Rok akademicki 2026/2027

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Rosyjska marka handlowa
Kod przedmiotu*	
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Katedra Rusycystyki
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Katedra Rusycystyki
Kierunek studiów	filologia rosyjska
Poziom studiów	studia I stopnia
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarna
Rok i semestr/y studiów	III/6
Rodzaj przedmiotu	specjalnościowy
Język wykładowy	rosyjski
Koordinator	dr Małgorzata Dziedzic
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr Katarzyna Buczek , mgr Anna Toczyńska-Pęksa,

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt ECTS
6	15								1

1.2. Sposób realizacji zajęć

- zajęcia w formie tradycyjnej
 zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu /modułu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

Zaliczenie z oceną po semestrze 6.

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Zaliczony 5 semestr studiów na specjalności język rosyjski i angielski w biznesie.

3. CELE, EFEKTY KSZTAŁCENIA, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE**3.1 Cele przedmiotu/modułu**

C1	zapoznanie studentów z najważniejszymi markami radzieckimi i rosyjskimi, z rodzajami
----	--

	produkowanych wyrobów, nazwami i charakterystyką producentów marek.
C2	zapoznanie studentów z leksyką specjalistyczną z zakresu terminologii gospodarczej w języku rosyjskim.

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu podstawową terminologię filologiczną właściwą dla specjalności język biznesu	K_Wo3
EK_02	Student potrafi posługiwać się językiem rosyjskim na poziomie B2+ ESOKJ (Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego), w tym różnymi jego rejestrami	K_Uo8
EK_03	Student krytycznie ocenia posiadaną wiedzę i odbierane treści	K_Ko1
EK_04	Student uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięga opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	K_Ko2
EK_05	Student jest przygotowany do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych oraz dbania o dorobek i tradycje zawodu	K_Ko6

3.3 Treści programowe (wypełnia koordynator)

B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

Treści merytoryczne
Podstawowe pojęcia: trademark - „торговая марка”, „торговый знак”; „товарный знак”, „фирменный знак”, „бренд”, „логотип”, „слоган”, „брендинг”
Marki radzieckie
Marki rosyjskie: marki alkoholowe; marki samochodowe; marki spożywcze; marki kosmetyczne; marki papierosów; marki odzieżowe; banki; marki przemysłowo-energetyczne; marki - symbole kultury rosyjskiej.

3.4 Metody dydaktyczne

Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, filmów rosyjskich, Internetu.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów kształcenia

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

Symbol efektu	Metody oceny efektów kształcenia (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...)
EK_01	Pisemne kolokwium zaliczeniowe	w.
EK_02	Pisemne kolokwium zaliczeniowe	w.
EK_03, EK_04, EK_05	obserwacja w trakcie zajęć	w.

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

<p>Zaliczenie na podstawie kolokwium pisemnego. Kryteria oceny kolokwium: 0% - 59,5% - ndst 60%-69,5 %- dst 70%-78,5% - plus dst 79%-86,5% - db 87%-93,5% - plus db 94%-100% - bdb</p>
--

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z harmonogramu studiów	15
Inne z udziałem nauczyciela (udział w konsultacjach)	2
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć.)	8
SUMA GODZIN	25
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	1

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	-
zasady i formy odbywania praktyk	-

7. LITERATURA

<p>Literatura podstawowa: G. A.Ziętala, <i>Rosyjska marka handlowa. Российский торговый бренд, Nowy Sącz 2017</i> Березин И., <i>50 российских брендов – бестселлеров «держат» 6% рынка</i>, http://www.romir.ru</p>
<p>Literatura uzupełniająca: Name is Money. The most valued brands in Russia, www.interbrand.com/images/studies/BusinessWeek_Russia_e.pdf Marketing w Rosji, http://cmo.cxo.pl/cgi-bin/ Письменная Е., Ковалевский А., Баунов А., <i>Брендовая концепция</i>, http://www.runewsweek.ru/economics/8695/</p>

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej