*Załącznik nr 4 do Zarządzenia Nr RD/Z.0201-2/2018*

# KARTA KURSU

Przekładoznawstwo

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | **Tłumaczenie specjalistyczne: marketing i zarządzanie** |
| Nazwa w j. ang. | Special translation: marketing and management |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kod |  | Punktacja ECTS\* | 3 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | Katedra Przekładoznawstwa | Zespół dydaktyczny |

Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Celem kursu jest nabycie przez studenta wiedzy dotyczącej rosyjskiego języka marketingu i zarządzania oraz tłumaczenia tekstów z tych dziedzin. |

Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza | Student zna podstawową terminologię z zakresu filologii, ma uporządkowaną wiedzę ogólną obejmującą terminologię, teorie i metodologię z zakresu filologii |
| Umiejętności | Student potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje z zakresu filologii z wykorzystaniem różnych źródeł i sposobów, posiada podstawowe umiejętności badawcze, obejmujące formułowanie i analizę problemów badawczych w zakresie językoznawstwa i literaturoznawstwa oraz kultury i historii krajów danego obszaru językowego |
| Kursy | Pragmatyka przekładu 1 |

Efekty kształcenia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| **W01** ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu filologii  **W02** ma podstawową wiedzę o powiązaniach dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla filologii z innymi dziedzinami i dyscyplinami obszaru nauk humanistycznych | P1\_W04  P1\_W05 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| **U01** umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać profesjonalne umiejętności w zakresie translatoryki kierując się wskazówkami opiekuna naukowego | P1\_U03 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| **K01** potrafi współdziałać i pracować w grupie zawodowych tłumaczy, przyjmując w niej różne role  **K02** potrafi współdziałać i pracować w wielokulturowej grupie tłumaczy | P1\_K03  P1\_K04 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Organizacja | | | | | | | | | | | | | |
| Forma zajęć | Wykład  (W) | Ćwiczenia w grupach | | | | | | | | | | | |
| A |  | K |  | L |  | S |  | P |  | E |  |
| Liczba godzin |  |  | | 30 | |  | |  | |  | | E | |
|  |  |  | |  | |  | |  | |  | |  | |

Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| analiza stylistyczna tekstów użytkowych, ćwiczenia translacyjne, dyskusja nad wariantami tłumaczenia |

Formy sprawdzania efektów kształcenia

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | E – learning | Gry dydaktyczne | Ćwiczenia w szkole | Zajęcia terenowe | Praca laboratoryjna | Projekt indywidualny | Projekt grupowy | Udział w dyskusji | Referat | Praca pisemna (esej) | Egzamin ustny | Egzamin pisemny | Warsztaty |
| W01 |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  | + |  |
| U01 |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  | + |  |
| U02 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |
| K01 |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  |
| K02 |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | 20% projekt grupowy  20% udział w dyskusji  60% egzamin pisemny  sprawdzian leksykalny – 65% poprawnych odpowiedzi  tłumaczenie tekstów ekonomicznych – maksymalnie 6 błędów (stylistycznych, gramatycznych, leksykalnych, ortograficznych) |

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

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| Prezentacja zagadnienia – marketing  Prezentacja zagadnienia – zarządzanie  Przedsiębiorstwo, przedsiębiorca, reklama, marketing, zarządzanie  Strategie marketingowe  Strategie zarządzania |

Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| Artykuły z prasy i Internetu  Филип Котлер, Основы маркетинга. Москва 2007.  Роберт Чалдини, Психология влияния. «Эксмо», 1984, 1994, 2007, 2021.  Дэн Кеннеди, Жёсткий менеджмент: Заставьте людей работать на результат. «Альпина Диджитал», 2008. |

Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| Artykuły z prasy i Internetu  R. Skiba, M. Szczepaniak, 1998, Dełowaja *recz. Podręcznik z rozszerzonym zakresem słownictwa handlowo-menedżerskiego*, Warszawa, Wyd. REA  L. Jochym-Kuszlikowa, E. Kossakowska, 2009, *Biznes i gospodarka. Słownik rosyjsko -polski,* Warszawa, Wyd. Naukowe PWN  L. Jochym-Kuszlikowa, E. Kossakowska, 2009, *Biznes i gospodarka. Słownik polsko-rosyjski,* Warszawa, Wyd. Naukowe PWN  Дэвид Льюис, Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2015.  Воронов, Д. С., Динамическая концепция управления конкурентоспособностью предприятия. Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019.  Грейсон, Д. К., Американский менеджмент на пороге XXI века. Москва, Экономика, 1991. |

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ilość godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład |  |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 30 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 6 |
| Ilość godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 3 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 7 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 5 |
| Przygotowanie do egzaminu | 5 |
| Ogółem bilans czasu pracy | | 50 |
| Ilość punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | | 3 |