

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет иностранных языков

УТВЕРЖДАЮ:
Декан ФИЯ
О.В. Нагель

Рабочая программа дисциплины

Основы маркетингового перевода

по направлению подготовки

45.03.02 Лингвистика

Направленность (профиль) подготовки:

Технологическое планирование и реализация переводческих проектов

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

Год приема

2022

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОПОП
Т.Г. Антонова

Председатель УМК
О.А. Обдалова

Томск – 2026

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК 4 Способен осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие в устной и письменной формах как в общей, так и профессиональной сферах общения

ПК-1 Способен осуществлять межъязыковой перевод, соблюдая нормы переводческой эквивалентности и адекватности.

ПК-2 Способен осуществлять контроль качества перевода.

ПК-4 Способен оказывать переводческие услуги на профессиональном уровне.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-4.1 Соотносит случаи межъязыковой и межкультурной ассиметрии в ситуациях общения с культурными особенностями изучаемого и родного языков и адекватно интерпретирует коммуникативное поведение представителей иной культуры

ИОПК-4.2 Выстраивает коммуникацию с представителями иной культуры с учётом национально-культурной специфики речевого поведения носителей изучаемого и родного языков, применяя стратегии стабилизации взаимодействия и изменяя собственное коммуникативное поведение в интерактивном процессе

ИОПК-4.3 Достигает поставленных целей в межкультурной коммуникации, соблюдая этические и этикетные речевые нормы и выбирая релевантные коммуникативные стратегии в ситуациях пересечения культур

ИПК-1.1 Выполняет переводческий анализ текста и переводческого задания, на основании которого выбирает подходящую стратегию и средства перевода для решения коммуникативной задачи

ИПК-1.2 Выполняет письменные переводы неспециализированных текстов различной тематики и сложности с первого и второго иностранного языка на русский язык, соблюдая требования стандартов качества перевода

ИПК-1.3 Принимает решения по выбору переводческих соответствий и приемов перевода в отношении переводимого текста, в соответствии с переводческим заданием, коммуникативной задачей, нормативными требованиями, языковыми и контекстными ограничениями

ИПК-1.4 Составляет локальные тематические словари и терминологические базы в ручном и автоматическом режимах

ИПК-1.5 Выполняет перевод в форме литературной обработки или транскреации (перефразирует, сокращает, реструктурирует, адаптирует) в соответствии с переводческим заданием (по согласованию с заказчиком)

ИПК-1.6 Вносит исправления в текст перевода, дорабатывает его в соответствии с замечаниями и комментариями оценивающего (и) или заказчика

ИПК-1.7 Осуществляет подготовку к переводу в соответствии с переводческим заданием и видом перевода

ИПК-1.8 Систематизирует лексику для перевода и составляет переводческие лексиконы-тезаурусы

ИПК-1.9 Выполняет профессионально-ориентированный перевод текстов с первого иностранного языка на русский язык в одной или нескольких областях, соблюдая требования стандартов качества перевода

ИПК-2.1 Проводит верификацию исходного и переводного текстов, в том числе используя специальные программы и инструменты

ИПК-2.2 Осуществляет редакционно-технический контроль качества выполненного перевода и предлагает внести и/или вносит в текст перевода необходимые смысловые, лексические, терминологические, стилистические, грамматические изменения

ИПК-2.3 Проверяет качество выполненного перевода и его соответствие переводческому заданию

ИПК-2.4 Анализирует и обосновывает конкретные переводческие решения, используя соответствующий метаязык и основываясь на изученных теоретических подходах

ИПК-4.1 Знает способы поиска заказов и клиентов

ИПК-4.2 Выявляет требования и запросы заказчика, обсуждает условия взаимодействия и способы достижения результатов

ИПК-4.3 Соблюдает требования отраслевых и внутренних стандартов качества перевода, руководств по стилю

ИПК-4.4 Руководствуется в профессиональной деятельности принципами переводческой этики (конфиденциальность, безопасность данных, честная конкуренция, работа в пределах компетенции и пр.)

ИПК-4.5 Знает особенности технологической цепочки создания переводческого продукта и умеет в нее встраиваться

2. Задачи освоения дисциплины

- Освоить понятийный аппарат и основные принципы маркетинга.
- Научиться применять понятийный аппарат и основные принципы маркетинга для решения практических задач профессиональной деятельности.
- Освоить основные принципы маркетингового перевода и научиться применять их в профессиональной деятельности.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплина (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Четвертый семестр, зачет

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: Иностранный язык. Практикум по речевой коммуникации на английском языке; Русский язык и культура речи для переводчиков; Язык и культура в контексте межкультурной коммуникации; Теоретические основы перевода; Информационные технологии в переводе; Практикум по письменному переводу.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:
-практические занятия: 36 ч.

в том числе практическая подготовка: 36 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Введение в маркетинговый перевод

Основные принципы создания маркетингового текста. Ожидание человека от рекламы. Интуитивное восприятие маркетинговых материалов. Особенности маркетинговых текстов на русском языке (обзорно).

Тема 2. Клиент и будущий читатель как самые важные люди

Работа с заказчиком как важный элемент маркетингового перевода. Определение адекватности требований. Влияние целевой аудитории на язык текста. Стандартные требования к переводчику.

Тема 3. Принципы инфостиля (подход М. Ильяхова)

Работа со смысловым наполнением текста. Изучение принципов адекватного донесения информации.

Тема 4. Особенности синтаксиса в маркетинговых текстах

Практическое занятие, посвященное перестройке предложений. Особое внимание уделяется тема-рематическим отношениям в русском языке и влиянию инверсии на смысловое наполнение текста.

Тема 5. Особенности маркетинговой лексики

Контекстные синонимы и как их использовать. Игра слов как инструмент маркетинга. Адаптация одного текста для различных носителей и целевых аудиторий.

Тема 6. Редактура маркетингового текста

Понятие литературной редакции. Основные принципы и отличия от «стандартной» редакции. Практические упражнения на поиск ошибок и неточностей. Работа с собственными текстами.

Тема 7. Адаптация названий, лозунгов, слоганов

Обсуждение известных кейсов адаптации. Факторы, влияющие на решение об адаптации названия. Основные подходы к работе с подобными единицами. Дискуссия.

Тема 8. Адаптация текста к различным носителям

Текст для видео, аудио и иных форматов. Основные особенности восприятия по различным каналам. Обсуждение критериев адекватности перевода для того или иного формата. Оценка реальных кейсов.

Дальнейшие занятия проводятся в формате практик, затрагивая все перечисленные выше темы, поэтому выделить отдельные тематические направления каждого занятия не представляется возможным.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине осуществляется путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, выполнения домашних заданий, практической совместной работы на занятиях, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр. Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» – <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет во втором семестре проводится в гибридной форме по билетам (письменный перевод и устная защита перевода). Продолжительность зачета 1 час.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» – <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» – <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (<https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>).

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

– Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6.

– Менеджмент: Учебник для бакалавров / Е. Л. Маслова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 336 с. – URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=51388>

– Основы маркетинга: учебное пособие / В.Б. Власов, С.Ю. В 581 Нерозина; под общ. ред. В.Б. Власова; ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет». – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2021. – 70 с.

б) дополнительная литература:

– Ильяхов, Максим. Пиши, сокращай [Текст] : как создавать сильный текст : [12+] / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 439 с.

– Ильяхов, Максим. Ясно, понятно : как доносить мысли и убеждать людей с помощью слов : [следующий уровень понимания текста : 12+] / Максим Ильяхов. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 447 с.

в) ресурсы сети Интернет:

– открытые онлайн-курсы

– сервис автоматической проверки glvrd.ru

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);

– публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск, SmartCat и т.п.).

б) информационные справочные системы:

– Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>

– Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>

– ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>

– ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>

– Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>

– ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>

– ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

15. Информация о разработчиках

Мещерова Наталья Леонидовна, специалист, внештатный редактор-переводчик компании Palex.