



Силабус навчальної дисципліни
«Переклад рекламних текстів з іспанської мови на українську»

Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Спеціалізація	035.051 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – іспанська
Освітньо-професійна програма	Іспанська мова і література, друга іноземна мова, переклад
Статус дисципліни	Вибіркова дисципліна
Мова навчання	Іспанська, українська
Семестр	VI
Кількість кредитів ЄКТС	3 кредити ЄКТС
Форма підсумкового контролю	залік
Викладач	К.філол.н., доц. Бобчинець Л. І.
Анотація навчальної дисципліни	<p>Мета: дослідження мови реклами, особливостей та проблем, пов'язаних із перекладом на іноземну мову; виявлення специфічних характеристик мови реклами та проблем, пов'язаних із перекладом рекламних текстів іноземною мовою.</p> <p>Завдання: викладання курсу полягають у тому, що студенти у результаті вивчення даної дисципліни повинні вміти реалізувати поставлену мету для вирішення таких задач: давати визначення та загальну класифікацію рекламних текстів; виявляти характерні та стилістичні особливості рекламних текстів; досліджувати найчастіші труднощі, що виникають під час перекладу рекламних текстів, проводити перекладацький аналіз рекламного тексту, виявляти всю інформацію, що підлягає передачі під час перекладу, з урахуванням специфіки рекламного тексту.</p> <p>Зміст навчальної дисципліни розкривається в трьох змістових модулях, що передбачають вивчення основних понять та принципів реклами як одного з видів маркетингових комунікацій, поняття та особливості мови реклами, рекламного тексту з погляду перекладу, лексичні та стилістичні особливості перекладу рекламного тексту.</p>

Загальний обсяг (відповідно до робочого навчального плану)	90 год., у тому числі: лекції – 10 годин семінарські заняття – не передбачено, практичні заняття – 20 годин, консультації – не передбачено, самостійна робота – 60 годин
Передумови до вивчення або вибору навчальної дисципліни	1. Знати базові граматичні й лексичні поняття іспанської та української мов, мовні особливості рекламних текстів, принцип мовної взаємодії, перекладацькі трансформації, характеристику лексичних явищ та їх взаємозв'язок і взаємозалежність у сучасній іспанській та українській мовах. 2. Вміти визначати та характеризувати словотворчість, гру слів, безеквівалентну лексику, фразеологізми при перекладі рекламних текстів; 3. Володіти навичками застосувати концептуальний апарат сучасної граматики, лексикології та перекладознавства для комунікативно-прагматичного і стилістичного аналізу рекламних текстів іспанської та української мов.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Дослідження мови реклами (метафори, вербальної креативності, гри слів), особливостей та проблем, пов'язаних із перекладом на іноземну мову; виявлення специфічних характеристик мови реклами та проблем, пов'язаних із перекладом іспаномовних рекламних текстів українською мовою.

Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)

Курс спрямований на розвиток у студентів таких загальних компетентностей (ЗК):

- ЗК 1.** Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
- ЗК 2.** Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
- ЗК 3.** Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК 4.** Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК 6.** Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК 7.** Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- ЗК 8.** Здатність працювати в команді та автономно.
- ЗК 9.** Здатність спілкуватися іноземною мовою.
- ЗК 10.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК 11.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 12.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК 13.** Здатність проведення досліджень на належному рівні.

Дисципліна зорієнтована на набуття таких фахових компетентностей (ФК):

- ФК1.** – Усвідомлення структури філологічної науки та її теоретичних основ.
- ФК2.** – Здатність використовувати в професійній діяльності знання про мову як особливу знакову систему, її природу, функції, рівні.
- ФК3.** – Здатність використовувати в професійній діяльності знання з теорії та історії іспанської мови.
- ФК4.** – Здатність аналізувати діалектні та соціальні різновиди іспанської мови, описувати

соціолінгвальну ситуацію.

ФК6. –Здатність вільно, гнучко й ефективно використовувати іспанську, другу іноземну мови в усній та письмовій формі, у різних жанрово-стильових різновидах і реєстрах спілкування (офіційному, неофіційному, нейтральному), для розв’язання комунікативних завдань у різних сферах життя.

ФК7. – Здатність до збирання й аналізу, систематизації та інтерпретації мовних, літературних фактів, інтерпретації та перекладу тексту.

ФК8. –Здатність вільно оперувати спеціальною термінологією для розв’язання професійних завдань.

ФК9. – Усвідомлення засад і технологій створення текстів різних жанрів і стилів державною та іспанською і другою іноземною мовами.

ФК10. –Здатність здійснювати лінгвістичний, літературознавчий та спеціальний філологічний аналіз текстів різних стилів і жанрів.

ФК12. – Здатність до організації ділової комунікації.

ФК13. – Здатність використовувати системні знання мови для аналізу та синтезу ідей, застосовувати системні знання сучасних філологічних і перекладознавчих студій в професійній діяльності.

ФК14. – Володіння теоретичними основами використання іспанської мови, включаючи фонетичні, граматичні, лексичні, стилістичні аспекти мови й мовлення.

ФК15. – Здатність використовувати соціокультурні та лінгвокраїнознавчі знання про країни, мови яких вивчаються, з метою успішної комунікації та перероблення інформації іноземними мовами.

ФК18. –Володіння експресивними, емоційними, логічними засобами іспанської мови, другої іноземної мови та української для досягнення запланованого прагматичного результату й організації успішної комунікації в усній та писемній формах.

ФК19. –Здатність професійно застосовувати поглиблені знання з обраної філологічної спеціалізації: мовознавства, літературознавства, перекладознавства та оперувати базовою термінологією в обраній галузі філологічних досліджень.

ФК20. –Здатність до аналізу тексту оригіналу, до застосовування відповідних перекладацьких стратегій (здійснення передперекладацького аналізу текстів; виокремлення правильної перекладацької стратегії; визначення одиниці перекладу, оцінювання та добір мовних засобів для реалізації адекватного перекладу), презентувати текст перекладу.

ФК21. –Здатність представляти результати наукового дослідження, дотримуючись правил академічної доброчесності; ефективно і компетентно брати участь в різних формах ділової та/або наукової комунікації (конференції, круглі столи, дискусії, наукові публікації) в галузі гуманітарних наук.

ФК22. –Продуктивно працювати самостійно або у команді, розуміти і поважати різновид та мультикультурність, забезпечуючи, таким чином, соціальну взаємодію та залучення до здорового способу життя.

Чому можна навчитися (результати навчання з дисципліни)

Знати загальнонаукові основні та вихідні поняття перекладознавства; основні підходи до вивчення мовних особливостей рекламних текстів.

Знати засоби словотворення, типи семантичної структури слова та механізми семантичних змін в іспанській та українській мовах.

Знати основні типи відношень в лексиці іспанської та української мов.

Знати принципи класифікації і функції фразеологічних одиниць іспанської та української мов.

Знати перекладацькі трансформації, урахувати роль контексту у перекладі рекламних текстів .

Вміти коректно вживати термінологічний апарат перекладознавства.

Вміти проводити словотвірний та компонентний аналіз іспанських лексичних одиниць та проводити зіставний аналіз їх перекладів на українську мову.

Вміти аналізувати шляхи та засоби словотворення в іспанській та українській мовах, розпізнавати регіонально диференційовану іспанську та українську лексику, характеризувати терміни та жаргонізми, гру слів, архаїзми та неологізми в іспанській та українській мовах.

Вміти користуватися іспанськими та українськими лексикографічними довідниками.

Здатність спілкуватися українською та іспанською мовами як усно, так і письмово.

Здатність орієнтуватися в інформаційному просторі, володіти й оперувати інформаційними та комунікаційними технологіями відповідно до потреб перекладацької діяльності.

Здатність самостійно критично мислити через набуття вмінь визначати й аналізувати лексичні..

явища в рамках сучасних мовознавчих концепцій.

Здатність використання інформаційно-комунікативних технологій, уміння самостійно здобувати, оцінювати та використовувати інформацію.

Навчальна логістика (тематичний план)

1. Класифікація рекламних текстів.
2. Особливості перекладу рекламного тексту різних класифікаційних груп з іспанської мови на українську мову,
3. Лексико-семантичні, синтаксичні особливості перекладу рекламних текстів.
4. Основні лінгвістичні особливості друкованої рекламної комунікації та її перекладу.
5. Лінгвістичні особливості телевізійної реклами.

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання результатів навчання студентів (критерії оцінювання результатів навчання та засоби діагностики навчальних досягнень студентів)

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності з вивчення навчальної дисципліни «Переклад рекламних текстів» здійснюється в 4-бальній системі («відмінно» («5»), «добре» («4»), «задовільно» («3»), «незадовільно» («2»)).

Рейтинг вираховується в рейтингових балах, а підсумкова оцінка з дисципліни виставляється за 4-бальною шкалою та за шкалою ЄКТС.

Контроль результатів навчання студента з дисципліни «Переклад рекламних текстів» здійснюється у формі *поточного, рубіжного, підсумкового модульного та підсумкового семестрового контролю* (заліку).

Поточний контроль успішності студентів здійснюється протягом семестру. Під час опанування навчальним матеріалом модуля кожної дисципліни оцінюється аудиторна та самостійна робота студента. Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі самостійно опрацьованого матеріалу) і набутих практичних навичок під час виконання завдань практичних робіт. Бали, отримані здобувачами вищої освіти за результатами контролю з дисципліни, викладач занотовує у «Журнал обліку роботи викладача» і оголошує на кожному практичному занятті.

Рубіжний контроль успішності студентів здійснюється посередині навчального семестру у вигляді проміжної атестації здобувачів вищої освіти за результатами оцінювання аудиторної та самостійної роботи, а також з урахуванням відвідування лекційних та практичних занять.

Підсумковий модульний контроль проводиться з метою визначення стану успішності здобувачів вищої освіти за період теоретичного навчання у межах годин, відведених на семінарські заняття.

Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр (сесію) з дисципліни «Переклад рекламних текстів» здійснюється у формі заліку.

1. Форми та критерії оцінювання студентів:

- **семестрове оцінювання** навчальних досягнень студентів з дисципліни «Переклад рекламних текстів» має таку структуру:

№ з/п	Види навчальної діяльності студента	Максимальна кількість балів
-------	-------------------------------------	-----------------------------

1.	Аудиторна навчальна робота.	40
2.	Самостійна навчальна робота.	10

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності студента (аудиторна та самостійна робота) здійснюється у 4-бальній шкалі – «відмінно» («5»), «добре» («4»), «задовільно» («3»), «незадовільно» («2»). Невиконання завдань самостійної роботи, невідвідування практичних занять позначаються «0».

Підсумковий модульний контроль проводиться у вигляді написання *модульної контрольної роботи*, що спрямовано на всебічну і комплексну перевірку обсягу, рівня та якості засвоєння знань, навичок та вмінь, визначених у програмі навчальної дисципліни «Переклад рекламних текстів». Модульна контрольна робота оцінюється в 4-бальній системі («відмінно» («5»), «добре» («4»), «задовільно» («3»), «незадовільно» («2»)). Ці оцінки трансформуються в **рейтинговий бал за МКР**, який максимально може становити **20 балів**. Неявка на МКР – 0 балів. На МКР виноситься тест множинного вибору для перевірки теоретичних знань. Максимальна кількість балів 20, за кожну неправильну відповідь мінус один бал.

У кінці вивчення навчального матеріалу модуля напередодні заліково-екзаменаційної сесії викладач виставляє одну оцінку за аудиторну та самостійну роботу студента як середнє арифметичне з усіх поточних оцінок за ці види роботи з округленням до десятої частки. Цю оцінку викладач трансформує в **рейтинговий бал за роботу протягом семестру** шляхом помноження на **10**. Наприклад, протягом семестру студент отримав за аудиторну та самостійну роботу такі оцінки: «5», «3», «5», «4», «5», «4». Середня арифметична оцінка становить 4,33, з округленням до десятої частки – 4,3. Отриману оцінку множимо на 10: $4,3 \times 10 = 43$. Це число є рейтинговим балом студента за роботу протягом семестру.

Студенти мають відпрацювати всі пропущені аудиторні заняття. Таким чином, максимальний **рейтинговий бал за роботу протягом семестру** може становити **50**.

Семестровий рейтинговий бал є сумою рейтингового балу за роботу протягом семестру і рейтингового балу за МКР і максимально може становити **70 балів**.

- **підсумкове оцінювання** навчальних досягнень студентів з дисципліни «Переклад рекламних текстів» здійснюється у формі **заліку**.

Відмітка про залік у шкалі оцінювання («**зараховано**», «**не зараховано**») та оцінка в шкалі ЄКТС виставляється на підставі семестрового рейтингового балу студента за дисципліну таким чином:

90 – 100 балів	A
82 – 89 балів	B
74 – 81 бал	C
64 – 73 бали	D
60 – 63 бали	E
59 балів і нижче	FX.

Залік виставляється за результатами роботи студента впродовж усього семестру і не передбачає додаткових заходів оцінювання для успішних студентів. Таким чином студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **60 і вище**, отримують відмітку про залік «**зараховано**» і відповідну оцінку в шкалі ЄКТС без складання заліку.

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **59 і нижче**, складають залік і в разі успішного складання їм виставляється відмітка про залік «**зараховано**», а в шкалі ЄКТС – **E** та бал **60**. Якщо студент під час заліку отримав відмітку про залік «**не зараховано**», то йому в залікову відомість виставляється відмітка про залік «**не зараховано**», оцінка **FX** – у шкалі ЄКТС та його семестровий рейтинговий бал за дисципліну.

- **умовою допуску до семестрового заліку** є отримання студентом під час семестрового оцінювання не менше ніж **42 балів** (критично-розрахунковий мінімум). При цьому обов'язковим є успішне складання

модульних контрольних робіт та виконання самостійної роботи, передбачених робочою програмою навчальної дисципліни. У випадку відсутності студента з поважних причин здійснюються відпрацювання та перздача модульної контрольної роботи.

2. Організація оцінювання:

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності студента (аудиторна та самостійна робота) здійснюється у вигляді опитування в усній та письмовій формі, яке проводиться на кожному практичному занятті та включає в себе відповідь на теоретичне питання з лекційного курсу та виконання практичного завдання. Однією з форм самостійної роботи є написання реферату за однією із запропонованих тем.

Критерії оцінювання аудиторної навчальної роботи студента

Аудиторна навчальна робота складається із відвідування лекцій та участі в практичних заняттях протягом навчального курсу. Навчальний курс дисципліни передбачає 5 лекційних та 10 практичних занять.

За відвідування всіх лекцій студент отримує 5 балів. Якщо студент відвідав п'ять або шість лекцій, він отримає 4 бали. За відвідування чотирьох лекцій студент отримає 3 бали, за відвідування трьох лекцій – 2 бали. Якщо студент був присутній на одній або двох лекціях, він отримає 1 бал. Якщо студент не відвідав жодної лекції він отримає 0 балів. Таким чином, максимальний бал за відвідування лекцій із дисципліни «Переклад рекламних текстів» становить **5 балів**.

Відповідь на практичному занятті оцінюється за критеріями:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість викладу;
- термінологічна коректність.
- точність виконання практичного завдання.

Схема оцінювання: кожний критерій оцінюється за **4-бальною шкалою**:

№	Критерії оцінювання	Шкала оцінювання				Отримані бали
		5 балів	4 бали	3 бали	2 бали	
1.	Відповідність змісту	Відповідь студента повністю відповідає змісту питання. Усі основні проблеми визначені чітко.	Відповідь студента в основному відповідає змісту питання. Не всі основні проблеми визначені чітко.	Відповідь студента лише частково відповідає змісту питання. Основні проблеми визначені нечітко.	Відповідь студента не відповідає змісту питання. Основні проблеми не визначені.	
2.	Повнота і ґрунтовність викладу	Основні проблеми повністю і ґрунтовно розкриті.	Основні проблеми розкриті не досить повно і ґрунтовно.	Основні проблеми розкриті лише частково і без належної глибини.	Основні проблеми не розкриті.	
3.	Доказовість викладу	Студент демонструє високий рівень доказовості викладу матеріалу з питання. Він	Студент викладає матеріал, в основному аргументуючи методичні	Студент викладає матеріал, майже не аргументуючи методичні	Доказовість викладу матеріалу і самостійні міркування	

		може викласти свою точку зору з проблем, що обговорюються.	положення. Він відчуває труднощі у викладенні своєї точки зору щодо ряду проблем.	положення. Він не має своєї точки зору щодо більшості проблем.	відсутні.	
4.	Термінологічна коректність	Студент досить вільно й коректно користується методичною термінологією. Він володіє повним запасом методичних термінів.	Студент в основному правильно використовує методичну термінологію. Невелика кількість термінологічних помилок не перешкоджає розумінню змісту викладеного.	Студент допускає значну кількість термінологічних помилок, що ускладнює розуміння змісту викладеного. Він володіє обмеженим запасом методичних термінів.	Студент майже не користується методичною термінологією. Його запас методичних термінів мінімальний.	
5.	Точність виконання практичного завдання	Практичне завдання виконано в повному обсязі, допущено не більше 1-2 помилок	Практичне завдання виконано в повному обсязі, допущено не більше 4 помилок	Практичне завдання виконано не в повному обсязі, допущено не більше 9 помилок	Практичне завдання виконано не в повному обсязі, допущено більше 9 помилок	

Викладач підраховує бали, отримані студентом, окремо за кожним критерієм. Наприклад, за п'ятьма критеріями студент отримав такі бали: 5, 4, 3, 2, 5. Середнє арифметичний бал становить «3,8» $((5+4+3+2+5):5)$. Так само підраховується кількість отриманих балів на кожному семінарському занятті, за невідвідування семінарського заняття студент отримує «0» балів. Таким чином, за 8 семінарських занять студент може отримати максимально **35 балів**.

Критерії оцінювання самостійної навчальної роботи студента

Самостійна робота передбачає написання реферату за однією з обраних тем. Реферат оцінюється за критеріями:

- відповідність змісту обраній темі;
- повнота і ґрунтовність викладу та термінологічна коректність;

Схема оцінювання: кожний критерій оцінюється за **4-бальною шкалою**:

№	Критерії оцінювання	Шкала оцінювання				Отримані бали
		5 балів	4 бали	3 бали	2 бали	
1.	Відповідність змісту обраній темі	Реферат повністю відповідає змісту питання. Усі основні проблеми визначені чітко.	Реферат в основному відповідає змісту питання. Не всі основні	Реферат лише частково відповідає змісту питання. Основні	Реферат не відповідає змісту питання. Основні проблеми не	

			проблеми визначені чітко.	проблеми визначені нечітко.	визначені.	
2.	Повнота і ґрунтовність викладу та термінологічна коректність	Основні проблеми повністю і ґрунтовно розкриті. Студент досить вільно й коректно користується методичною термінологією. Він володіє повним запасом методичних термінів.	Основні проблеми розкриті не досить повно і ґрунтовно. Студент в основному правильно використовує методичну термінологію. Невелика кількість термінологічних помилок не перешкоджає розумінню змісту викладеного.	Основні проблеми розкриті лише частково і без належної глибини. Студент допускає значну кількість термінологічних помилок, що ускладнює розуміння змісту викладеного. Він володіє обмеженим запасом методичних термінів.	Основні проблеми не розкриті. Студент майже не користується методичною термінологією. Його запас методичних термінів мінімальний.	

Викладач підраховує бали, отримані студентом, окремо за кожним критерієм оцінювання завдань самостійної роботи. Наприклад, за двома критеріями студент отримав такі бали: 5,3. Середнє арифметичний бал за виконання самостійної роботи становить «4» ($(5+3):2$). За самостійну роботу студент може отримати максимально **10 балів**. За невиконання завдання самостійної роботи студент отримує **0 балів**.

У кінці вивчення навчального матеріалу модуля напередодні заліково-екзаменаційної сесії викладач виставляє одну оцінку за аудиторну та самостійну роботу студента. Таким чином, максимальний рейтинговий бал за роботу протягом семестру може становити **50 балів**.

Наприкінці семестру, на останньому семінарському занятті, програмою передбачено написання модульної контрольної роботи, що є складником семестрового рейтингу. Виконання студентами МКР спрямоване на всебічну і комплексну перевірку обсягу, рівня та якості засвоєння ними знань, навичок та вмінь, визначених у програмі навчальної дисципліни «Переклад рекламних текстів». Модульна контрольна робота є письмовою, складається із двох практичних завдань, кожне з яких оцінюється певною кількістю балів. Отримані за кожне завдання модульної роботи бали трансформуються в загальну оцінку за модульну контрольну роботу таблицею:

Ці оцінки трансформують	90% і більше	24 – 27 балів	5 (відмінно)
	75% - 89%	20 – 23 балів	4 (добре)
	50% - 74%	14 – 19 балів	3 (задовільно)
	49% і менше	13 бали і менше	2 (незадовільно)

ся в рейтинговий бал за МКР у такий спосіб:

«відмінно»	20 балів
«добре»	16 балів
«задовільно»	12 балів
«незадовільно»	8 балів

невка на МКР

0 балів

Вимоги до заліку

Іспит із «Переклад рекламних текстів» складається з відповіді на теоретичне питання та виконання двох практичних завдань.

Критерії оцінювання:

- відповідь на теоретичне питання
 - відповідність змісту;
 - повнота і ґрунтовність викладу;
 - доказовість викладу;
 - термінологічна коректність;
- виконання практичного завдання
 - точність виконання

Схема оцінювання: кожний критерій оцінюється за 4-бальною шкалою:

№	Критерії оцінювання	Шкала оцінювання				Отримані бали
		5 балів	4 бали	3 бали	2 бали	
Теоретичне питання						
1.	Відповідність змісту	Відповідь студента повністю відповідає змісту питання. Усі основні проблеми визначені чітко.	Відповідь студента в основному відповідає змісту питання. Не всі основні проблеми визначені чітко.	Відповідь студента лише частково відповідає змісту питання. Основні проблеми визначені нечітко.	Відповідь студента не відповідає змісту питання. Основні проблеми не визначені.	
2.	Повнота і ґрунтовність викладу	Основні проблеми повністю і ґрунтовно розкриті.	Основні проблеми розкриті не досить повно і ґрунтовно.	Основні проблеми розкриті лише частково і без належної глибини.	Основні проблеми не розкриті.	

3.	Доказовість викладу	Студент демонструє високий рівень доказовості викладу матеріалу з питання. Він може викласти свою точку зору з проблем, що обговорюються.	Студент викладає матеріал, в основному аргументуючи методичні положення. Він відчуває труднощі у викладенні своєї точки зору щодо ряду проблем.	Студент викладає матеріал, майже не аргументуючи методичні положення. Він не має своєї точки зору щодо більшості проблем.	Доказовість викладу матеріалу і самостійні міркування відсутні.	
4.	Термінологічна коректність	Студент досить вільно й коректно користується методичною термінологією. Він володіє повним запасом методичних термінів.	Студент в основному правильно використовує методичну термінологію. Невелика кількість термінологічних помилок не перешкоджає розумінню змісту викладеного.	Студент допускає значну кількість термінологічних помилок, що ускладнює розуміння змісту викладеного. Він володіє обмеженим запасом методичних термінів.	Студент майже не користується методичною термінологією. Його запас методичних термінів мінімальний.	
Практичне завдання 1						
1.	Точність виконання практичного завдання	Практичне завдання виконано в повному обсязі, допущено не більше 1-2 помилок	Практичне завдання виконано в повному обсязі, допущено не більше 4 помилок	Практичне завдання виконано не в повному обсязі, допущено не більше 9 помилок	Практичне завдання виконано не в повному обсязі, допущено більше 9 помилок	
Практичне завдання 2						
1.	Точність виконання практичного завдання	Практичне завдання виконано в повному обсязі, допущено не більше 1-2 помилок	Практичне завдання виконано в повному обсязі, допущено не більше 4 помилок	Практичне завдання виконано не в повному обсязі, допущено не більше 9 помилок	Практичне завдання виконано не в повному обсязі, допущено більше 9 помилок	

Виконання кожного завдання оцінюється окремо.

За залік виставляється оцінка, яка дорівнює середньому арифметичному балу за всі три завдання, округленому до цілого числа і трансформується в **заліковий рейтинговий бал** у такий спосіб:

«відмінно»	30 балів
«добре»	23 бали
«задовільно»	18 балів
«незадовільно»	0 балів

3. Шкала відповідності оцінок

Відмінно	A	90-100	}	Зараховано
Добре	B	82-89		
	C	75-81		
Задовільно	D	66-74	}	не зараховано
	E	60-65		
Незадовільно	FX	0-59		

Політика курсу

Студент вважається допущеним до семестрового контролю, якщо він виконав усі види робіт, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни. Здобувачі вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем зобов'язані відвідувати аудиторні заняття, виконувати завдання з самостійної роботи і проходити всі форми поточного та підсумкового контролю, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни.

Якщо студенти через поважні причини (хвороба, надзвичайні сімейні обставини тощо) не можуть відвідувати певну кількість аудиторних занять, вони мають їх відпрацювати. Процедура та форми, терміни відпрацювання пропущених занять із навчальної дисципліни узгоджують з викладачем.

Під час роботи над усними/письмовими завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності. Зокрема:

- використання в роботі чужих текстів чи окремих фрагментів без належного посилання на джерело, зі змінами окремих слів чи речень;
- використання перефразованих чужих ідей без посилання на їх авторів;
- видавання за власний текст купленого чи отриманого за нематеріальну винагороду чужого тексту чи його фрагменту;
- несамостійне виконання будь-яких навчальних завдань (якщо це не передбачено вимогами програми);
- фальсифікація результатів наукової чи навчальної роботи;
- посилання на джерела, які не використовувалися у роботі;
- залучення підставних осіб до списку авторів наукової чи навчальної роботи, участь таких осіб у поточній чи підсумковій оцінці знань.

Рекомендована література

- Основна:**
1. Алесіна, Н. М., Виноградов В. С. (1993). *Теорія і практика перекладу. Іспанська мова*. Київ: Вища школа.
 2. Амеліна, С. М. (2020). *Актуальні проблеми теорії і практики сучасного перекладу*. К.: Центр учбової літератури
 3. Верба, Г. Г., Орличенко, О. В., Приходько, М. П. (2020). *Посібник з усного та письмового перекладу для студентів старших курсів (українська та іспанська мови)*. Вінниця: Нова книга.
 4. Зелінська, О. І. (2007). *Лінгвальна характеристика українського рекламного тексту*: автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01 „Українська мова”, .Харків.
 5. Коптілов В.В. (2003). *Теорія і практика перекладу*. К., Юніверс.
 6. Литвин, І. М. (2018). *Перекладознавство*. Черкаси: Вид-во Ю. А. Чабаненко.
 7. Порпуліт, О. О. (2009). *Критерії оцінки якості перекладу рекламного тексту. Реклама та PR у масово-інформаційному просторі*:

- монографія. Одеса : Астропринт.
8. Corsellis, Ann. (2010). *Traducción e interpretación en los servicios públicos. Primeros pasos*. Granada: Editorial Comares.
 9. García Yebra, Valentín. (1989). *En torno de la traducción*. Madrid: Gredos.
 10. Gonzales, A. (1994). *Curso de publicidad*. Madrid: Eresma&celeste ediciones.
 11. Messaris, P. (1997). *Visual Persuasion*. London: Sage Publication.
 12. Valdés Rodríguez, C. (1998). *Parametros descriptivos en la Traducción de los textos publicitarios*. Livius 12. pp. 202-293.
 13. Méndez González, Ramón. (2019). Complejidades de la localización de videojuegos: el problema del género de los personajes. *La Linterna del Traductor, número 18*, pp. 76-82.
 14. Agulló García, Belén. (2020). El paradigma actual de la subtitulación: cambios en la distribución de contenido, nuevos hábitos de consumo y avances tecnológicos. *La Linterna del Traductor, número 20*, pp. 53-62.
 15. Pérez Cuartero, Mario. (2020). Puñales por la espalda: hay dialectos que matan. *La Linterna del Traductor, número 21*, pp. 87-91.
 16. González-Camino Calleja, Alicia. (2021). Lenguajes de época: el placer de viajar en el tiempo. *La Linterna del Traductor Número 22*, pp. 72-78.
 17. Ramírez Tello, Pilar (2021). El dedo en el ojo Lady Gaga y la visibilidad. *La Linterna del Traductor, número 22*, pp. 91-93.
 18. Ibáñez Córdoba, Ana. (2022). Acróbatas, poema visual. *La Linterna del Traductor, número 24*, pp. 102-107.

Додаткова:

1. Бабенко Є., Амеліна С., Білоус Н. (2018). *Актуальні проблеми теорії і практики сучасного перекладу*. К.: Центр навчальної літератури
2. Васенко Л. А., Дубічинський В.В., Кривець О.М. (2008). *Фахова українська мова*. К.: Центр учбової літератури.
3. Гула Є. А. (2005). *Редагування як один з головних чинників якісного перекладу*. – Київ: Асоціація перекладачів. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.uta.org.ua/data/loads/Gula.pdf>
4. Івз Гамбієра, Люк ван Дорслар (2020). *Енциклопедія перекладознавства у 4-х томах*. Вінниця: Нова книга.
5. Копильна О. М. (2019). *Практика реферативного перекладу*. К.: Ліра-К.
6. Пеєтр Тороп (2015). *Тотальний переклад*. Вінниця: Нова книга.
7. Шевчук С. В., Клименко І. В. (2010). *Українська мова за професійним спрямуванням*. К.: Алерта
8. Cagnolati, Beatriz E. (2012). *La traductología: Miradas para comprender su complejidad*. Editorial Universidad Nacional de LA Plata. Sacado de <https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.26/pm.26.pdf>.
9. Capilla Campomar, Iris. (2022). Aviación y meteorología, la traducción de una relación simbiótica. *La Linterna del Traductor Número 24*, pp. 58-62.
10. Fernández Cilla, Isabel. (2019). El Servicio de Traducción del Consejo de la Unión Europea: al filo de lo posible. *La Linterna del Traductor, número 19*, pp. 107-114.
11. Ferrer Aguilar, Aida. (2021). Las energías renovables, el cambio climático y nuestra profesión. *La Linterna del Traductor, número 23*, pp. 56-60.
12. Mas García, Alba María. (2018). La traducción del «glamur choni» tiene nombre y empieza por K. *La Linterna del Traductor, número 16*, pp. 79-84.
13. Moya, Virgilio. (2004). *La selva de la traducción: Teorías*

- traductológicas contemporáneas*. Madrid: Cátedra.
14. Oliver González, Antoni. (2016) *Herramientas tecnológicas para traductores*. Barcelona: Editorial UOC.
 15. Newmark, Peter. (1999). *Manual de traducción*. Madrid: Catedra.
 16. Pérez Alarcón, Javier (2017). Al filo de la traducción. Cómo hacer una traducción bien apurada sin cortarse. *La Linterna del Traductor*, número 15, pp. 68-72.
 17. Pym, Anthony. (2016). *Teorías contemporáneas de la traducción*. Tarragona: Intercultural Studies Group.
 18. Reguero Marco, Alexandra. (2018). ATRAE, Asociación de Traducción y Adaptación Audiovisual. *La Linterna del Traductor*, número 16, pp. 85-90.
 19. Sánchez, Ana Isabel. (2019). Tendencias actuales en la traducción de clásicos contemporáneos de la literatura infantil y juvenil (de adecuación y aceptabilidad en el género de los crossovers). *Linterna del Traductor*, número 18, pp. 53-55.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. <http://teneta.rinet.ru/rus/pe/parshin-and-teoria-i-praktika-perevoda.htm>
2. <https://www.ejemplos.co/40-ejemplos-de-juicios-verdaderos-y-falsos/#ixzz75gT9G3IX>
3. www.memo.com
4. www.alipso.com
5. www.latintop.com
6. <http://lenguayliteratura.org>
7. www.proverbia.net/default.asp
8. www.xcastro.com/index_es.htm
9. www.rincondelvago.com
10. <http://cvc.cervantes.es/aula/pasatiempos/>
11. www.indiana.edu/~call/ejercicios.html
12. www.jergasdehablahispana.org/
13. www.glosarium.com/
14. www.eduteka.org
15. <https://www.ejemplos.co/textos-publicitarios/>
16. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=15088>
17. <https://lalinternadeltraductor.org/>
18. <https://maestromelilla.wordpress.com/2021/04/11/textos-publicitarios/>