

Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий морський гуманітарний інститут
Кафедра «Філологія»

СИЛАБУС

**Навчальної дисципліни: Типологія сучасного
англомовного рекламного дискурсу**

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський) рівень</i>	
Програма навчання	<i>Освітньо-професійна</i>	
Галузь знань	03	<i>Гуманітарні науки</i>
Спеціальність	035	<i>Філологія</i>
Освітня програма	<i>Технічний переклад у сфері морського бізнесу</i>	
Цикл дисципліни	<i>Вибіркова</i>	
Курс та семестр	<i>4 курс, 8 семестр</i>	
Обсяг дисципліни	<i>3 кредити ECTS / 90 академічних годин</i>	
Види аудиторних занять	<i>Лекції, практичні заняття.</i>	
Індивідуальні та (або) групові завдання	-	
Форми контролю	<i>Залік</i>	

Викладачі:

Смаглій Валерія Михайлівна, доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри «Філологія», ped.onmu@gmail.com;

Москалюк Олена Вікторівна, доцент кафедри філології, moskalyukev@gmail.com.

Мета навчальної дисципліни «Типологія сучасного англомовного рекламного дискурсу» – дати теоретичне обґрунтування типологічних особливостей англомовного рекламного дискурсу та ознайомити здобувачів вищої освіти з моделями різного типу рекламних текстів, що функціонують у сучасному світі. Цей курс надає студентіві знання з сучасного англомовного рекламного дискурсу, а також вчить аналізувати явища вербальної та невербальної рекламної комунікації, самостійно створювати рекламні тексти різних жанрів і різного призначення, оволодіти стратегіями і тактиками перекладу рекламних текстів.

Програмні результати навчання:

ПРН02. Ефективно працювати з інформацією: добирати необхідну інформацію з різних джерел, зокрема з фахової літератури та електронних баз, критично аналізувати й інтерпретувати її, впорядковувати, класифікувати й систематизувати.

ПРН15. Здійснювати лінгвістичний, літературознавчий та спеціальний філологічний аналіз текстів різних стилів і жанрів.

ПРН16. Знати й розуміти основні поняття, теорії та концепції обраної філологічної спеціалізації, уміти застосовувати їх у професійній діяльності.

ПРН20. Мати навички роботи з використання програмного забезпечення, перекладацьких програм та електронних словників у професійній діяльності.

ПРН21. Володіти концептуально-методологічними знаннями про сутність лінгвістичних та перекладознавчих явищ для аналізу та ров'язання конкретних перекладознавчих проблем, навички використання термінологічного апарату перекладознавства, уміння перенести знання та вміння у перекладацьку практику письмового і усного перекладу різногалузевих текстів, використання новітніх перекладознавчих теорій та їх інтерпретацій.

Очікувані результати навчання дисципліни:

Здобувач вищої освіти знає:

- 1) предмет та завдання курсу;
- 2) базові поняття, метамову сучасного англомовного рекламного дискурсу;
- 3) основні напрями дослідження рекламного дискурсу;
- 4) види та форми реклами, структуру англомовного рекламного тексту;
- 5) типологічні особливості рекламного дискурсу.

Здобувач вищої освіти вміє:

- 1) оцінювати здобутки вчених в розробці рекламного дискурсу;
- 2) аналізувати види та форми реклами, структуру англомовного рекламного тексту;
- 3) знаходити у англомовному рекламному тексті та інтерпретувати різнорівневі мовні засоби;
- 4) самостійно створювати рекламні тексти різних жанрів і різного призначення;
- 5) застосовувати набуті знання та вміння в професійній діяльності.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№п/п	Назва тем, змістовних блоків та модулів	Кількість годин			
		лекції	практичні	лабораторні	самостійні
1	2	3	4	5	6
1	Тема 1. Англомовний рекламний дискурс: поняття, ознаки та функції.	2	2		12
2	Тема 2. Класифікація реклами та її текстові характеристики.	2	2		12
3	Тема 3. Генеза досліджень сучасного англомовного рекламного дискурсу.	4	2		12
4	Тема 4. Композиція англомовного рекламного тексту.	4	4		12
5	Тема 5. Роль перекладу сучасного англомовного дискурсу у формуванні міжкультурної комунікації.	4	4		12
Всього		16	14		60

КОНТРОЛЬ ТА ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Контроль навчальних досягнень здобувачів освіти за дисципліною забезпечується за допомогою поточного та підсумкового контролю.

Поточний контроль успішності – це систематична перевірка знань студентів, що проводиться викладачем під час аудиторних занять.

Підсумковий контроль успішності проводиться у формі заліку.

Порядок проведення контролю успішності та оцінювання результатів навчання встановлено Положенням про організацію освітнього процесу в ОНМУ.

Система модульно-рейтингового контролю результатів навчання студентів спеціальності 035 Філологія ОНМУ, перший (бакалаврський) рівень, ОП «Технічний переклад у сфері морського бізнесу» однакова для всіх дисциплін і має таку структуру:

№ з/п	Форма підсумкового контролю	Види навчальної діяльності	Максимальна кількість балів
1.	Передбачений підсумковий контроль – диференційований залік	Аудиторна та самостійна навчальна робота	50
		Залікова контрольна робота	50

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ЗАСВОЄННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Реклама як об'єкт лінгвістики.
2. Проблема визначення понять «реклама», «рекламний текст», «рекламний дискурс».
3. Взаємодія вербального та невербального компонентів у рекламі.
4. Види та форми реклами.
5. Первинні та вторинні жанри реклами.
6. Жанрова своєрідність реклами з огляду на її призначення.
7. Структура рекламного тексту: заголовок, підзаголовок, основний текст, слоган, луна-фраза.
8. Семантична й структурна класифікація рекламних слоганів.
9. Формула впливу рекламного дискурсу.
10. Аргументація у рекламі.
11. Комунікативні стратегії і тактики реалізації сугестивного впливу в дискурсі комерційної та політичної реклами.
12. Особливості функціонування різних груп лексики в рекламній комунікації.
13. Запозичена лексика в мові реклами.
14. Особливості використання різних частин мови в рекламному тексті: специфіка вживання іменників та прикметників.
15. Функція займенника у текстах реклами.
16. Статус числівника в рекламі.
17. Вербалізація спонукальної інтенції в рекламному дискурсі.
18. Граматична структура рекламного тексту.
19. Стилiстичні фігури та тропи в текстах друкованої реклами.
20. Синонімія та полісемія у рекламних текстах.
21. Реалізація прийому протиставлення в рекламі.
22. Мовна гра у рекламі.
23. Засоби вираження емотивності в рекламі.
24. Гендерні стереотипи як основа конструювання чоловічих та жіночих ролей у рекламі.
25. Проблеми відтворення рекламних текстів у перекладі.
26. Роль перекладу сучасного англомовного дискурсу у формуванні міжкультурної

комунікації.

27. Залежність особливостей рекламних текстів від екстралінгвістичних чинників.

28. Реклама у прагмалінгвістичному аспекті: комунікативна мета, умови функціонування, контекст функціонування, врахування особливостей адресатів.

29. Основні принципи створення англомовних рекламних текстів.

30. Критерії ефективності сучасного англомовного рекламного тексту.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література

1. Джефкінс Ф. Реклама: практичний посібник; пер. з англ. Київ: Т-во Знання, 2008. 565 с.

2. Єфімов Л. П. Стилїстика англїйської мови. Вінниця: Нова книга, 2011. 240 с.

Допоміжна література

1. Добровольська Д.М. Мовні особливості англомовних рекламних слоганів та їх відтворення українською мовою: автореф. дис. ... канд. філол. наук. Одеса, 2017. 21 с.

2. Кутуза Н.В. Рекламний та PR-дискурс: аспекти впливу. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2015. 288 с.

3. Обрїтько Б.А. Реклама і рекламна діяльність: курс лекцій. К.: МАУП, 2002. 240 с.

Інформаційні ресурси

1. George Lakoff and Mark Johnsen Metaphors we live by. London: The University of Chicago, 2003. URL: <http://shu.bg/tadmin/upload/storage/161.pdf>

2. Learn faster. Stay motivated. Study smarter. URL: <https://study.com/academy/lesson/literary-devices-definition-examples-quiz.html>

3. Literary Devices URL: <https://literarydevices.net/#>

4. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ua/>

5. Oxford Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>