

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

/Шубаева В.Г./

« 20 » июня 20 18 г.

ПЕРЕВОД РЕКЛАМНЫХ И PR-ТЕКСТОВ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью в бизнесе
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:

/ / к.ф.н. Генидзе Н.К.

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	4
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	5
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	7
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины ...	7
7.2. Организация самостоятельной работы	8
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	8
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	9
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса	10
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	10
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование навыков специального перевода в сфере рекламы и связей с общественностью и совершенствование языковой и речевой компетенции студентов для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи:

- изучить основные понятия теории перевода, а также лексические и грамматические трудности, возникающие в процессе перевода;
- сформировать навыки грамотного использования информационных технологий при переводе (различные типы словарей (онлайн и оффлайн), энциклопедии и справочники, онлайн-переводчики и т.д.);
- изучить лингвистические и стилистические особенности рекламных и PR-текстов, их структуры и типов на изучаемом иностранном языке;
- сформировать навыки письменного и устного перевода рекламных и PR-текстов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Б. «Перевод рекламных и PR-текстов» относится к базовой части Блока 1, и является обязательной для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля) программы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
ОК-5: Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Третий уровень (продвинутый) (ОК-5) –3	Декомпозиция III Знать: основные законы перевода ЗЗ (III) (ОК-5) Уметь: использовать различные типы словарей для перевода рекламных и PR-текстов на иностранный язык УЗ (III) (ОК-5) Владеть: навыками передачи основного содержания рекламного и PR-текста на иностранный язык ВЗ (III) (ОК-5)

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 4 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Тема 1. Перевод как вид деятельности.	0	4	0	4
Тема 2. Грамматические и лексические трудности перевода.	0	8	0	8
Тема 3. Типология PR-текстов.	0	4	0	4
Тема 4. Особенности перевода рекламных и PR-текстов	0	8	0	8
Тема 5. Работа отдела рекламы и/или PR.	0	4	0	4
Тема 6. Страны и путешествия (анализ и перевод рекламных и PR-текстов туристических компаний и туристических объектов).	0	6	0	6
Тема 7. История и деятельность российских и зарубежных компаний (анализ и перевод рекламных и PR-текстов).	0	8	0	8
Тема 8. Парфюмерно-косметическая промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов производителей и продавцов косметики и парфюмерии).	0	6	0	6
Тема 9. Пищевая промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов продуктов питания).	0	6	0	6
Тема 10. Автомобильная промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов автопроизводителей и автосалонов)..	0	6	0	6
Тема 11. Предприятия общественного питания (анализ и перевод рекламных и PR-текстов кафе, ресторанов и др.)	0	6	0	6
Тема 12. Сфера обслуживания покупателей (анализ и перевод рекламных и PR-текстов сетевых и не сетевых магазинов).	0	6	0	6
Всего по дисциплине:	0	72	0	72

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Перевод как вид деятельности.

Основные понятия теории перевода. Специальный перевод и его жанры. Особенности перевода официальных и деловых документов, публицистических текстов. Эквивалентность и адекватность перевода. Особенности устного и письменного перевода. Информационные технологии в переводе.

Тема 2. Грамматические и лексические трудности перевода.

Переводческие трансформации. Многозначные слова. «Ложные друзья» переводчика. Передача культурно маркированной лексики. Заимствования. Транслитерация. Неологизмы. Особенности передачи артиклей, видовременных форм и др., а также отдельных синтаксических конструкций изучаемого иностранного языка.

Тема 3. Типология PR-текстов.

Жанровая типология PR-текстов (по А.Д. Кривоносову). Обсуждение особенностей различных типов на изучаемом иностранном языке: пресс-релиз, факт-лист, биография, бэкграундер, байлайнер, интервью, имиджевая статья, ньюслеттер, пресс-кит, буклет, листовка, проспект, брошюра, слоган и т.д.).

Тема 4. Особенности перевода рекламных и PR-текстов.

Лингвостилистические и структурные особенности рекламных и PR-текстов в русском и изучаемом иностранном языке. Языковые средства рекламных текстов. Передача юмора при переводе заголовков, слоганов. Проблема локализации.

Тема 5. Работа отдела рекламы и/или PR.

Профессии и должности, связанные с работой в сфере рекламы и PR. Обсуждение особенности функционирования отдела рекламы и/или PR на изучаемом иностранном языке: структура, основные направления работы, функционал сотрудников. Анализ и перевод объявлений о наборе сотрудников в отдел рекламы и PR.

Тема 6. Страны и путешествия (анализ и перевод рекламных и PR-текстов туристических компаний и туристических объектов).

Страны и столицы. Перевод географических названий. Анализ и перевод рекламных и PR-текстов туристических компаний и туристических объектов с изучаемого иностранного языка на русский и с русского на изучаемый иностранный язык.

Тема 7. История и деятельность российских и зарубежных компаний (анализ и перевод рекламных и PR-текстов).

Анализ и перевод PR-текстов, посвященных истории и деятельности российских и зарубежных компаний (информация, размещаемая на сайтах, в имиджевых изданиях и др).

Тема 8. Парфюмерно-косметическая промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов производителей и продавцов косметики и парфюмерии).

Анализ и перевод рекламных и PR-текстов производителей и продавцов косметики и парфюмерии с изучаемого иностранного языка на русский и с русского на изучаемый иностранный язык.

Тема 9. Пищевая промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов продуктов питания).

Анализ и перевод рекламных и PR-текстов различных продуктов питания с изучаемого иностранного языка на русский и с русского на изучаемый иностранный язык.

Тема 10. Автомобильная промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов автопроизводителей и автосалонов).

Анализ и перевод рекламных и PR-текстов автопроизводителей и автосалонов с изучаемого иностранного языка на русский и с русского на изучаемый иностранный язык.

Тема 11. Предприятия общественного питания (анализ и перевод рекламных и PR-текстов кафе, ресторанов и др.).

Анализ и перевод рекламных и PR-текстов предприятий общественного питания (рестораны, кофейни, формат «с собой») с изучаемого иностранного языка на русский и с русского на изучаемый иностранный язык.

Тема 12. Сфера обслуживания покупателей (анализ и перевод рекламных и PR-текстов сетевых и несетевых магазинов).

Анализ и перевод рекламных и PR-текстов сетевых и несетевых магазинов с изучаемого иностранного языка на русский и с русского на изучаемый иностранный язык.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1	Перевод как вид деятельности.	ПЗ: Тематическая дискуссия по теме «Перевод как вид деятельности»
2	Грамматические и лексические трудности перевода.	ПЗ: Проблемный семинар по теме «Грамматические и лексические трудности перевода»
3	Типология PR-текстов	ПЗ: Доклад по теме «Типология PR-текстов»
4	Особенности перевода рекламных и PR-текстов	ПЗ: Проектно-аналитическая работа по теме «Особенности перевода рекламных и PR-текстов»
5	Работа отдела рекламы и/или PR	ПЗ: Ролевая игра по теме «Работа отдела рекламы и/или PR»
6	Страны и путешествия (анализ и перевод рекламных и PR-текстов туристических компаний и туристических объектов)	ПЗ: Решение практических задач по теме «Страны и путешествия (анализ и перевод рекламных и PR-текстов туристических компаний и туристических объектов)»
7	История и деятельность российских и зарубежных компаний (анализ и перевод рекламных и PR-текстов)	ПЗ: Проблемный семинар по теме «История и деятельность российских и зарубежных компаний (анализ и перевод рекламных и PR-текстов)»
8	Парфюмерно-косметическая промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов производителей и продавцов косметики и парфюмерии)	ПЗ: Решение практических задач по теме «Парфюмерно-косметическая промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов производителей и продавцов косметики и парфюмерии)»

9	Пищевая промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов продуктов питания)	ПЗ: Решение практических задач по теме «Пищевая промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов продуктов питания)»
10	Автомобильная промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов автопроизводителей и автосалонов)	ПЗ: Решение практических задач по теме «Автомобильная промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов автопроизводителей и автосалонов)»
11	Предприятия общественного питания (анализ и перевод рекламных и PR-текстов кафе, ресторанов и др.)	ПЗ: Решение практических задач по теме «Предприятия общественного питания (анализ и перевод рекламных и PR-текстов кафе, ресторанов и др.)»
12	Сфера обслуживания покупателей (анализ и перевод рекламных и PR-текстов сетевых и несетевых магазинов)	ПЗ: Решение практических задач по теме «Сфера обслуживания покупателей (анализ и перевод рекламных и PR-текстов сетевых и несетевых магазинов)»

* ПЗ – практические занятия

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;

- выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже, чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Электронный учебно-методический комплекс дисциплины «Перевод рекламных и PR-текстов» размещен в СДО «Moodle» на сайте СПбГЭУ de.unicon.ru.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
1-12	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к экзамену.
3	Подготовка доклада (устного сообщения).
6-12	Перевод текста. Подготовка к проверке лексики по теме.
4	Подготовка к проекту.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Перевод рекламных и PR-текстов» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- тематическая дискуссия (тема № 1);
- проблемный семинар (тема № 2,7);
- ролевая игра (тема № 5)
- решение практических задач (темы №6,8,9,10,11,12)
- проектно-аналитическая работа (тема №4)

Проблемный семинар: предполагает активное вовлечение студентов в процесс

обсуждения и решения поставленной проблемы, процесс поиска решения направляется и контролируется преподавателем.

Тематическая дискуссия: обсуждения темы (спорного или проблемного характера) в учебной группе.

Ролевая игра: имитационный игровой метод обучения, характеризующийся следующими основными признаками:

- наличие проблемы или задачи в сфере профессиональной деятельности и распределение ролей между участниками их решения (например, с помощью метода разыгрывания ролей может быть имитировано производственное совещание);
- взаимодействие участников игрового занятия, обычно посредством проведения дискуссии;
- ввод преподавателем в процессе занятия корректирующих условий;
- оценка результатов обсуждения и подведение итогов преподавателем.

Ролевые игры отличаются от деловых игр «локальностью» и меньшей сложностью решаемых проблем, задач профессиональной деятельности, акцентом на ролевых функциях участников в игровой деятельности и оценке её результатов. Общая цель игрового коллектива (учебной группы), как правило, отсутствует. Цели и задачи участников связаны с наилучшим (адекватным, полным, корректным и т.д.) выполнением ролевых функций. Продолжительность ролевой игры может составлять от 0,5 до 4 часов учебного времени.

Метод проектов (проектно-аналитическая работа – способ обучения, при котором обучающийся самым непосредственным образом включен в активный познавательный процесс; самостоятельно формулирует учебную проблему, осуществляет сбор необходимой информации, планирует варианты решения проблемы, делает выводы, анализирует свою деятельность, формируя новое знание и приобретая профессиональные навыки и умения.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительна я литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронн ые ресурсы
Филиппова, М. М. Деловой английский язык: учебник и практикум для академического бакалавриата / М. М. Филиппова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 353 с.	Основная		ЭБС Юрайт
Бовтенко М.А. Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью". — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет (НГТУ), 2013. — 200 с.	Основная		ЭБС ZNANIUM
Беляев М.А. Грамматические и синтаксические аспекты перевода статей газетной публицистики : учеб. Пособие /	Дополнительная	95	ЭБ OPAC.UNE CON.RU

М.А.Беляев, Е.В.Попова, И.А.Серова.— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2010 .— 90 с. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unesco.ru .			
Facilitator. Business English for Russian Speakers : учебное пособие / [Н.И.Черенкова и др.]. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭУ, 2018. — 508 с. - Сведения доступны также по Интернету: opac.unesco.ru .	Дополнительная	205	ЭБ ОРАС.UNE CON.RU

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГУЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГУЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГУЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГУЭУ– opac.unesco.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).