ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИМЕНИ А.С. ПУШКИНА»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической

работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.Н.Большаков

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

**ФТД.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОГО ПЕРЕВОДА**

Направление подготовки **45.03.02 Лингвистика**

Направленность (профиль) **Перевод и переводоведение**

(год начала подготовки – 2022)

Санкт-Петербург

2022

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции (или ее части) | Индикаторы компетенций (код и содержание) |
| ПК-3 | Владеет основными способами достижения эквивалентности в переводе и способностью применять основные приемы перевода | ИПК-3 * Знает формы переводческой эквивалентности;
* Умеет преодолевать сложности, возникающие при передаче лексических, фразеологических и грамматических единиц с иностранного языка на русский и наоборот;
* Владеет приемами перевода и способами достижения эквивалентности в переводе.
 |
| ПК-8 | Владеет системой лингвистических знаний, включающих в себя основные фонетические, лексические, грамматические явления, а также закономерности функционирования изучаемых языков, для решения профессиональных задач | * Знает фонетику, лексику и грамматику, а также закономерности функционирования родного и иностранного языков;
* Умеет лингвистически и коммуникативно грамотно строить фразы и тексты в процессе перевода с иностранного на родной и с родного на иностранный язык;
* Владеет навыками переключения с одного языка на другой в процессе перевода.
 |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: подготовить выпускника, знающего специфику перевода маркетинговых материалов и способного осуществлять их перевод.

**Задачи дисциплины**:

* ознакомление со спецификой и видами маркетинговых текстов;
* овладение нормами, принятыми в сфере маркетингового перевода;
* овладение навыками перевода рекламных текстов.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к факультативным дисциплинам программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

Очная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час |
|  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | 18 |
| в том числе: |  |
| Лекции | 8 | - |
| Лабораторные работы / Практические занятия (в т.ч. зачет) | -/10 | - |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 18 |
| **Вид промежуточной аттестации (зачет):** |  |
| контактная работа |  |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену |  |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в час. /з.е.)** | 36/1 |

Заочная форма обучения – не предусмотрена.

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Виды и специфика маркетинговых текстов |
| 2 | Предпереводческий анализ маркетингового текста |
| 3 | Основы копирайтинга, перевод слоганов и заголовков |
| 4 | Перевод маркетинговых текстов в сфере fashion retail |
| 5 | Перевод маркетинговых текстов в beauty-индустрии |

**4.2. Примерная тематика курсовых работ (проектов):**

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена учебным планом.

**4.3. Перечень занятий, проводимых в активной и интерактивной формах, обеспечивающих развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств. Практическая подготовка.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование блока (раздела) дисциплины | Занятия, проводимые в активной и интерактивной формах | Практическая подготовка |
| Форма проведения занятия | Наименование видов занятий |
| 1. | Виды и специфика маркетинговых текстов | Интерактивная лекция | Дискуссия | - |
| 2. | Предпереводческий анализ маркетингового текста | лабораторная работа | Совместное обсуждение | - |
| 3. | Основы копирайтинга, перевод слоганов и заголовков | лабораторная работа | Обсуждение и совместное редактирование переводов | - |
| 4. | Перевод маркетинговых текстов в сфере fashion retail | лабораторная работа | Обсуждение и совместное редактирование переводов | - |
| 5. | Перевод маркетинговых текстов в beauty-индустрии | лабораторная работа | Обсуждение и совместное редактирование переводов | - |

**5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:**

**5.1. Темы для творческой самостоятельной работы обучающегося**

Темы для творческой самостоятельной работы студента формулируются обучающимся самостоятельно, исходя из перечня тем занятий текущего семестра.

**5.2. Темы рефератов**

 Не предусмотрены программой.

**6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости:**

**6.1. Текущий контроль**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | № блока (раздела) дисциплины | Форма текущего контроля |
| 1 | Темы 1-5 | Устный опрос. Проверка письменных переводов |

**7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Авторы | Место издания | Год издания | Наличие |
| печатные издания | ЭБС (адрес в сети Интернет) |
| 1. | Мифология рекламы. Лингвистические и экстралингвистические аспекты на материале англоязычной рекламы | Пашкеева, И. Ю.  | азань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ) | 2015 |  | [https://biblioclub.ru/](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786) |
| 2. | Письменный перевод : учебное пособие | Евсюкова, Т. В.  | Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ) | 2019 |  | [https://biblioclub.ru/](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786) |
| 3. | Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы | Гришко, Н. Д. | Москва : Лаборатория книги | 2012 |  | [https://biblioclub.ru/](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786) |
| 4. | Рекламный дискурс и рекламный текст | науч. ред. Т. Н. Колокольцева | Москва : ФЛИНТА | 2021 |  | [https://biblioclub.ru/](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786) |

**8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

1. «НЭБ». Национальная электронная библиотека. – Режим доступа: [http://нэб.рф/](http://www.biblioclub.ru/)

2. «eLibrary». Научная электронная библиотека. – Режим доступа: [https://elibrary.ru](https://elibrary.ru/)

3. «КиберЛенинка». Научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

4. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – Режим доступа: [http://www.biblioclub.ru/](http://www.knigafund.ru/)

5. Российская государственная библиотека. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>

**9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

В ходе осуществления образовательного процесса используются следующие информационные технологии:

- средства визуального отображения и представления информации (LibreOffice) для создания визуальных презентаций как преподавателем (при проведении занятий) так и обучаемым при подготовке докладов для семинарского занятия.

- средства телекоммуникационного общения (электронная почта и т.п.) преподавателя и обучаемого.

- использование обучаемым возможностей информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» при осуществлении самостоятельной работы.

**9.1. Требования к программному обеспечению учебного процесса**

Для успешного освоения дисциплины, обучающийся использует следующие программные средства:

* Windows 10 x64
* MicrosoftOffice 2016
* LibreOffice
* Firefox
* GIMP

**9.2. Информационно-справочные системы (при необходимости)**

Не используются.

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Для изучения дисциплины используется следующее оборудование: аудитория, укомплектованная мебелью для обучающихся и преподавателя, доской, ПК с выходом в интернет, мультимедийным проектором и экраном.

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами (ПК с выходом в интернет и обеспечением доступа в электронно-информационно-образовательную среду организации).