

## Język francuski specjalistyczny z zakresu z marketingu i reklamy

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> filologia romańska  <b>Specjalność</b> język francuski stosowany  <b>Jednostka organizacyjna</b> Instytut Neofilologii  <b>Poziom kształcenia</b> II stopnia  <b>Forma studiów</b> studia stacjonarne  <b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki		<b>Cykl dydaktyczny</b> 2025/2026  <b>Forma zaliczenia</b> Zaliczenie na ocenę  <b>Języki wykładowe</b> polski  <b>Obligatoryjność</b> Obowiązkowy  <b>Blok zajęciowy</b> Przedmioty specjalnościowe
<b>Autor sylabusu</b>	Halina Chmiel-Bożek	
<b>Prowadzący</b>	Halina Chmiel-Bożek	
<b>Okres</b> Semestr 2	<b>Forma zaliczenia</b> Zaliczenie na ocenę  <b>Forma prowadzenia i godziny zajęć</b> • Ćwiczenia audytoryjne: 30, Zaliczenie na ocenę	<b>Liczba punktów ECTS</b> 4

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

Kod	Cel
C1	Celem zajęć jest zaznajomienie studentów ze słownictwem specjalistycznym z zakresu marketingu i reklamy, przekazanie podstawowej wiedzy teoretycznej dotyczącej marketingu i reklamy oraz rozwijanie praktycznych umiejętności w zakresie analizy i tworzenia tekstów marketingowych i reklamowych.

## Wymagania wstępne

Wiedza: Ogólna wiedza z zakresu języka francuskiego zdobyta w dotychczasowej edukacji

Umiejętności: Znajomość języka francuskiego na poziomie zaawansowanym B2+

Kursy: Ukończenie studiów I stopnia

## Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
<b>Wiedzy</b>			
W1	Student posiada pogłębioną wiedzę na temat słownictwa specjalistycznego z zakresu marketingu i reklamy, którą jest w stanie rozwijać i twórczo stosować w działalności profesjonalnej	JFC_W01, K2_W01	Zaliczenie pisemne, Ćwiczenia w szkole
W2	Student posiada pogłębioną wiedzę i zrozumienie metod analizy, interpretacji, wartościowania i problematyzowania tekstów o marketingu i reklamie oraz tekstów marketingowych i reklamowych	K2_W05	Projekt grupowy
<b>Umiejętności</b>			
U1	Student wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i użytkuje informacje z zakresu marketingu i reklamy z wykorzystaniem różnych źródeł oraz formułuje na tej podstawie krytyczne sądy	K2_U01	Projekt grupowy, Ćwiczenia w szkole
U2	Przeprowadza krytyczną analizę i interpretację różnych tekstów o marketingu i reklamie oraz tekstów marketingowych i reklamowych	K2_U05	Projekt grupowy, Ćwiczenia w szkole
U3	Przygotowuje wystąpienia ustne i prezentacje w języku francuskim z zakresu marketingu i reklamy	K2_U10	Projekt grupowy, Ćwiczenia w szkole
<b>Kompetencji społecznych</b>			
K1	Krytycznie ocenia odbierane treści francuskim z zakresu marketingu i reklamy	K2_K04	Ćwiczenia w szkole

## Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu	Formy prowadzenia zajęć
1.	Fondements du marketing (démarche marketing, positionnement, marque) Analyse du marché (facteurs psychologiques et comportements d'achats, études de marchés) Produit (classification des produits, design) Prix et distribution (stratégies de prix et de distribution) Communication (communication média et hors média, campagnes publicitaires, clés de l'efficacité du marketing)	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Ćwiczenia audytoryjne

## Informacje rozszerzone

<b>Forma prowadzenia zajęć</b>	<b>Metody prowadzenia zajęć</b>
Ćwiczenia audytoryjne	Wykład, Dyskusja, Praca w grupie

<b>Forma prowadzenia zajęć</b>	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>
Ćwiczenia audytoryjne	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest regularne i aktywne uczestnictwo w zajęciach, terminowe zaliczanie projektu grupowego (sporządzenie i prezentacja filmiku reklamowego lub innego materiału reklamowego na zadany temat) oraz zaliczenie testu kontrolnego z omawianych zagadnień.

## Literatura

### Obowiązkowa

1. Pihier S., Clair J. (2024), Le marketing, Paris: Nathan.
2. Penfornis J.-L. (2013), Vocabulaire progressif du français des affaires, Paris: CLE International.
3. Penfornis J.-L. (2017), Affaires.com. Français professionnel. Niveau avancé, Paris: CLE International.
4. Inne materiały i źródła internetowe wskazane przez prowadzącą.

### Dodatkowa

1. Penfornis J.-L. (2017), Affaires.com. Français professionnel. Niveau avancé. Cahier d'exercices, Paris: CLE International.
2. Podcasty: - My Marketing Podcast – francuski podcast o strategii marketingowej, branding, komunikacji itp. Apple Podcasts <https://podcasts.apple.com/rs/podcast/my-marketing-podcast-conseils-marketing-et-communication/id1508340551> - L'Effet Marketing – co tydzień analizowane kanały i działania marketingowe, reklama, SEO/SEA, B2B/B2C. Apple Podcasts <https://podcasts.apple.com/rs/podcast/leffet-marketing/id1645577212>
3. Studia przypadków / artykuły: - „20 campagnes publicitaires marquantes de 2024” – Blog du Modérateur BDM - „Études de cas de marketing d'influence réussies” – CreatorsJet CreatorsJet - Agenceshort – zbiór realnych kampanii francuskich, z danymi i wynikami agenceshort.fr - Site Sharethrough – przykłady kampanii online / reklamy native / video etc. fr.sharethrough.com

## Rozliczenie punktów ECTS

<b>Forma aktywności studenta</b>	<b>Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności</b>
Ćwiczenia audytoryjne	30
Przygotowanie do zajęć	30
Przygotowanie projektu	30
Przygotowanie do zaliczenia	10
Pozostałe godziny w kontakcie	5
Studiowanie literatury	15
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>	<b>Liczba godzin 120</b>

Liczba punktów ECTS	ECTS 4
---------------------	-----------

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
JFC_W01	zna i rozumie istnienie wielu leksyk specjalistycznych i branżowych w obrębie języka francuskiego
K2_K04	krytycznie ocenia odbierane treści
K2_U01	wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i użytkuje informację z wykorzystaniem różnych źródeł oraz formułuje na tej podstawie krytyczną opinię
K2_U05	przeprowadza krytyczną analizę i interpretację różnych rodzajów wytworów kultury, stosując oryginalne podejścia, uwzględniające nowe osiągnięcia humanistyki, w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego, miejsca w procesie historyczno-kulturowym
K2_U10	przygotowuje wystąpienia ustne i prezentacje w języku francuskim w zakresie filologii romańskiej
K2_W01	posiada pogłębioną i rozszerzoną wiedzę o specyfice przedmiotowej i metodologicznej w zakresie filologii, którą jest w stanie rozwijać i twórczo stosować w działalności profesjonalnej
K2_W05	posiada pogłębioną wiedzę i zrozumienie metod analizy, interpretacji, wartościowania i problematyzowania różnych wytworów kultury, właściwych dla wybranych tradycji, teorii lub szkół badawczych w zakresie filologii romańskiej