

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-1, ПК-2

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	Способен обеспечить межкультурное взаимодействие в устной и письменной формах в официальной, неофициальной и профессиональной сферах общения.	ПК-1.1. Обеспечение межкультурного общения в различных профессиональных сферах. ПК-1.2. Выполнение функций посредника в сфере межкультурной коммуникации.
ПК-2	Способен осуществлять устный и письменный перевод различного рода текстов с соблюдением норм лексической эквивалентности, грамматических, синтаксических и стилистических аспектов исходного текста.	ПК-2.1. Выполнять письменный и устный перевод с соблюдением лексической эквивалентности, грамматической, синтаксической и стилистической норм. ПК-2.2. Владеть навыками постпереводческого редактирования перевода текстов в зависимости от поставленной задачи перевода.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-1		
	как осуществлять устный и письменный перевод различного рода текстов с соблюдением норм лексической	обеспечить межкультурное взаимодействие в устной и письменной формах в официальной,	навыками выполнения функций посредника в сфере межкультурной

	эквивалентности, грамматических, синтаксических и стилистических аспектов исходного текста	неофициальной и профессиональной сферах общения	коммуникации
Код компетенции	ПК-2		
	как осуществлять устный и письменный перевод различного рода текстов с соблюдением норм лексической эквивалентности, грамматических, синтаксических и стилистических аспектов исходного текста.	выполнять письменный и устный перевод с соблюдением лексической эквивалентности, грамматической, синтаксической и стилистической норм	навыками постпереводческого редактирования перевода текстов в зависимости от поставленной задачи перевода

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы маркетинговой лингвистики» относится дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП..

Дисциплина находится во взаимосвязи с такими дисциплинами, как: «Основы медиалингвистики», «Введение в теорию медиакommunikаций», «Межкультурная коммуникация» и др.

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В рамках освоения программы магистратуры выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: переводческая.

Профиль (направленность) программы установлена путем ее ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Медиалингвистика и межкультурная коммуникация.

5. Объем дисциплины

Виды учебной работы	Форма обучения
	Очная
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	6/216
Контактная работа:	
Занятия лекционного типа	
Занятия семинарского типа	68
Промежуточная аттестация: экзамен	36
Самостоятельная работа (СРС)	112

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы раздела дисциплины	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные работы	Иные занятия	Самостоятельная работа
1 семестр								
1.	Маркетинговая лингвистика как область лингвистических исследований				6,8			11,2
2.	Характеристики маркетинговой коммуникации				6,8			11,2
3.	Маркетинговый дискурс				6,8			11,2
4.	Особенности и функции продвигающих текстов. Типология продвигающих текстов				6,8			11,2
5.	Языковые инструменты маркетинга				6,8			11,2
2 семестр								
6.	Языковые приемы и речевые стратегии и тактики маркетинговой коммуникации				6,8			11,2
7.	Лингвокогнитивные и психолингвистические аспекты маркетингового дискурса				6,8			11,2
8.	Современные подходы к изучению профессиональной				6,8			11,2

	коммуникации и языка для специальных целей в сфере маркетинга и рекламы							
9.	Речевые стратегии и тактики в продвижении брендов				6,8			11,2
10.	Межкультурные аспекты маркетинговых коммуникаций				6,8			11,2
	Промежуточная аттестация	27						
	Итого				68			112

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы раздела дисциплины	Содержание лекционного занятия
1 семестр		
1.	Маркетинговая лингвистика как область лингвистических исследований	Специфика дисциплины «Маркетинговая лингвистика»: цели и задачи дисциплины, тематическая ориентация дисциплины, место дисциплины в ряду профессиональных дисциплин. Отличительные парадигмальные черты современной лингвистики. Доминирующие подходы к изучению маркетинговой коммуникации.
2.	Характеристики маркетинговой коммуникации	Маркетинговые коммуникации: основные инструменты и критерии эффективности
3.	Маркетинговый дискурс	Основные понятия и категории маркетинговой лингвистики: маркетинговый дискурс. Понятие дискурса активного воздействия. Критерии и принципы типологизации маркетингового дискурса.
4.	Особенности и функции продвигающих текстов. Типология продвигающих текстов	Продвигающие тексты. Особенности и функции продвигающих текстов. Типология продвигающих текстов. Типы маркетинговых текстов. Критерии и принципы типологизации рекламных текстов.
5.	Языковые инструменты маркетинга	Механизмы воздействия на адресата в маркетинговой коммуникации. Понятия речевого и коммуникативного воздействия. Типы речевого воздействия. Средства речевого воздействия. Коммуникативное и речевое воздействие в маркетинге и рекламе. Понятие целевой

		аудитории. Потребительское поведение. Стилистическая вариативность текстов сферы маркетинга.
2 семестр		
6.	Языковые приемы и речевые стратегии и тактики маркетинговой коммуникации	Фонетические средства языковой экспрессии в маркетинговой коммуникации. Лексико-семантические особенности маркетинговой коммуникации. Синтаксические способы организации маркетингового дискурса. Понятие экспрессивного синтаксиса. Синтаксические средства речевого воздействия в маркетинговом дискурсе. Лингвокреативность в маркетинговой коммуникации.
7.	Лингвокогнитивные и психолингвистические аспекты маркетингового дискурса	Лингвокогнитивные факторы формирования маркетингового дискурса.
8.	Современные подходы к изучению профессиональной коммуникации и языка для специальных целей в сфере маркетинга и рекламы	Маркетинговые и рекламные термины как особый пласт языка профессионального общения. Соотношение метаязыка маркетинговой лингвистики и терминологии маркетинга.
9.	Речевые стратегии и тактики в продвижении брендов	Классификация речевых стратегий и тактик в маркетинговой коммуникации. Эмоциональные, рациональные и комбинированные стратегии. Реализация речевых стратегий брендов в социальных сетях.
10.	Цифровые маркетинговые коммуникации	Межкультурные аспекты маркетинговых коммуникаций в цифровой среде

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы раздела дисциплины	Содержание практического занятия
1 семестр		
1.	Маркетинговая лингвистика как область лингвистических исследований	Специфика дисциплины «Маркетинговая лингвистика»: цели и задачи дисциплины, тематическая ориентация дисциплины, место дисциплины в ряду профессиональных дисциплин. Отличительные парадигмальные черты современной лингвистики. Доминирующие подходы к изучению маркетинговой коммуникации.
2.	Характеристики маркетинговой коммуникации	Маркетинговые коммуникации: основные инструменты и критерии эффективности
3.	Маркетинговый дискурс	Основные понятия и категории маркетинговой лингвистики: маркетинговый дискурс. Понятие дискурса

		активного воздействия. Критерии и принципы типологизации маркетингового дискурса.
4.	Особенности и функции продвигающих текстов. Типология продвигающих текстов	Продвигающие тексты. Особенности и функции продвигающих текстов. Типология продвигающих текстов. Типы маркетинговых текстов. Критерии и принципы типологизации рекламных текстов.
5.	Языковые инструменты маркетинга	Механизмы воздействия на адресата в маркетинговой коммуникации. Понятия речевого и коммуникативного воздействия. Типы речевого воздействия. Средства речевого воздействия. Коммуникативное и речевое воздействие в маркетинге и рекламе. Понятие целевой аудитории. Потребительское поведение. Стилистическая вариативность текстов сферы маркетинга.
2 семестр		
6.	Языковые приемы и речевые стратегии и тактики маркетинговой коммуникации	Фонетические средства языковой экспрессии в маркетинговой коммуникации. Лексико-семантические особенности маркетинговой коммуникации. Синтаксические способы организации маркетингового дискурса. Понятие экспрессивного синтаксиса. Синтаксические средства речевого воздействия в маркетинговом дискурсе. Лингвокреативность в маркетинговой коммуникации.
7.	Лингвокогнитивные и психолингвистические аспекты маркетингового дискурса	Лингвокогнитивные факторы формирования маркетингового дискурса.
8.	Современные подходы к изучению профессиональной коммуникации и языка для специальных целей в сфере маркетинга и рекламы	Маркетинговые и рекламные термины как особый пласт языка профессионального общения. Соотношение метаязыка маркетинговой лингвистики и терминологии маркетинга.
9.	Речевые стратегии и тактики в продвижении брендов	Классификация речевых стратегий и тактик в маркетинговой коммуникации. Эмоциональные, рациональные и комбинированные стратегии. Реализация речевых стратегий брендов в социальных сетях.
10.	Цифровые маркетинговые коммуникации	Межкультурные аспекты маркетинговых коммуникаций в цифровой среде

6.2.3. Содержание самостоятельных занятий

№ п/п	Наименование темы раздела дисциплины	Содержание лекционного занятия
1 семестр		

1.	Маркетинговая лингвистика как область лингвистических исследований	Специфика дисциплины «Маркетинговая лингвистика»: цели и задачи дисциплины, тематическая ориентация дисциплины, место дисциплины в ряду профессиональных дисциплин. Отличительные парадигмальные черты современной лингвистики. Доминирующие подходы к изучению маркетинговой коммуникации.
2.	Характеристики маркетинговой коммуникации	Маркетинговые коммуникации: основные инструменты и критерии эффективности
3.	Маркетинговый дискурс	Основные понятия и категории маркетинговой лингвистики: маркетинговый дискурс. Понятие дискурса активного воздействия. Критерии и принципы типологизации маркетингового дискурса.
4.	Особенности и функции продвигающих текстов. Типология продвигающих текстов	Продвигающие тексты. Особенности и функции продвигающих текстов. Типология продвигающих текстов. Типы маркетинговых текстов. Критерии и принципы типологизации рекламных текстов.
5.	Языковые инструменты маркетинга	Механизмы воздействия на адресата в маркетинговой коммуникации. Понятия речевого и коммуникативного воздействия. Типы речевого воздействия. Средства речевого воздействия. Коммуникативное и речевое воздействие в маркетинге и рекламе. Понятие целевой аудитории. Потребительское поведение. Стилистическая вариативность текстов сферы маркетинга.
2 семестр		
6.	Языковые приемы и речевые стратегии и тактики маркетинговой коммуникации	Фонетические средства языковой экспрессии в маркетинговой коммуникации. Лексико-семантические особенности маркетинговой коммуникации. Синтаксические способы организации маркетингового дискурса. Понятие экспрессивного синтаксиса. Синтаксические средства речевого воздействия в маркетинговом дискурсе. Лингвокреативность в маркетинговой коммуникации.
7.	Лингвокогнитивные и психолингвистические аспекты маркетингового дискурса	Лингвокогнитивные факторы формирования маркетингового дискурса.
8.	Современные подходы к изучению профессиональной коммуникации и языка для специальных целей в сфере маркетинга и рекламы	Маркетинговые и рекламные термины как особый пласт языка профессионального общения. Соотношение метаязыка маркетинговой лингвистики и терминологии маркетинга.
9.	Речевые стратегии и тактики в продвижении	Классификация речевых стратегий и тактик в маркетинговой коммуникации. Эмоциональные,

	брендов	рациональные и комбинированные стратегии. Реализация речевых стратегий брендов в социальных сетях.
10.	Цифровые маркетинговые коммуникации	Межкультурные аспекты маркетинговых коммуникаций в цифровой среде

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы темы	Наименование оценочного средства
1 семестр		
1.	Маркетинговая лингвистика как область лингвистических исследований	Опрос, проблемно-аналитическое задание
2.	Характеристики маркетинговой коммуникации	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование
3.	Маркетинговый дискурс	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование
4.	Особенности и функции продвигающих текстов. Типология продвигающих текстов	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование
5.	Языковые инструменты маркетинга	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование
2 семестр		
6.	Языковые приемы и речевые стратегии и тактики маркетинговой коммуникации	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование, исследовательский проект
7.	Лингвокогнитивные и психолингвистические аспекты маркетингового дискурса	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование
8.	Современные подходы к изучению профессиональной коммуникации и языка для специальных целей в сфере маркетинга и рекламы	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование
9.	Речевые стратегии и тактики в продвижении брендов	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование
10.	Цифровые маркетинговые коммуникации	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-3882-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145167.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Антикризисное управление в структурных схемах : учебное пособие / составители Т. А. Аверина, С. А. Баркалов. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2022. — 190 с. — ISBN 978-5-7731-1012-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/127227.html>

8.3. Периодические издания

1. Вестник московского университета. серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация <https://www.iprbookshop.ru/71972.html>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Материалы межкультурных исследований, онлайн программы-тренинги по межкультурной коммуникации, ресурсы, тесты на знание культурной специфики различных стран: <http://www.kwintessential.co.uk/>
2. *The center for transcultural studies*: www.sas.upenn.edu/transcult/

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. Работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. Внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. Выполнение самостоятельных практических работ;
4. Подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки;

проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут;
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач;
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция;
- дискуссия;
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации

взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами с инвалидностью и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Основы маркетинговой лингвистики»

<i>Направление подготовки</i>	Лингвистика
<i>Код</i>	45.04.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Медиалингвистика и межкультурная коммуникация
<i>Квалификация (степень) выпускника</i>	магистр

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-1, ПК-2

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	Способен обеспечить межъязыковое и межкультурное взаимодействие в устной и письменной формах в официальной, неофициальной и профессиональной сферах общения.	ПК-1.1. Обеспечение межъязыкового общения в различных профессиональных сферах. ПК-1.2. Выполнение функций посредника в сфере межкультурной коммуникации.
ПК-2	Способен осуществлять устный и письменный перевод различного рода текстов с соблюдением норм лексической эквивалентности, грамматических, синтаксических и стилистических аспектов исходного текста.	ПК-2.1. Выполнять письменный и устный перевод с соблюдением лексической эквивалентности, грамматической, синтаксической и стилистической норм. ПК-2.2. Владеть навыками постпереводческого редактирования перевода текстов в зависимости от поставленной задачи перевода.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-1		

	как осуществлять устный и письменный перевод различного рода текстов с соблюдением норм лексической эквивалентности, грамматических, синтаксических и стилистических аспектов исходного текста	обеспечить межъязыковое и межкультурное взаимодействие в устной и письменной формах в официальной, неофициальной и профессиональной сферах общения	навыками выполнения функций посредника в сфере межкультурной коммуникации
Код компетенции	ПК-2		
	как осуществлять устный и письменный перевод различного рода текстов с соблюдением норм лексической эквивалентности, грамматических, синтаксических и стилистических аспектов исходного текста.	выполнять письменный и устный перевод с соблюдением лексической эквивалентности, грамматической, синтаксической и стилистической норм	навыками постпереводческого редактирования перевода текстов в зависимости от поставленной задачи перевода

3.2. Критерии оценки знаний студентов

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/Зачтено	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов,

		- изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/Зачтено	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Зачтено	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Не зачтено	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

4. Типовые контрольные задания (закрытого, открытого и иного типа) для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

ТЕСТИРОВАНИЕ

1 СЕМЕСТР

ПК-1

1. Что является основным объектом изучения медиалингвистики?

А) Структура художественного текста

Б) Функционирование языка в средствах массовой информации

В) Грамматические ошибки в устной речи

Г) Происхождение диалектов

Ответ: Б) Функционирование языка в средствах массовой информации

2. Какой термин обозначает скрытую рекламу или информацию, подаваемую под видом независимого материала?

А) Кликбейт

Б) Нативная реклама (advertorial)

В) Пресс-релиз

Г) Лонгрид

Ответ: Б) Нативная реклама (advertorial)

3. Что из перечисленного является характерной чертой языка интернет-СМИ (в отличие от печатных)?

А) Строгое соблюдение орфографических норм

Б) Отсутствие обратной связи с аудиторией

В) Гипертекстуальность и диалогичность

Г) Монотематичность контента

Ответ: В) Гипертекстуальность и диалогичность

4. Как в медиалингвистике называется эффект, когда заголовок провоцирует пользователя перейти по ссылке (часто за счет интриги или преувеличения)?

А) Сторителлинг

Б) Кликбейт

В) Инфотейнмент

Г) Бэкграунд

Ответ: Б) Кликбейт

5. К какому жанру журналистики относится «новостная заметка», написанная по принципу «перевернутой пирамиды»?

А) Аналитический

Б) Художественно-публицистический

В) Информационный

Г) Рекламный

Ответ: В) Информационный

6. Что такое «языковая картина мира»?

А) Словарь иностранных слов

Б) Совокупность представлений о мире, зафиксированных в языке и влияющих на восприятие реальности

В) Географическая карта, подписанная на разных языках

Г) Название международного лингвистического журнала

Ответ: Б) Совокупность представлений о мире, зафиксированных в языке и влияющих на восприятие реальности

7. Как называется раздел медиалингвистики, изучающий способы речевого воздействия в СМИ?

Ответ: Нейролингвистическое программирование (или НЛП)

8. Какой термин обозначает скрытую рекламу в новостном или развлекательном контенте?

Ответ: Джинса

9. Как называется процесс адаптации текста СМИ для другой культуры с заменой реалий?

Ответ: Культурная адаптация

10. Какое явление описывает непонимание из-за различий в невербальных знаках в телеинтервью?

Ответ: Кросскультурный барьер

11. Какой термин (из двух слов) используется для обозначения упрощённого, стереотипного образа чужой культуры в СМИ?

Ответ: Медиастереотип

12. Как называется слово или фраза, которая вызывает у представителей другой культуры негативные коннотации из-за исторического контекста?

Ответ: Культурный триггер

13. Задание на соответствие. Сопоставьте термин с его определением.

№	Термин	№	Определение
1	Медиадискурс	А	Совокупность текстов и высказываний в СМИ, включающая экстралингвистические факторы (цели, ценности, контекст).
2	Инфотейнмент	Б	Заголовок, предназначенный для привлечения внимания любой ценой, часто искажающий суть.
3	Кликбейт	В	Жанр СМИ, сочетающий информацию и развлечение для удержания аудитории.
4	Фрейминг	Г	Способ подачи новости через определённую перспективу или «рамку» (например, «конфликт» или «помощь»).

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4

Ответ: 1-А, 2-В, 3-Б, 4-Г.

14. Задание на соответствие. Сопоставьте понятие с его характеристикой.

№	Понятие	№	Характеристика
1	Культурный шок	А	Восприятие своей культуры как единственно правильной и лучшей, что мешает объективной медиааналитике.
2	Высококонтекстные культуры	Б	Состояние тревоги и дезориентации при погружении в иную культурную среду через медиа или лично.
3	Этноцентризм	В	Культуры, где большая часть информации передаётся невербально или через общий контекст (Япония, арабские страны).

№	Понятие	№	Характеристика
4	Стереотип	Г	Упрощённое, схематизированное представление о другой нации, часто транслируемое в новостях.

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г.

15. Задание на соответствие. Соотнесите тип СМИ с его ролью в межкультурной коммуникации.

№	Тип СМИ	№	Роль / Особенность
1	Социальные сети (TikTok, Instagram)	А	Формируют «повестку дня» и официальный образ страны, часто через призму цензуры.
2	Государственные новостные каналы	В	Позволяют пользователям напрямую взаимодействовать с представителями других культур, минуя редакционную политику.
3	Международные агентства (Reuters, AFP)	С	Создают «гибридную» аудиторию, но часто критикуются за западный или восточный уклон.
4	Национальные развлекательные стриминги	Д	Распространяют культурные нормы (юмор, семейные ценности) через сериалы и шоу за пределы своей страны.

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г.

ПК-2

1. Переведите выделенный отрывок.

Despite the CEO's charismatic speech, the proposal was met with a resounding silence from the board.

А) шумное одобрение

Б) звонкая тишина (выразительное молчание)

В) возражение с эхом

Г) внезапный шум

Ответ: Б) звонкая тишина (выразительное молчание)

2. Переведите выделенный отрывок.

If she had taken the lawyer's advice, she wouldn't have found herself in such a predicament now.

А) не оказалась бы в такой переделке сейчас

Б) не нашла бы себя в таком предсказании

В) не попала бы в такое удобное положение

Г) не осознала бы свою ошибку

Ответ: А) не оказалась бы в такой переделке сейчас

3. Переведите выделенный отрывок.

The documentary provides a scathing indictment of the fashion industry's labor practices.

А) восторженный отзыв

Б) скудный перечень

В) уничтожающая критика / разоблачение

Г) путаное объяснение

Ответ: В) уничтожающая критика / разоблачение

4. Переведите выделенный отрывок.

It's touch and go whether the patient will recover after such a complex surgery.

А) совершенно неважно

Б) вопрос жизни и смерти / вилами по воде писано

В) легкая прогулка

Г) точно и надежно

Ответ: Б) вопрос жизни и смерти / вилами по воде писано

5. Переведите выделенный отрывок.

The contract is null and void due to a breach of confidentiality.

А) временно приостановлен

Б) недействителен и не имеет силы

В) требует доработки

Г) частично исполним

Ответ: Б) недействителен и не имеет силы

6. Переведите выделенный отрывок.

Her remarks were dismissed as sour grapes by the rest of the team.

А) отвергнуты как зависть / злость от того, что не удалось добиться своего

Б) восприняты как ценная критика

В) сочтены слишком резкими

Г) приняты с благодарностью

Ответ: А) отвергнуты как зависть / злость от того, что не удалось добиться своего

7. Переведите на русский язык слово с учетом контекста: «Subtle» (например, a subtle difference / a subtle hint).

Ответ: Тонкий, едва уловимый, неявный

8. Переведите фразовый глагол: «To bring up» (в значении to raise a topic for discussion).

Ответ: Поднять (тему).

9. Переведите идиому: «To bite off more than you can chew».

Ответ: Взяться за непосильную задачу, переоценить свои силы.

10. Переведите на русский язык слово: «Resilient» (применительно к человеку).

Ответ: Устойчивый.

11. Переведите фразовый глагол: «To fall through» (например, our plans fell through).

Ответ: Провалиться, сорваться (о планах).

12. Переведите идиому: «To be on the fence» (например, I'm still on the fence about this issue).

Ответ: Колебаться, быть в нерешительности.

13. Задание на соответствие. Соотнесите колонки.

1. To get a taste of your own medicine	А. Сидеть между двух стульев
2. To be caught between two stools	Б. Делать из мухи слона
3. To make a mountain out of a molehill	В. Получить по заслугам (отплатить той же монетой)
4. To bury the hatchet	Г. Ходить по лезвию ножа
5. To walk on thin ice	Д. Зарыть топор войны

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4	5

Ответы: 1-В, 2-А, 3-Б, 4-Д, 5-Г.

14. Задание на соответствие. Соотнесите колонки.

1. To table a proposal	А. Выдвинуть / положить предложение на стол
2. To touch base with someone	Б. Быть на одной волне
3. To be on the same page	В. Обсудить насущные проблемы
4. To brainstorm ideas	Г. Сделать скидку
5. To grant a discount	Д. Связаться / созвониться (уточнить детали)

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4	5

Ответы: 1-А, 2-Д, 3-Б, 4-Г, 5-В.

15. Задание на соответствие. Соотнесите колонки.

1. To feel under the weather	А. Быть на седьмом небе
2. To be over the moon	Б. Быть вне себя от ярости
3. To be sick to death of something	В. Чувствовать себя не в своей тарелке
4. To be beside oneself with rage	Г. Чувствовать недомогание (хворать)
5. To feel out of sorts	Д. Быть сытым по горло

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4	5

Ответы: 1-Г, 2-А, 3-Д, 4-Б, 5-В.

2 СЕМЕСТР

ПК-1

1. Согласно гипотезе Сепира — Уорфа, язык:

А) Является лишь инструментом для передачи мыслей, не влияя на их содержание

Б) Определяет структуру мышления и способ познания действительности

В) Возникает после формирования мышления

Г) Одинаков у всех народов на глубинном уровне

Ответ: Б) Определяет структуру мышления и способ познания действительности

2. Культурная лакуна — это:

А) Ошибка при переводе идиомы

Б) Отсутствие в одном языке понятия, которое есть в другом (безэквивалентная лексика)

В) Дословный перевод пословицы

Г) Правило вежливости в диалоге

Ответ: Б) Отсутствие в одном языке понятия, которое есть в другом (безэквивалентная лексика)

3. Какое понятие описывает ситуацию, когда человек испытывает тревогу или стресс из-за непонимания норм чужой культуры?

А) Культурный шок

Б) Языковая интерференция

В) Культурная диффузия

Г) Стереотипизация

Ответ: А) Культурный шок

4. Какой стратегии придерживается СМИ, освещая конфликт между двумя культурами без оценочных суждений, с позиции «нейтрального наблюдателя»?

А) Этноцентризм

Б) Культурный релятивизм

В) Пропаганда

Г) Ксенофобия

Ответ: Б) Культурный релятивизм

5. В масс-медиа часто используются «фреймы» (рамки). Что это означает?

А) Исключительно технический формат видео (кадр)

Б) Способ подачи информации, задающий определенный ракурс или угол интерпретации события

В) Грамматическую конструкцию предложения

Г) Имя собственное автора статьи

Ответ: Б) Способ подачи информации, задающий определенный ракурс или угол интерпретации события

6. Что из перечисленного является примером успешной адаптации текста для другой культуры (локализации)?

А) Буквальный перевод поговорки «To carry coals to Newcastle» как «Возить уголь в Ньюкасл»

Б) Замена культурно-специфической реалии (например, «Колобок» в переводе для США изменен на «Джинджерbreadного человечка»)

В) Использование сленга без словаря

Г) Удаление всех имен собственных из текста

Ответ: Б) Замена культурно-специфической реалии (например, «Колобок» в переводе для США изменен на «Джинджерbreadного человечка»)

7. Какой вид коммуникативной неудачи возникает при буквальном переводе идиом в заголовках СМИ?

Ответ: Семантический сдвиг

8. Как называется тактика речевого поведения журналиста, когда он подстраивает стиль под ожидания аудитории другой культуры?

Ответ: Коммуникативная аккомодация

9. Какой термин обозначает глобальный язык СМИ (обычно английский), используемый для межкультурного общения?

Ответ: Лингва-франка

10. Как называется перенос смысла при онлайн-коммуникации из-за отсутствия интонации и жестов (по П. Уотцлавику)?

Ответ: Цифровое недоразумение (или цифровая двусмысленность)

11. Какой принцип межкультурной коммуникации нарушается, когда СМИ оценивают чужую культуру через свою шкалу ценностей?

Ответ: Этноцентризм

12. Как называется жанр современной медиалингвистики, сочетающий текст, видео и культурные отсылки для глобальной аудитории?

Ответ: Трансмедийный сторителлинг

13. Задание на соответствие. Сопоставьте стратегию с примером её использования в заголовке.

№	Стратегия	№	Пример заголовка
1	Эвфемизация (смягчение)	А	«Местные варвары вновь устроили резню на религиозной почве».
2	Дисфемизация (огрубление)	Б	«Мы и они: почему чужие традиции вызывают страх».
3	Создание оппозиции «Свой — Чужой»	В	«Правительство провело оптимизацию бюджетных расходов на социальную сферу» (вместо «урезало пособия»).
4	Пресуппозиция (скрытый смысл)	Г	«Даже ребёнок поймёт, что переговоры были провалены из-за некомпетентности иностранных дипломатов».

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4

Ответ: 1-В, 2-А, 3-Б, 4-Г.

14. Задание на соответствие. Соотнесите тип барьера с его проявлением в международном репортаже.

№	Тип барьера	№	Проявление в тексте
1	Семантический (языковой)	А	В репортаже о мусульманской стране женщина показана без хиджаба, что вызвало гнев местной аудитории.

№	Тип барьера	№	Проявление в тексте
2	Культурно-ценностный	Б	Корреспондент использует идиому «тянуть kota за хвост», которую дословно переводят зрители другой страны.
3	Невербальный	В	Автор называет демонстрацию в Гонконге «бунтом», а похожую в Европе — «протестом за демократию».
4	Идеологический (оценочный)	Г	Журналист молчит, когда собеседник плачет, не понимая, что в этой культуре пауза — знак уважения к горю.

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-Г, 4-В.

15. Задание на соответствие. Соотнесите жанр медиа с его межкультурной функцией.

№	Жанр	№	Межкультурная функция
1	Travel-блог (без перевода речи)	А	Показывает конфликт культурных норм через юмор, который понимают только «свои».
2	Мем	Б	Знакомит с материальной культурой, едой, природой, но часто поверхностно.
3	Международные новости (5 минут)	В	Требует от зрителя знания исторического контекста и символов другой нации.
4	Национальный кинематограф (арт-хаус)	Г	Создаёт упрощённый, часто стереотипный образ страны («Африка — голод, Европа — кризис»).

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-Г, 4-В.

ПК-2

1. Переведите выделенный отрывок.

The company is trying to claw back the overpaid bonuses from last year.

А) добровольно вернуть

Б) с трудом отсудить / отыскать и вернуть обратно

В) списать в убытки

Г) удвоить

Ответ: Б) с трудом отсудить / отыскать и вернуть обратно

2. Переведите выделенный отрывок.

The success of the project hinges on a robust contingency plan.

А) надежный план действий на случай непредвиденных обстоятельств

Б) конкурентоспособная заработная плата

В) агрессивная маркетинговая стратегия

Г) гибкий график работы

Ответ: А) надежный план действий на случай непредвиденных обстоятельств

3. Переведите выделенный отрывок.

I don't want to throw a spanner in the works, but we haven't secured the funding yet.

А) усложнять задачу / намеренно мешать

Б) завершать работу

В) искать легкие пути

Г) хвастаться результатами

Ответ: А) усложнять задачу / намеренно мешать

4. Переведите выделенный отрывок.

The novel paints a gripping, albeit bleak, picture of post-war society.

А) скучную, но длинную историю

Б) захватывающую, хоть и безрадостную, картину

В) романтизированный и легкий образ

Г) запутанный и смешной сюжет

Ответ: Б) захватывающую, хоть и безрадостную, картину

5. Переведите выделенный отрывок.

Given the volatile nature of the stock market, cautious investors prefer bonds.

А) скудная доходность

Б) предсказуемая стабильность

В) изменчивая / нестабильная природа

Г) высокая ликвидность

Ответ: В) изменчивая / нестабильная природа

6. Переведите выделенный отрывок.

She managed to keep her cool despite the accusatory tone of the interview.

А) сохранить холод в руках

Б) потерять сознание

В) сохранить самообладание

Г) перевести разговор в другое русло

Ответ: В) сохранить самообладание

7. Переведите фразовый глагол: «To put up with» (например, I can't put up with this noise).

Ответ: Мириться с, терпеть.

8. Переведите идиому: «Once in a blue moon».

Ответ: Раз в сто лет, очень редко.

9. Переведите на русский язык слово с учетом контекста: «Vague» (например, a vague answer / vague memories).

Ответ: Неопределенный, туманный.

10. Переведите фразовый глагол: «To run out of» (например, we ran out of milk).

Ответ: Исчерпать, закончиться.

11. Переведите идиому: «To cut corners» (в значении do something imperfectly to save time/money).

Ответ: Экономить на качестве, делать кое-как.

12. Переведите на русский язык слово: «Overwhelming» (например, an overwhelming feeling of gratitude).

Ответ: Огромный.

13. Задание на соответствие. Соотнесите колонки.

1. To refrain from doing	А. Мириться с обстоятельствами
2. To comply with regulations	Б. Воздержаться от действий
3. To account for the loss	В. Соответствовать стандартам
4. To reconcile with the past	Г. Объяснить причину убытка
5. To tamper with evidence	Д. Фальсифицировать улики

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4	5

Ответы: 1-Б, 2-В, 3-Г, 4-А, 5-Д.

14. Задание на соответствие. Соотнесите колонки.

1. Viable alternative	А. Эмпирическое доказательство
2. Empirical evidence	Б. Необратимый процесс
3. Irreversible process	В. Распространенное заблуждение
4. Ubiquitous phenomenon	Г. Жизнеспособная альтернатива
5. Widespread misconception	Д. Повсеместное явление

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4	5

Ответы: 1-Г, 2-А, 3-Б, 4-Д, 5-В.

15. Задание на соответствие. Соотнесите колонки.

1. To file a lawsuit	А. Неоспоримый факт
2. Binding agreement	Б. Освободить под залог
3. To grant a bail	В. Подать иск в суд
4. To drop charges	Г. Обязательное к исполнению соглашение
5. Incontrovertible fact	Д. Снять обвинения

Заполните соответствующие буквы под цифрами:

1	2	3	4	5

Ответы: 1-В, 2-Г, 3-Б, 4-Д, 5-А.