

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт международных отношений
Отделение Высшая школа иностранных языков и перевода



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

_____ Д.А. Таюрский

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Перевод рекламных текстов

Направление подготовки: 45.03.02 - Лингвистика

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, б/с Кузьмина О.Д. (Кафедра теории и практики перевода, Высшая школа иностранных языков и перевода), Olga.Kuzmina@kpfu.ru ; Морозова Ольга Юрьевна

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- основные правила осуществления устного и письменного переводов рекламных текстов;
- сущность и содержание основных понятий в рекламе, PR, устойчивых словосочетаний, категорий на английском языке.

Должен уметь:

- понимать задачи и роль перевода, межъязыкового и межкультурного посредничества, особенности переводческой деятельности в современных условиях;
- проводить переводческий анализ исходного рекламного текста, выявлять всю содержащуюся в тексте информацию, которая подлежит передаче при переводе, с учетом специфики рекламного текста;
- вырабатывать целостную стратегию перевода с учётом его смыслового наполнения, функционально-стилевой характеристики, жанровой принадлежности, а также с учётом цели, адресата перевода и других экстралингвистических факторов;
- пользоваться справочными изданиями; давать необходимый комментарий; сопоставлять словарные статьи из разных источников с обоснованием своего выбора.

Должен владеть:

- навыками сопоставительного анализа с точки зрения сходства и расхождений в лексических и грамматических системах и категориях разных языков, в средствах выражения ими смысловой информации, а также в тех культурных средах, в которых эти языки функционируют;
- основными способами и техникой перевода (переводческими приёмами, трансформациями, заменами);
- приёмами прагматической адаптации текста при переводе с учётом его адресата;
- навыками работы на персональном компьютере с использованием текстовых редакторов, электронных словарей, энциклопедий и т.п.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- применять полученные знания, приобретенные навыки и умения на практике.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.11.05 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 45.03.02 "Лингвистика (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 42 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 42 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 30 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 8 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основные понятия и принципы рекламы как одного из вида маркетинговых коммуникаций. История появления рекламы. Понятие и особенности языка рекламы. Композиция рекламного сообщения, функции составных частей.	8	0	4	0	4
2.	Тема 2. Классификация рекламных текстов и анализ групп рекламного текста с точки зрения перевода.	8	0	2	0	4
3.	Тема 3. Лексические особенности перевода рекламного текста.	8	0	4	0	2
4.	Тема 4. Стилистические особенности перевода рекламного текста.	8	0	4	0	2
5.	Тема 5. Синтаксические особенности перевода рекламного текста.	8	0	4	0	2
6.	Тема 6. Фонетико-графические особенности перевода рекламного текста.	8	0	4	0	2
7.	Тема 7. Примеры успешного и неудачного перевода слогана в рекламе. Их причины.	8	0	4	0	4
8.	Тема 8. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении. Сходство и различия в рекламе разных СМИ-носителей.	8	0	2	0	2
9.	Тема 9. Язык печатной рекламы.	8	0	4	0	2
10.	Тема 10. Язык телевизионной рекламы.	8	0	4	0	2
11.	Тема 11. Язык радиорекламы.	8	0	4	0	2
12.	Тема 12. POS-материалы, их основные разновидности и особенности перевода.	8	0	2	0	2
	Итого		0	42	0	30

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Основные понятия и принципы рекламы как одного из вида маркетинговых коммуникаций. История появления рекламы. Понятие и особенности языка рекламы. Композиция рекламного сообщения, функции составных частей.

Понятие рекламы и причины ее появления в обществе. История развития рекламы в Европе и России. Происхождение слова "реклама". Рекламный текст как особый вид творчества. Требования к языку хорошей рекламы. Анализ современной рекламы на предмет соответствия ее данным требованиям. Основной текст рекламы, его структура. Принципы создания основного рекламного текста. Составляющие части рекламного сообщения. Понятие слогана и заголовка. Приемы перевода слогана. Некоторые лингвистические (лексические, грамматические и стилистические приемы), используемые при создании слогана. Электронные и бумажные словари и тезаурусы в помощь копирайтеру.

Тема 2. Классификация рекламных текстов и анализ групп рекламного текста с точки зрения перевода.

Классификация рекламных текстов на русском и английском языках по Колкову М.К.: рекламируемый объект, целевая аудитория, СМИ-рекламоноситель. Анализ современной рекламы на предмет отнесения ее к определенной группе согласно классификации. Особенности перевода рекламного текста разных классификационных групп с английского языка на русский и с русского на английский.

Тема 3. Лексические особенности перевода рекламного текста.

Глагольные сочетания в переводе рекламных текстов на русском и английском языках. Перевод атрибутивных словосочетаний и сравнений (имена прилагательные, наречия). Роль местоимений в рекламном тексте, сравнение количества использования местоимений в переводе английского текста рекламы на русский язык.

Тема 4. Стилистические особенности перевода рекламного текста.

Роль стилистической окраски в рекламе. Анализ рекламных текстов на предмет использования стилистического приема: аллегория, метафора, сравнение, параллелизм, различные виды повторов, "попытка афоризма", использование "ошибок" в рекламном тексте. Возможность использования аналогичных приемов при переводе такой рекламы.

Тема 5. Синтаксические особенности перевода рекламного текста.

Роль синтаксиса в рекламном тексте. Анализ рекламных текстов на предмет использования различных синтаксических структур (параллельные конструкции, инверсия, восклицательные предложения, безличные предложения, неполные предложения). Возможность использования аналогичных приемов при переводе такой рекламы.

Тема 6. Фонетико-графические особенности перевода рекламного текста.

Роль фонетики в тексте рекламы. Анализ рекламных текстов на предмет использования различных фонетических приемов (ассонанс, аллитерация, повтор звуко сочетаний, рифма, паронимазия), графических приемов (апокоп, повтор буквосочетаний). Возможность использования аналогичных приемов при переводе такой рекламы.

Тема 7. Примеры успешного и неудачного перевода слогана в рекламе. Их причины.

Специфика перевода слоганов. Причины возникновения проблем в процессе перевода слоганов. Способы решения проблем по частоте и вариативности употребления лингвистических приемов. Выработка алгоритма для успешного перевода рекламных текстов с английского языка на русский и с русского на английский язык.

Тема 8. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении. Сходство и различия в рекламе разных СМИ-носителей.

Приемы перевода рекламного текста в разных видах рекламных макетов: стандартный, эditorиальный, постер-макет, макет "иллюстрация-подпись", макет "группа иллюстраций", комикс-макет, комбинированные макеты. Ключевые факторы, влияющие на выбор рекламного макета для переводного языка (русского, английского).

Тема 9. Язык печатной рекламы.

Основные лингвистические особенности печатной рекламной коммуникации и ее перевода. Особенности печатной рекламной коммуникации и ее перевода в газетной и журнальной рекламе: основные сходства и различия. Анализ современной рекламы в газетах и журналах и качества ее перевода на английский и русский языки.

Тема 10. Язык телевизионной рекламы.

Основные лингвистические особенности телевизионной рекламы и ее перевода. Анализ современной рекламы на телевидении и качества ее перевода. Влияние нелингвистических приемов перевода текста телевизионной рекламы на качество подачи материала для реципиента телевизионной рекламы, их сочетание с лингвистическими приемами.

Тема 11. Язык радиорекламы.

Специфика коммуникации в радиорекламе и ее перевода на английский и русский языки. Анализ современной рекламы на радио и качества ее перевода. Влияние нелингвистических приемов перевода текста радиорекламы на качество подачи материала для реципиента рекламного текста на радио, их сочетание с лингвистическими приемами.

Тема 12. POS-материалы, их основные разновидности и особенности перевода.

POS-материалы (световые панели, шелфтокеры, ценникодержатели, wobлеры, ценники, стопперы, промостойки, диспенсеры, плакаты), их основные разновидности и особенности перевода. Влияние нелингвистических приемов перевода текста POS-материалов на качество подачи материала для реципиента рекламного текста, их сочетание с лингвистическими приемами.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

ABBY Online - онлайн-сервисы ABBYY - <http://lingvopro.abbyyonline.com/ru>

Онлайн переводчик - <http://google.translate.ru>

Онлайн переводчик - <http://www.multitran.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	Для успешного овладения умениями и навыками перевода рекламных текстов студент обязан посещать все практические занятия и активно включаться в работу при объяснении лингвистических (лексических, грамматических, стилистических) и экстралингвистических особенностей перевода языка рекламы, так как проблемный способ изучения материала способствует лучшему усвоению информации.

Вид работ	Методические рекомендации
самостоятельная работа	С целью углубленного изучения материала студенту рекомендуется использовать словари и справочники по теме рекламы и перевода, выписывать общие и различные черты в подходах разных авторов к переводу рекламного текста, применять полученные знания при анализе современной рекламы в разных источниках массовой информации.
экзамен	Для подготовки к экзамену студенту рекомендуется повторять вслух изученные лингвистические (лексические, грамматические, стилистические, фонетико-графические) и экстралингвистические приемы перевода рекламных текстов, устойчивые выражения, идиомы, встречающиеся при переводе рекламы, составлять опорные схемы для систематизации полученных теоретических знаний.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи;
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 45.03.02 "Лингвистика" и профилю подготовки "не предусмотрено".

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 45.03.02 - Лингвистика

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Основная литература:

1. Лейчик В.М. Реклама: язык, речь, общение: Учебное пособие / Под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 288 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003389-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/243081>
2. Замедлина Е.А. Реклама: Учебное пособие / Е.А. Замедлина. - 2-е изд. - М.: ИД РИОР: ИНФРА-М, 2012. - 118 с.: 70x100 1/32. - (Карманное учебное пособие). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-00921-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/304918>
3. Мисуно, Е. А. Письменный перевод специальных текстов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. А. Мисуно, И. В. Баченко, А. В. Вдовичев, С. А. Игнатова. - М. : Флинта, 2013. - 256 с. - ISBN 978-5-9765-1565-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/462894>
4. Нелюбин Л.Л. Введение в технику перевода (когнитивный теоретико-прагматичный аспект): Учебное пособие / Л.Л. Нелюбин. - М.: Флинта: Наука, 2009. - 216 с.: 60x88 1/16. (обложка) ISBN 978-5-9765-0788-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/203065>

Дополнительная литература:

1. Реклама в Интернете. Курс молодого бойца: Учебное пособие / Толмачев А.Н. - СПб:БХВ-Петербург, 2017. - 240 с.: 70x100 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-9775-3810-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/978551>
2. Учёнова, В.В. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа? учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Журналистика' и 'Реклама' / В.В. Учёнова. ? М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. ? 248с: цв. ил. - ISBN 978-5-238-01326-8. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028573>

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 45.03.02 - Лингвистика

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.