

Київський університет імені Бориса Грінченка

Кафедра англійської філології та перекладу



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМЕРЦІЙНИЙ ПЕРЕКЛАД

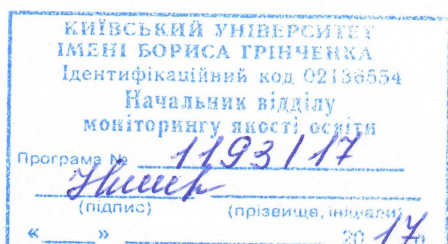
спеціальність: 035 Філологія

спеціалізація: 035.04 Германські мови і література (переклад включно).

освітня програма: Переклад

Освітній рівень: другий (магістерський)

Інститут філології



2017-2018

Робоча програма з Комерційного перекладу (англійська мова) для студентів 5 курсу за спеціальністю: 035 Філологія (спеціалізація: 035.04 Германські мови і література (переклад включно), освітня програма: Переклад), 2017 року – 21 с.

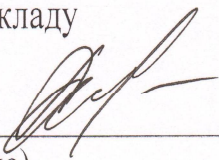
Укладач:

Меркулова Світлана Іванівна, канд. пед. наук, доцент кафедри англійської філології та перекладу

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри англійської філології та перекладу

Протокол № 1 від “29” серпня 2017 року


Завідувач кафедри англійської філології та перекладу



(підпис) (Якуба В. В.)

Структура програми типова. Години відповідають робочому навчальному плану.

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи



(Заяць Л. І.)
(підпис)

Зміст

Пояснювальна записка.....	4
I. Опис предмета навчальної дисципліни.....	7
II. Розподіл годин курсу навчальної дисципліни.....	8
III. Тематичний план навчальної дисципліни.....	9
IV. Навчально-методична карта дисципліни.....	11
V. Завдання для самостійної роботи.....	12
VII. Карта самостійної роботи.....	13
VIII. Система поточного та підсумкового контролю.....	15
X. Методи навчання.....	17
XI. Методичне забезпечення курсу.....	18
XII. Орієнтовний перелік питань до іспиту.....	18
XIII. Рекомендована література.....	20

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

В умовах мультикультурного інформаційного суспільства ХХІ століття стрімкого розвитку набули комунікаційні технології, що прискорили встановлення та розвиток міжнародних контактів в різних сферах суспільного життя. В контексті комерціалізації міжнародних комунікацій відбулось сегментування медіапростору, що в свою чергу прискорило формування нових підходів до передачі інформації цільовій аудиторії. Відтак, необхідність локалізації міжнародної інформації сприяє формуванню системи її перекладу та адаптації відповідно до умов інформаційного середовища певної цільової аудиторії. Таким чином, особливого значення набуває прагматична та соціокультурна адаптація в перекладі текстів міжнародного медіапростору, що підвищує їх розуміння цільовою аудиторією та прискорює відповідну зворотну реакцію, формуючи постійний комунікаційний простір для обміну інформацією в різних сферах комерційної діяльності.

МЕТА курсу полягає:

- в сприянні розумінню важливості принципово нової ситуації в сучасному міжкультурному просторі комерційної діяльності;
- вивченні різних комунікаційних моделей, соціокультурних і правових умов обміну інформацією в комерційному медіапросторі;
- ознайомленні студентів з принципами й методологією перекладу і адаптації міжнародної інформації у локальному медіапросторі різних рівнів комерційної діяльності;
- засвоєнні жанрово-стилістичних особливостей різних типів текстів комерційного медіапростору та специфіки їх перекладу і адаптації;
- на прикладі існуючого досвіду демонстрації студентам важливості адаптації та локалізації інформації, що передається у комерційному медіапросторі відповідно до ментальності, соціокультурних та правових норм цільової аудиторії.

ЗАВДАННЯ курсу з комерційного перекладу:

- формування міжмовної комунікативної компетенції з урахуванням її лінгвістичних, психологічних та когнітивних механізмів в міжнародному комерційному медіапросторі;
- розвиток перекладацької компетенції щодо закономірностей адекватного перекладу специфічних інформаційних повідомлень в різних видах медіа та бізнес-комунікаціях англійською та українською мовами;
- вивчення системи конкретних закономірностей адекватного перекладу текстів комерційного медіапростору, відтворення змістового значення і

жанрово стилістичних особливостей текстів та повідомлень у специфічному локальному середовищі цільової аудиторії;

- застосування соціокультурної, соціально-психологічної компетенції щодо вивчення соціально-символічної мовленнєвої і немовленнєвої поведінки представників цільової аудиторії конкретного комерційного медіапростору.

Оснoву курсу складають теорія і практика перекладу, міжнародні комунікації, соціокультурні дослідження, практика усного і писемного мовлення, які є необхідною базою для майбутніх перекладачів, здатних на високому професійному рівні відтворити інформацію мовою перекладу, зрозумілою для цільової аудиторії, на яку розраховане медіа та комерційне повідомлення.

У результаті вивчення курсу з комерційного перекладу студент повинен **знати:**

- теорію усного та письмового перекладу як засобу налагодження міжкультурної, міжмовної комунікації в комерційному медіапросторі;

- способи прагматичної адаптації тексту-оригіналу в іншомовному локальному середовищі;

- види і типи перекладу та їх використання для правильного (адекватного) відтворення значень комунікативних одиниць будь-якого комерційного медіапростору мовою перекладу;

- переклад текстів, як інформаційних одиниць ЗМІ, WEB, PR, реклами, аудіо-візуальних медіа із специфічною термінологією, нестандартними мовними структурами та жанрово-стилістичними особливостями;

- способи відтворення безеквівалентної лексики;

- фактор стилю тексту-оригіналу у процесі перекладу комерційних медіа повідомлень;

- теорію соціально-психологічного аналізу комунікативних особливостей цільової аудиторії;

- аналіз, особливості та роль медіа в сучасному міжкультурному інформаційному суспільстві та різних рівнях комерційної діяльності.

вміти :

- перекладати галузеву термінологію, фразеологію, специфічну за структурною формою, слогани, різні типи речень, емоційно забарвлені і нейтральні тексти;

- розподіляти та об'єднувати висловлювання при перекладі;

- здійснювати перекладацький аналіз текстів;

- перекладати власні назви;

- відтворювати безеквівалентну лексику;

- виступати з повідомленнями за обраною тематикою, добирати фактичний матеріал для курсових і дипломних робіт;

- застосовувати перекладацькі трансформаційні засоби в практиці усного та письмового перекладу;

- трансформувати візуальні символи міжкультурного значення у вербальні, використовуючи мову оригіналу і перекладу;

- користуватися автоматичними словниками, інтернет-ресурсами, комп'ютерними перекладацькими програмами та редагувати перекладені тексти.

Курс розрахований на 180 годин, з них, практичні заняття – 68 годин, самостійна робота студентів – 70 годин, модульний контроль – 12 годин, семестровий контроль – 30 годин.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: Комерційний переклад

Курс	Спеціальність, спеціалізація, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>6 кредитів</i></p> <p>Змістові модулі: <i>4 модулі</i></p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): <i>180 годин</i></p>	<p>спеціальність: 035 Філологія</p> <p>спеціалізація: 035.04 Германські мови і література (переклад включно).</p> <p>освітня програма: Переклад</p> <p>Освітній рівень: другий (магістерський)</p>	<p>Рік підготовки: 5</p> <p>Семестр: 9, 10</p> <p>Практичні заняття: <i>68 годин</i></p> <p>Самостійна робота: <i>70 годин</i></p> <p>Модульний контроль: <i>12 годин</i></p> <p>Вид контролю: <i>9 семестр – залік, 10 семестр – іспит (30 годин)</i></p>

II. РОЗПОДІЛ ГОДИН КУРСУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви тематичних розділів	Кількість годин				
		Разом	Практичних	Самостійна робота	Контроль	Підсумковий контроль
1	2	3	4	5	6	7
9 семестр						
Змістовий модуль 1. Translation vs Adaptation in the International Commercial Media space						
1	Different types of Media in International Commercial area. The choice of translation or adaptation due to the type of Media.	21	8	12	1	
2	The Role of Culture in Commercial Translation. Translation through cultures.	21	8	12	1	
Разом		42	16	24	2	
Змістовий модуль 2. Translation, Adaptation and Localization of Printed commercial media texts.						
3	Fundamentals of Translation and Localization texts for newspapers and magazines in multicultural commercial media space.	24	10	12	2	
4	Translation and Adaptation of various commercial printed texts	24	10	12	2	
Разом		48	20	24	4	
Разом за 9-й навчальний семестр		90	36	48	6	-
10 семестр						
Змістовий модуль 3. Translation in Global Commercial News.						
5	Transformations in International Commercial News.	16	8	6	2	
6	The Analysis of Commercial News Translation Process.	13	8	4	1	
Разом		29	16	10	3	
Змістовий модуль 4. Standardization or adaptation in International advertising strategies.						
7	Different aspects of adaptation and localization of International advertising campaigns and their components	16	8	6	2	
8	Translation in International Branding.	15	8	6	1	
Разом		31	16	12	3	
Разом за 10-й навчальний семестр		90	32	22	6	30
Разом за рік		180	68	70	12	30

III. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Translation vs Adaptation in the International commercial media space

Тема 1: Different types of Media in International Commercial area. The choice of translation or adaptation due to the type of Media.

Adaptation in Translation Studies. Different types of Commercial Media. The choice of translation or adaptation due to the type of Media. General rules of translation or adaptation of texts in commercial media space. Translation of stylistic devices in commercial media texts. Pragmatic and Sociocultural Adaptation in Translation: Discourse and Communication Approach.

Тема 2: The Role of Culture in Commercial Translation. Translation through cultures.

The Role of Culture in Commercial Translation. Translation and adaptation of Culture-specific Items (CSI): 1) Terminology / nomenclature 2) Internationally known items and sets 3) Concrete objects, basic level items 4) Word, expressing perception and evaluation often linked to socio-cultural norms 5) Culture-bound elements. Translation through cultures.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Translation, Adaptation and Localization of Printed commercial media texts.

Тема 3: Fundamentals of Translation and Localization texts for newspapers and magazines in multicultural commercial media space.

Fundamentals of Translation and Localization texts for newspapers and magazines in multicultural commercial media space. Cross cultural aspects of Translating Editorials and different types of articles for printed media editions publishing in three and more countries.

Тема 4: Translation and Adaptation of various commercial printed texts

Translation and Adaptation products and services POS materials (leaflets, brochures, business cards, fliers etc.) for International Exhibitions and Fairs in English-speaking countries. Preparing bilingual issues for Exhibition media space in Ukraine. The role of adaptation companies information for International Directories and Catalogues.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Translation in Global Commercial News.

Тема 5: Transformations in International Commercial News.

News and social life of the words. Transformations in International Commercial News. Adaptation of International Commercial News to the target audience. Cross-cultural Journalism and the Language Divide. The Work Process of a Correspondent: A Case Study in Translation Sociology.

Тема 6: The Analysis of Commercial News Translation Process.

The Analysis of Press Translation Process. A Cultural Studies Approach to Translation in Commercial News. Translation through Interpreting: A Television Newsroom Model. The Role of Translation Studies in the Analysis of Contemporary Issues.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. Standardization or adaptation in International advertising strategies.

Тема 7: Different aspects of adaptation and localization of international advertising campaigns and their components

Localization of international advertising campaigns: adapting the company's communication to the specificities of the local environment of the hosting countries targeted by the campaign. Adapting ad commercials for local markets. Different aspects of adaptation and localization outdoor advertising for English-speaking media market and Ukraine.

Тема 8: Translation in International Branding.

The roles of brand personality and country-of-origin image techniques for the translation of advertising slogans. Visual persuasion: issues in the translation of the visual in advertising. Name Selection in International Branding: Translating Brand Culture.

IV. Навчально-методична карта дисципліни «Комерційний переклад»

V-й рік навчання (9, 10 семестр)

Разом: 180, практичні заняття - 68, самостійна робота – 70, модульний контроль – 12 годин.

Модулі	Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2		Змістовий модуль 3		Змістовий модуль 4	
Назва модуля	Different types of Media in International Commercial area. The choice of translation or adaptation due to the type of Media.		Translation, Adaptation and Localization of Printed commercial media texts.		Translation in Global Commercial News.		Standardization or adaptation in International advertising strategies.	
К-ть балів за модуль	8 + (8 x 10) = 88		10 + (10 x 10) = 110		8 + (8 x 10) = 88		8 + (8 x 10) = 88	
Години	8	8	10	10	8	8	8	8
Теми лекційних та практичних занять	Translation vs Adaptation in the International commercial media space	The Role of Culture in Commercial Translation. Translation through cultures.	Fundamentals of Translation and Localization texts for newspapers and magazines in multicultural commercial media space.	Translation and Adaptation of various commercial printed texts	Transformations in International Commercial News.	The Analysis of Commercial News Translation Process.	Different aspects of adaptation and localization of international advertising campaigns and their components	Translation in International Branding.
Самостійна робота	25(5x5)		25(5x5)		25(5x5)		30(6x5)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 25 балів		Модульна контрольна робота 2 25 балів		Модульна контрольна робота 3 25 балів		Модульна контрольна робота 4 25 балів	
Підсумковий контроль	Залік				Іспит (40 балів)			

*Кількість балів за модуль вираховується за навчальну діяльність

V. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Translation vs Adaptation in the International commercial media space

1. Media discourses: analyzing media texts. News and social life of the words.
2. The performance of identity in International consumers' magazines. Adaptation of information to target country.
3. Studying Television as narrative. Conversation analysis of broadcast interviews. Peculiarities of translating interviews with celebrities.
4. New media: weblogs and other interactive media. How to translate chats?
5. Translation and adaptation of Culture-specific Items in different types of media texts.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Translation, Adaptation and Localization of Printed commercial media texts.

1. Strategies for translation of promotional printed texts.
2. Translation supporting commercial documentary in multicultural media space, taking into account specific terminology of different industries.
3. Adaptation companies information for International Directories and Catalogues.
4. Translation and adaptation newspaper texts in multilingual area. Localization of International newspapers and magazines information.
5. Translating printed media texts from native language into English.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Translation in Global Commercial News.

1. Specifics and methodology in translating News.
2. Cross-cultural Journalism. Translation journalist reports from English-speaking countries.
3. Translation and adaptation broadcast interviews.
4. Analysis news translation of "difficult" International topics.
5. Transformations in News as a Case study of Sociology.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. Standardization or adaptation in International advertising strategies.

1. Brand awareness and process of adaptation Global Brand values to the local markets.
2. Translation and adaptation of International Ad campaigns to new markets.
3. Specifics of translation Ad slogans and rhymed Ad texts.
4. Transliteration of Global Brands names in localization of Ad campaigns.
5. Peculiarities of adaptation humorous aspects in International Ad texts to the local markets.

VI. КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

V курс (9, 10 семестр)

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Термін виконання (тиждень)	Бали
9 семестр			
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.			
Translation vs Adaptation in the International commercial media space			
1. Media discourses: analyzing media texts. News and social life of the words.	Практичні заняття	2-й	5
2. The performance of identity in International consumers' magazines. Adaptation of information to target country.	Практичні заняття	4-й	5
3. Studying Television as narrative. Conversation analysis of broadcast interviews. Peculiarities of translating interviews with celebrities.	Практичні заняття	6-й	5
4. New media: weblogs and other interactive media. How to translate chats?	Практичні заняття	8-й	5
5. Translation and adaptation of Culture-specific Items in different types of media texts.	Практичні заняття	9-й	5
Разом за модуль 1		25 балів	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.			
Translation, Adaptation and Localization of Printed commercial media texts.			
1. Strategies for translation of promotional printed texts.	Практичні заняття	10-й	5
2. Translation supporting commercial documentary in multicultural media space, taking into account specific terminology of different industries.	Практичні заняття	12-й	5
3. Adaptation companies information for International Directories and Catalogues.	Практичні заняття	14-й	5
4. Translation and adaptation newspaper texts in multilingual area. Localization of International newspapers and magazines information.	Практичні заняття	16-й	5
5. Translating printed media texts from native language into English.	Практичні заняття	18-й	5
Разом за модуль 2		25 балів	
10 семестр			
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Translation in Global Commercial News.			
1. Specifics and methodology in translating News.	Практичні заняття	2-й	5
2. Cross-cultural Journalism. Translation journalist reports from English-speaking countries.	Практичні заняття	4-й	5
3. Translation and adaptation broadcast interviews.	Практичні заняття	6-й	5
4. Analysis news translation of "difficult" International topics.	Практичні заняття	8-й	5
5. Transformations in News as a Case study of Sociology.	Практичні заняття	10-й	5
Разом за модуль 3		25 балів	

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4.			
Standardization or adaptation in International advertising strategies.			
1. Brand awareness and process of adaptation Global Brand values to the local markets.	Практичні заняття	11-й	5
2. Translation and adaptation of International Ad campaigns to new markets.	Практичні заняття	12-й	5
3. Specifics of translation Ad slogans and rhymed Ad texts.	Практичні заняття	13-й	5
4. Transliteration of Global Brands names in localization of Ad campaigns.	Практичні заняття	14-й	5
5. Peculiarities of adaptation humorous aspects in International Ad texts to the local markets.	Практичні заняття	15-й	5
6. Adaptation and localization texts with hidden advertising claims.	Практичні заняття	16-й	5
Разом за модуль 4			30 балів
Разом за рік (Vкурс)			105 балів

VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ.

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Комерційний переклад» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок.

Таблиця 8.1

Розрахунок рейтингових балів

Коефіцієнт розрахунку рейтингових балів за семестрами

Курс V: Комерційний переклад

- (9-й семестр)

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1.	Відвідування практичних занять	1	18	18
2.	Виконання завдання самостійної роботи	5	10	50
3.	Відповідь на практичному занятті	10	18	180
4.	Модульна контрольна робота (у т.ч. виконання тестового контролю)	25	2	50
Максимальна кількість балів: 298				

Коефіцієнт розрахунку рейтингових балів: $100 / 298 = 0,335$

- (10-й семестр)

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1.	Відвідування практичних занять	1	16	16
2.	Виконання завдання самостійної роботи	5	11	55
3.	Відповідь на практичному занятті	10	16	160
4.	Модульна контрольна робота (у т.ч. виконання тестового контролю)	25	2	50
Максимальна кількість балів: 276				

Коефіцієнт розрахунку рейтингових балів: $60 / 276 = 0,217$

Таблиця 9.2

Порядок переведення рейтингових показників успішності студентів у європейські оцінки ECTS

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно — відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками
B	82-89 балів	Дуже добре — достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок
C	75-81 балів	Добре — в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно — посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68 балів	Достатньо — мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання — незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу — досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

Таблиця 9.3

Загальні критерії оцінювання навчальних досягнень студентів

Оцінка	Критерії оцінювання
«відмінно»	ставиться за повні та міцні знання матеріалу в заданому обсязі, вміння вільно виконувати практичні завдання, передбачені навчальною програмою; за знання основної та додаткової літератури; за вияв креативності у розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь.
«добре»	ставиться за вияв студентом повних, систематичних знань із дисципліни, успішне виконання практичних завдань, засвоєння основної та додаткової літератури, здатність до самостійного поповнення та оновлення знань. Але у відповіді студента наявні незначні помилки.
«задовільно»	ставиться за вияв знання основного навчального матеріалу в обсязі, достатньому для подальшого навчання і майбутньої фахової діяльності, поверхову обізнаність з основною і додатковою літературою, передбаченою навчальною програмою; можливі суттєві помилки у виконанні практичних завдань, але студент спроможний усунути їх із допомогою викладача.
«незадовільно»	виставляється студентові, відповідь якого під час відтворення основного програмового матеріалу поверхова, фрагментарна, що зумовлюється початковими уявленнями про предмет вивчення. Таким чином, оцінка «незадовільно» ставиться студентові, який неспроможний до навчання чи виконання фахової діяльності після закінчення ВНЗ без повторного навчання за програмою відповідної дисципліни.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використанням роздрукованих завдань.

Практичний переклад різних медіа текстів, які виконує студент за визначеною тематикою індивідуально, обговорюються та захищаються на практичних заняттях.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- своєчасність виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні:* семінари, пояснення, розповідь із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint – Презентація), бесіда.
- *Наочні:* спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні:* вправи.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів; виконання індивідуальних навчальних проектів.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- √ навчальні посібники;
- √ робоча навчальна програма;
- √ ресурси глобальної комп'ютерної мережі;
- √ засоби підсумкового контролю;
- √ завдання для ректорського контролю знань студентів з навчальної дисципліни.

X. ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ІСПИТУ

1. Different types of Media, the influence of media on the target audience.
2. Printed media and peculiarities of newspaper text translation.
3. General rules of translation or adaptation of texts in commercial media space.
4. Translation of stylistic devices in media texts.
5. Pragmatic and Sociocultural Adaptation in Translation commercial media texts.
6. Commercial Media Discourse and Communication Approach.
7. Translation and adaptation of Culture-specific Items (CSI):
8. Translation and adaptation culture-bound elements. Translation through cultures.
9. Fundamentals of Translation and Localization texts for newspapers and magazines in multicultural commercial media space.
10. Transformations in catchy newspaper headlines.
11. Adaptation and localization newspaper Editorials.
12. Localization International magazines content to the target audience.
13. Cross cultural aspects of translating newspaper articles for International printed media editions.
14. Peculiarities of translation printed materials for International scientific conferences including Programs and brochures.
15. Translation and Adaptation POS materials (leaflets, brochures, business cards, fliers etc.) for International media events in English-speaking countries.
16. The role of adaptation information about companies for International Directories and Catalogues.
17. The importance of accuracy in translation and adaptation of company name and primary information about it.
18. News and social life of the words. Transformations in International News.
19. Adaptation of International News to the local target audience.
20. Cross-cultural Journalism and the Language Divide. Ethics in translation live interviews.
21. Translation through Interpreting: A Television Newsroom Model.

22. Peculiarities of Translation phrasal units, quotations and jokes in International News.
23. Difficulties in Localization metaphors, metonymies and allusions in the context of International News to the target audiences with different cultures.
24. The Role of Translation Studies in the Analysis of Contemporary Issues.
25. Localization of international advertising campaigns: necessity of naturalizing in translation ad texts.
26. Adapting ad commercials for local markets.
27. Different aspects of adaptation and localization outdoor advertising for English-speaking media market and Ukraine.
28. The roles of brand personality and country-of-origin image techniques for the translation of advertising slogans.
29. Visual persuasion: issues in the translation of the visual in advertising.
30. Name Selection in International Branding: Translating Brand Culture.

XI. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): Підручник. – Вінниця, «Нова Книга», 2003. – 448с.
2. Максимов С.Є. Практичний курс перекладу (англійська та українська мови) [Текст]/С.Є. Максимов. – К.: Ленвіт, 2006. – 157с.
3. Науменко Л. Практичний курс перекладу з англійської мови на українську = Practical Course of Translation from English into Ukrainian: навч. посібник / Л. Науменко, А. Гордєєва. – Вінниця: Нова Книга, 2011. – 136 с.
4. Черноватий Л. М. Методика викладання перекладу як спеціальності: підручник для студ. вищих закладів освіти за спеціальністю «Переклад» / Л. М. Черноватий. – Вінниця: Нова Книга, 2013. – 376 с.
5. Donald Matheson. Mediadiscourses: Analysing Media Texts./Open University Press, Bell & Bain Ltd, Glasgow, 2005. – 218p.
6. (Multi) Media translation /concepts, practices, and research. Edited by Yves Gambier and Henrik Gottlieb. / John Benjamins publishing company, Amsterdam/Philadelphia, 2001. – 320p.
7. Topics in audiovisual translation / edited by Pilar Orero./ John Benjamins publishing company, Amsterdam/Philadelphia, 2004. – 242p.
8. Translation in practice: a symposium / edited by Gill Paul. – 1st ed. Dalkey Archive Press, 2009. – 88p.
9. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English: Eights Edition (by A.S.Hornby) / Chief Editor: A P Cowie Oxford: Oxford University Press, 2012 – 1579 p.
10. Longman Dictionary of Contemporary English, 6th edition./ Pearson Education Limited, 2016. – 2161p.

ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА:

1. Черноватий Л.М., Карабан В.І. Переклад англомовної юридичної літератури [Текст]/Л.М. Черноватий. – Вінниця: Нова книга, 2006. – 656 с.
2. Черноватий Л.М., Карабан В.І. Переклад англомовної економічної літератури [Текст]/Л.М. Черноватий. – Вінниця: Нова книга, 2010. – 272с.
3. Черноватий Л.М., Карабан В.І. Переклад англомовної науково-технічної літератури [Текст]/Л.М. Черноватий. – Вінниця: Нова книга, 2010. – 325 с.
4. Черноватий Л.М., Карабан В.І. Переклад англомовної громадсько-політичної літератури [Текст]/Л.М. Черноватий. – Вінниця: Нова книга, 2006. – 272 с.
5. Interpreter Training Resources [Electronic resource]. – Access mode: <http://interpreters.free.fr/>. Kriston Andrea The Importance of Memory Training

- in Interpretation / Andrea Kriston // Professional Communication and Translation Studies. – 5(1-2). –2012. – P. 79–86.
6. Proceedings./EU High Level Scientific Conferences, Marie Curie Euro conferences *MuTra: Challenges of Multidimensional Translation*. /Saarbrücken 2-6 May 2005, - 238 p.
 7. Tradition and Trends in Trans-Language Communication. Edited by Jitka Zehnalova, Ondřej Molnar, Michal Kubanek./ Palacky University, Olomouc, 2013. – 280p.