

SYLABUS – OPIS ZAJĘĆ / PRZEDMIOTU

I. Informacje ogólne

1. Nazwa modułu zajęć/przedmiotu: **Tłumaczenie tekstów marketingowych**
2. Kod modułu zajęć/przedmiotu: **15-TTMAR-TP-11** ([Link USOSWeb](#))
3. Rodzaj modułu zajęć/przedmiotu (obowiązkowy lub fakultatywny): **fakultatywny**
4. Kierunek studiów: **Filologia angielska, specjalizacja: tłumaczenie pisemne**
5. Poziom studiów (I lub II stopień, jednolite studia magisterskie): **II stopień**
6. Rok studiów (jeśli obowiązuje): I
7. Profil studiów (ogólnoakademicki / praktyczny) – **ogólnoakademicki**
8. Rodzaje zajęć i liczba godzin (np. 15 h W, 30 h ćw.): **30 h ćw.**
9. Liczba punktów ECTS: **4**
10. Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail wykładowcy prowadzącego zajęcia:
dr Katarzyna Remiszewska, nowicka@amu.edu.pl
11. Język wykładowy: angielski, polski
12. Moduł zajęć/przedmiotu prowadzony zdalnie (e-learning) (tak (częściowo/w całości) / nie)

*proszę podkreślić koordynatora przedmiotu

II. Informacje szczegółowe

1. Cele zajęć/przedmiotu:

Zapoznanie studentów ze specyfiką tłumaczenia różnego rodzaju tekstów marketingowych
Zapoznanie studentów z terminologią marketingową
Zapoznanie studentów ze strategiami przekładu różnych typów tekstów marketingowych
Zaznajomienie studentów z narzędziami przydatnymi podczas przekładania tekstów o tematyce marketingowej
Tłumaczenie tekstów marketingowych

2. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych (jeśli obowiązują): znajomość języka polskiego na poziomie C2

3. Efekty uczenia się (EU) dla zajęć i odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku studiów:

Symbol EU dla zajęć/przedmiotu	Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia EU student /ka:	Symbole EU dla kierunku studiów
EU_01	korzysta z pogłębionej i poszerzonej wiedzy o specyfice tłumaczenia różnego rodzaju tekstów marketingowych	K_W01
EU_02	właściwie stosuje fachową terminologię	K_W02
EU_03	przekłada teksty marketingowe, stosując odpowiednie strategie przekładu tekstów marketingowych	K_U13

EU 04	posługuje się różnymi narzędziami wspomagającymi pracę tłumacza (słowniki, bazy danych i literatura fachowa)	K_U14
EU 05	tłumaczy teksty marketingowe zgodnie z funkcją tekstu, dostosowując go do oczekiwań odbiorców kultury docelowej.	K_U9, K_K06,

4. Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się (EU) z odniesieniem do odpowiednich efektów uczenia się (EU) dla zajęć/przedmiotu

Treści programowe dla zajęć/przedmiotu	Symbol/symbole EU dla zajęć / przedmiotu
Strategie syntaktyczne w tłumaczeniu tekstów marketingowych	EU 01 – EU 05
Strategie semantyczne w tłumaczeniu tekstów marketingowych	EU 01 – EU 05
Strategie pragmatyczne w tłumaczeniu tekstów marketingowych	EU 01 – EU 05
Język i styl tekstów marketingowych	EU 01 – EU 05
Tłumaczenie sloganów reklamowych	EU 01 – EU 05
Tłumaczenie reklam jedzenia i kosmetyków: funkcja perswazyjna	EU 01 – EU 05
Tłumaczenie ulotek informacyjnych: funkcja informacyjna i agitacyjna	EU 01 – EU 05
Marketing w tekstach politycznych - ćwiczenia tłumaczeniowe	EU 01 – EU 05
Marketing w tekstach religijnych - ćwiczenia tłumaczeniowe	EU 01 – EU 05
Marketing w tekstach dot. coachingu - ćwiczenia tłumaczeniowe	EU 01 – EU 05
Tłumaczenie spotów i reklam telewizyjnych	EU 01 – EU 05

5. Zalecana literatura:

Belczyk, Arkadiusz. 2004. *Poradnik Tłumacza. Z angielskiego na nasze*. Kraków: IDEA.

Korzeniowska, Aniela & Piotr Kuhlczak. 1994/2010. *Successful Polish-English translation. Tricks of the trade*. Warszawa: PWN.

Michalewski, Kazimierz (ed.). 2002. *Tekst w Mediach*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Michalewski, Kazimierz (ed.). 2008. *Język w Marketingu*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Terresi, Ira. 2010. *Translating advertising and promotional texts*. St. Jerome

III. Informacje dodatkowe

1. Metody i formy prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych EU (proszę wskazać z proponowanych metod właściwe dla opisywanych zajęć lub/i zaproponować inne)

Metody i formy prowadzenia zajęć	X
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	x
Wykład konwersatoryjny	
Wykład problemowy	
Dyskusja	x

Praca z tekstem	x
Metoda analizy przypadków	x
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna / symulacyjna	
Rozwiązywanie zadań (np.: obliczeniowych, artystycznych, praktycznych)	x
Metoda ćwiczeniowa	
Metoda laboratoryjna	
Metoda badawcza (dociekania naukowego)	
Metoda warsztatowa	
Metoda projektu	x
Pokaz i obserwacja	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	x
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Praca w grupach	x
Inne (jakie?) -	
...	

2. Sposoby oceniania stopnia osiągnięcia EU (proszę wskazać z proponowanych sposobów właściwe dla danego EU lub/i zaproponować inne)

Sposoby oceniania	Symbole EU dla zajęć/przedmiotu					
	EU 01	EU 02	EU 03	EU 04	EU 05	EU 06
Egzamin pisemny						
Egzamin ustny						
Egzamin z „otwartą książką”						
Kolokwium pisemne	x	x	x	x	x	x
Kolokwium ustne						
Test		x				
Projekt	x	x	x	x	x	x
Esej						
Raport						
Prezentacja multimedialna						
Egzamin praktyczny (obserwacja wykonawstwa)						
Portfolio						
Praca pisemna na ocenę	x	x	x	x	x	x

3. Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30
Praca własna	Przygotowanie do zajęć	20
	Czytanie wskazanej literatury	10
	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	

	Przygotowanie projektu	30
	Przygotowanie pracy semestralnej	
	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	30
	Inne (jakie?) -	
	...	
SUMA GODZIN		120
LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA ZAJĘĆ / PRZEDMIOTU		4

* proszę wskazać z proponowanych przykładów pracy własnej studenta właściwe dla opisywanych zajęć lub/i zaproponować inne

4. Kryteria oceniania wg skali stosowanej w UAM:

bardzo dobry (bdb; 5,0): bardzo dobre oceny z tłumaczeń wykonywanych na zajęciach i w ramach pracy w domu, bardzo dobra ocena z zaliczenia końcowego, bardzo duże zaangażowanie w pracę na zajęciach, bardzo duża aktywność, obecność na zajęciach.

dobry plus (+db; 4,5): bardzo dobre i dobre oceny z tłumaczeń wykonywanych na zajęciach i w ramach pracy w domu, ocena dobry plus z zaliczenia końcowego, duże zaangażowanie w pracę na zajęciach, duża aktywność, obecność na zajęciach.

dobry (db; 4,0): dobre oceny z tłumaczeń wykonywanych na zajęciach i w ramach pracy w domu, ocena dobra z zaliczenia końcowego, duże zaangażowanie w pracę na zajęciach, duża aktywność, obecność na zajęciach

dostateczny plus (+dst; 3,5): oceny: dostateczny/ dostateczny plus z tłumaczeń wykonywanych na zajęciach i w ramach pracy w domu, ocena dostateczny/ dostateczny plus z zaliczenia końcowego, obecność na zajęciach

dostateczny (dst; 3,0): ocena dostateczna z tłumaczeń wykonywanych na zajęciach i w ramach pracy w domu, ocena dostateczna z zaliczenia końcowego, obecność na zajęciach

niedostateczny (ndst; 2,0): oceny ndst z z tłumaczeń wykonywanych na zajęciach i w ramach pracy w domu, ocena niedostateczna z zaliczenia końcowego - brak poprawy oceny niedostatecznej, nieobecność na zajęciach.

English description:

The course focuses on the translation of marketing texts, such as: slogans, punch lines, leaflets, printed ads, TV ads. The aims of the course are following: to acquaint students with the stylistic and linguistic features of marketing texts; to acquaint students with the strategies that can be used in the translation of function/ marketing texts; to draw students' attention to the question of manipulation in translation; to let students practise free translation/ creation; most importantly, to make students practise written translation a lot. In order to get a positive grade in this course, each student has to complete a number of translation tasks at home and during the classes and pass the final test. Knowledge of Polish (C2) is required of anyone willing to attend the course.