

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**ФАКУЛЬТЕТ
РОМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І
ПЕРЕКЛАДУ**



**Кафедра італійської і французької
філології та перекладу**

Рівень вищої освіти	Перший бакалаврський
Кафедра	Кафедра італійської і французької філології та перекладу
Факультет	Факультет романської філології і перекладу
Викладач	Данилич Ю.О. викладач кафедри італійської і французької філології та перекладу КНЛУ
Статус дисципліни³	Вибіркова дисципліна професійної і практичної підготовки
Курс, семестр⁴	3 курс V семестр
Обсяг дисципліни у кредитах ЄКТС/ загальна кількість годин	3 кредити ЄКТС; 90 год., у тому числі: лекції – не передбачено. семінарські заняття – не передбачено практичні заняття – 30 год. консультації – не передбачено самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	Італійська, українська
Коротка анотація дисципліни (Що я вивчатиму?)	Завданнями навчальної дисципліни є опанування основними прийомами та техніками виконання письмового перекладу; фахової перекладацької та професійно-орієнтованої міжкультурної комунікативної компетентності, формування мовно-комунікативну, мовно-термінологічну, дослідницьку компетенції студентів; виховування мовного смаку і мовного чуття. Предметом вивчення дисципліни є визначення стратегій перекладу рекламних текстів з

СИЛАБУС

Вибіркової навчальної дисципліни

«Структура та функції рекламних текстів»

Спеціальність²: В11 Філологія

Спеціалізація: В11 052 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – італійська

Освітня програма: Італійська мова і література, друга іноземна мова, переклад

	урахуванням їхніх структурних та лінгвопрагматичних особливостей, поняття «реклами», структури перекладу, враховуючи попередній аналітичний аналіз, сам процес перекладу, редагування та аналіз результатів перекладу. Зміст навчальної дисципліни розкривається в одному змістовому модулі, що передбачає вивчення особливостей рекламного дискурсу, елементів перекладацького аналізу, основних лексико-граматичних труднощів перекладу, перекладацьких прийомів і трансформацій.
Мета вивчення дисципліни (Чому це цікаво й потрібно вивчати?)	Практична підготовка фахівців з перекладу, здатних виконувати переклади невеликого повідомлення та забезпечувати достовірність і високу якість трансляції та ретрансляції інформації на письмі, на базі вивчення основних моделей та закономірностей процесу перекладу, способів та методів перекладу.
Результати навчання (Чому я навчуся на цій дисципліні?)	<i>Знати</i> основні способи перекладу; основні прийоми перетворення лексичних одиниць вихідного тексту. <i>Знати</i> лексичні та граматичні проблеми перекладу. <i>Знати</i> стилістичні проблеми перекладу. <i>Знати</i> трансформації, що використовуються при перекладі. <i>Вміти</i> робити письмовий переклад на основі комплексного врахування змістової структури оригіналу із дотриманням норм побудови грамотного і логічного тексту в рідній мові. <i>Вміти</i> застосовувати свої знання в галузі лінгвістики перекладу. <i>Вміти</i> обґрунтувати перекладацькі стратегії. <i>Вміти</i> адекватно передавати комунікативно-функціональний зміст тексту мови перекладу рівноцінними засобами. <i>Здатність</i> володіти технікою перекладу (перекладацькими прийомами, трансформаціями, замінами) і використовувати, у разі потреби, компресію, декомпресію і компенсацію інформації. Уміння відстоювати власну наукову позицію. <i>Здатність</i> професійно користуватися словниками, довідниками, банками даних та іншими джерелами інформації. Володіти навичками роботи на комп'ютері з використанням відповідних програм (текстових редакторів, електронних словників, енциклопедій). <i>Самостійно аналізувати</i> текст оригіналу, <i>обґрунтовувати</i> стандартні і нестандартні перекладацькі проблеми й <i>обирати</i> способи їхнього вирішення, що відповідають кожному конкретному акту перекладу. <i>Здатність</i> використання інформаційно-комунікативних технологій, уміння самостійно здобувати, оцінювати та використовувати інформацію.

ЗК 1.Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 2.Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 3.Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 4.Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК 5.Здатність учитися й оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 6.Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 7.Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК 8.Здатність працювати в команді та автономно.

ЗК 9.Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 10.Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 11.Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 12.Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 13.Здатність проведення досліджень на належному рівні.

ЗК 14. – Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будьяких інших проявів недоброчесності.

Дисципліна зорієнтована на набуття таких фахових компетентностей:

ФК1. Усвідомлення структури філологічної науки та її теоретичних основ.

ФК2. Здатність використовувати в професійній діяльності знання про мову як особливу знакову систему, її природу, функції, рівні.

ФК3. Здатність використовувати в професійній діяльності знання з теорії та історії італійської мови.

ФК 6. Здатність вільно, гнучко й ефективно використовувати італійську мову, в усній та письмовій формі, у різних жанрово-стильових різновидах і реєстрах спілкування (офіційному, неофіційному, нейтральному), для розв'язання комунікативних завдань у різних сферах життя.

ФК 7. Здатність до збирання й аналізу,

	систематизації та інтерпретації мовних, літературних фактів, інтерпретації та перекладу тексту. ФК 8. Здатність вільно оперувати спеціальною термінологією для розв'язання професійних завдань. ФК9. Усвідомлення засад і технологій створення текстів різних жанрів і стилів державною та французькою і другою іноземною мовами. ФК10. Здатність здійснювати лінгвістичний, літературознавчий та спеціальний філологічний аналіз текстів різних стилів і жанрів. ФК 14. Володіння теоретичними основами використання італійської мови, включаючи фонетичні, граматичні, лексичні, стилістичні аспекти мови й мовлення. ФК 15. Здатність використовувати соціокультурні та лінгвокраїнознавчі знання про країни, мови яких вивчаються, з метою успішної комунікації та перероблення інформації іноземними мовами. ФК 18. Володіння експресивними, емоційними, логічними засобами італійської, другої західноєвропейської та української мов для досягнення запланованого прагматичного результату й організації успішної комунікації в усній та писемній формах. ФК 21. Здатність представляти результати наукового дослідження, дотримуючись правил академічної доброчесності; ефективно і компетентно брати участь в різних формах ділової та/або наукової комунікації (конференції, круглі столи, дискусії, наукові публікації) в галузі гуманітарних наук. ФК 22. Продуктивно працювати самостійно або у команді, розуміти і поважати різновид та мультикультурність, забезпечуючи, таким чином, соціальну взаємодію та залучення до здорового способу життя.
--	--

¹ПорядзлоготипомКНЛУрекомендуєтьсявставлятилоготипфакультету.

²Спеціальність/спеціалізація/ОПзазначаютьсязаявною.

³Обратиз:а)вибірковадисциплінапрофесійноїіпрактичноїпідготовки;б)дисципліनावільноговиборустудента; в) дисципліна країнознавчого спрямування.

⁴Крім дисциплінвільноговиборустудентів.

⁵Формуютьсяутермінахзнань/умінь/навичок/комунікації/автономностіабовописінабутихм'якихнавичок.

(Яку сукупну користь я отримаю від вивчення цієї дисципліни?)	Знання: Знати основні характеристики лексики сучасної розмовної італійської мови та особливості її використання в рекламних текстах. Знати основні граматичні риси сучасної розмовної італійської мови та їх реалізацію в рекламних текстах. Знати закономірності функціонування мовних одиниць усіх рівнів в рекламі. Уміння: Вміти працювати з різними типами словників; теоретично і практично володіти запланованим лексичним та граматичним матеріалом.
---	--

	Вміти чітко й виразно висловлювати думку, як усно так і на письмі; спрямовувати експресивні, емоційні, логічні засоби мови й мовлення для досягнення запланованого прагматичного результату; Навички: Вміти застосовувати мовленнєві навички в різних видах комунікативної діяльності з дотриманням лексичних та граматичних норм та використовувати мовленнєві уміння в професійній діяльності. Комунікація: Обґрунтовувати власний погляд на проблему, вміти захистити свої результати в дискусії з колегами. Автономність і відповідальність: Демонструвати авторитетність, інноваційність, високий ступінь самостійності, академічну чесність, послідовну відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності. Відповідально ставитися до виконуваних робіт, нести відповідальність за їх якість.
--	--

Види занять і їхній розподіл за годинами

№ п/п	№ і назва теми (включно з темами, винесеними на самостійне опрацювання)	Кількість годин							
		Денна форма				Заочна форма			
		Разом	у тому числі			Разом	у тому числі		
			лекції	практичні заняття	самостійна робота		лекції	практичні заняття	самостійна робота
Модуль I									
Змістовий модуль 1. Структура та функції рекламних текстів									
1.	Особливості рекламного дискурсу. Рекламний текст як специфічне складне семіотичне ціле.	18		6	12				
2.	Переклад рекламних текстів – один з найскладніших видів міжмовної комунікації.	18		6	12				
3.	Завдання перекладача при роботі з рекламними текстами.	18		6	12				
4.	Критерії еквівалентності та адекватності перекладу рекламних текстів.	18		6	12				
5.	Перекладацькі трансформації у перекладі рекламних текстів.	18		6	12				
	Разом годин за модулем 1	90	-	30	60				

Тематика (змістові модулі) навчальної дисципліни	Змістовий модуль 1. Структура та функції рекламних текстів Тема 1. Особливості рекламного дискурсу. Рекламний текст як специфічне складне семіотичне ціле.
---	--

	Тема 2. Переклад рекламних текстів – один з найскладніших видів міжмовної комунікації. Тема 3. Завдання перекладача при роботі з рекламними текстами. Тема 4. Критерії еквівалентності та адекватності перекладу рекламних текстів. Тема 5. Перекладацькі трансформації у перекладі рекламних текстів.
--	--

Політика оцінювання (розподіл балів і критерії)

семестрове оцінювання навчальних досягнень студентів з дисципліни «Структура та функції рекламних текстів» має таку структуру:

№	Види навчальної діяльності студента	Максимальна кількість балів
1	Аудиторна навчальна робота	25
2	Самостійна навчальна робота	25
3	Модульна контрольна робота	50

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

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності студента (аудиторна та самостійна робота) здійснюється у вигляді опитування в усній формі, яке проводиться на кожному практичному занятті та включає в себе відповідь на теоретичне питання та виконання практичних завдань з тематики, що вивчалась протягом курсу. Однією з форм самостійної роботи є виконання індивідуальних завдань з перекладу текстів та виконання лексичних та граматичних вправ.

Критерії оцінювання аудиторної та самостійної навчальної роботи студента

Відповідь на теоретичне питання:

Кількість балів	Зміст критеріїв оцінювання
5 «відмінно»	- відповіді на запитання викладача, що пов'язані з тематикою дисципліни, інноваційні; - студент здатний виокремити значущість обговорюваного матеріалу для професійного та світоглядно-особистісного розвитку; - студент демонструє суттєві доповнення, що розширюють горизонт обговорюваної проблеми; - студент демонструє знання та використання наукової термінології.
4 «добре»	- відповіді студента, що пов'язані з тематикою дисципліни, продуктивні (алгоритмічні), але недостатньо вичерпні.
3 «задовільно»	- відповіді студента, що пов'язані з тематикою дисципліни, фрагментарні та не аргументовані.
2 «незадовільно»	- виклад матеріалу студента безсистемний, наявні посилання недоречні; - студент нездатний аргументувати свою точку зору.

Практичне завдання:

Кількість балів	Зміст критеріїв оцінювання
5 «відмінно»	- студент якісно укладає словник термінів;

	- студент демонструє творчий підхід у виконанні практичного завдання; - у виконанні завдання простежується самостійність суджень; - основні положення дослідження аргументовано і проілюстровано прикладами.
4 «добре»	- студент компетентний у досліджуваній темі, вміє виділити проблемну ланку в роботі, аналізувати й інтерпретувати факти, володіє науковою термінологією; - подекуди зустрічаються певні технічні огріхи.
3 «задовільно»	- робота студента репродуктивна; - виклад матеріалу безсистемний; - наявні посилання недоречні; - студент використовує чужу думку при аргументації своєї точки зору.
2 «незадовільно»	- якісний індикатор простежується нечітко; - в роботі багато зайвої інформації, відсутні посилання.

Модульна контрольна робота є письмовою, складається з двох практичних завдань, кожне з яких оцінюється певною кількістю балів. Отримані за кожне завдання модульної роботи бали трансформуються в загальну оцінку за модульну контрольну роботу за таблицею:

90% і більше	50 - 46 балів	5 (відмінно)
75% - 89%	45 – 40 балів	4 (добре)
50% - 74%	39 - 25балів	3 (задовільно)
49% і менше	24 бали і менше	2 (незадовільно)

Оцінки трансформуються в **рейтинговий бал за МКР** у такий спосіб:

«відмінно»	50 балів
«добре»	40 балів
«задовільно»	30 балів
«незадовільно»	20 балів
неявка на МКР	0 балів

Семестровий рейтинговий бал є сумою рейтингового балу за роботу протягом семестру і рейтингового балу за МКР.

Підсумкове оцінювання навчальних досягнень студентів з дисципліни здійснюється у формі **заліку**

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

90 – 100 балів	A
82 – 89 балів	B
75 – 81 бал	C
66 – 74 бали	D
60 – 65 бали	E
59 балів і нижче	FX.

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

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **59 і нижче**, складають залік і в разі успішного складання їм виставляється відмітка про залік «зараховано», а в шкалі ЄКТС – E та бал 60.

Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Для успішного освоєння дисципліни студенти повинні <i>знати</i> форми існування рекламних текстів; особливості вживання рекламної термінології та загальної лексики реклами; особливості текстової структури реклами; семантико-прагматичні характеристики рекламного тексту; стилістичні засоби та прийоми, що є характерними для реклами; прийоми, способи трансформацій, що здійснюються при перекладі рекламних текстів. <i>Вміти</i> перекладати з іноземної мови на рідну та з рідної мови на іноземну рекламні тексти; використовувати у перекладі засвоєні прийоми, способи трансформацій; передавати в перекладі стиль оригіналу; сприймати на слух зміст навчальних аудіоматеріалів рекламного спрямування та їх переклад; робити лінгвістичний та перекладацький аналіз тексту; застосувати доречні семантичні трансформації при перекладі для збереження змісту тексту оригіналу. <i>Володіти</i> прийомами вивчення та перевірки загальної і галузевої термінології, володіти прийомами вибору, оцінки та вживання необхідного перекладачам програмного забезпечення, володіти електронними текстовими форматами, що поширені серед замовників. Для успішного освоєння дисципліни «Структура та функції рекламних текстів» студенти повинні володіти комплексними знаннями, отриманими на нормативних практичних й теоретичних курсах загальнофілологічних дисциплін, зокрема, дисциплін «Сучасна українська літературна мова», «Практика усного і писемного мовлення італійської мови», Теорія перекладу (вступ до перекладознавства, основи міжкультурної комунікації, порівняльна лексикологія італійської та української мов, стилістика італійської мови)».
Навчально-методичне й інформаційне забезпечення	Основна література: 1. Бондаренко, О. М. (2007). Особливості перекладу рекламних текстів (стилістичний аспект). <i>Наукові праці історичного факультету Запорізького державного університету</i>. Запоріжжя: Просвіта, Вип. XXI, 488-490. 2. Селіванова, О. О. (2012). <i>Нова типологія перекладацьких трансформацій. Світ свідомості в мові</i>. Черкаси: Ю. Чабаненко. 3. Arcangeli, M. (2012). <i>Il linguaggio pubblicitario</i>. Roma: Carocci. 4. Berutto, G. (1973). <i>Teoria della lingua pubblicitaria</i>. Sipra. 5. Capocci, M.R. (2014). <i>La comunicazione pubblicitaria. Aspetti linguistici, sociali e culturali</i>. Milano: Franco Angeli. 6. Codeluppi, V. (2015). <i>Che cosa è la pubblicità</i>. Roma: Carocci. 7. Dardano, M. (2003). <i>Il linguaggio dei giornali: il registro pubblicitario</i>. In: Baldini Massimo (a cura di), <i>Le fantaparoле. Il linguaggio della pubblicità</i>. Roma:

Armando Editore.

8. Monacelli, C. (2001). *Interpreti si diventa!* Milano: FrancoAngeli.

9. Osimo, B. (2002). *Manuale del traduttore*. Milano: Hoepli.

10. Osimo, B. (2003). *Traduzione e nuove tecnologie*. Milano: Hoepli.

11. Salerno, S. (2014). Il linguaggio pubblicitario tra persuasione e retorica. *H-ermes. Journal of Communication*, 2, 59-80.

Додаткова література:

1. Кириленко, К. І., & Сухаревська, В. (2003). Теорія та практика перекладу. Вінниця: Нова книга.

2. Кирмач, У. К. (2011). Особливості національних, культурних, ментальних та гендерних характеристик при перекладі іншомовних рекламних текстів. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. № 9(220), 161.

3. Комиссаров, В.Н. (1990). *Теория перевода (лингвистические аспекты): Учебник*. Москва: Высшая школа.

4. Кондратенко, Н. В. (2004). *Інтертекстуальність рекламного дискурсу*. Діалог: Медіа-студії.

5. Корунець, І.В. (2001) Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця: Нова книга.

6. Малишенко, А. О. (2011). Переклад слоганів в англomовному рекламному дискурсі. *Вісник ХНУ*. № 793, 188–192.

7. Науменко, Л. П. (2011). *Практичний курс перекладу з англійської мови на українську*. Вінниця: Новакнига.

8. Codeluppi, V. (2013). *Storia della pubblicità italiana*. Roma: Carocci.

9. D'Achille, P. (2003). *L'italiano contemporaneo*. Bologna: il Mulino.

10. Giacomelli, R. (2003). La lingua della pubblicità. In: Bomoni, Ilaria; Masini, Andrea; Morgana, S. (a cura di), *La lingua italiana e I mass media*. Roma: Carocci, 223-248.

11. Perugini, M. (1994). *La lingua della pubblicità, in Serianni, L. e Trifone, P. (a cura di)*.

Інформаційні ресурси в Інтернеті:

1. Бандуля, Т. Переклад рекламного слогану як перекладознавча проблема *Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. – Філологічні науки. Актуальні проблеми перекладу*.

http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2013/Philologia/6_137859.doc.htm

2. Енциклопедія Treccani. <https://www.treccani.it/>

3. Шукало, І. М. Англomовні метафоричні рекламні слогани та їх переклад українською мовою. <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/2528/1/Shukalo.pdf>.

4. Fashion Network (2022). <http://it.fashionnetwork.com/news/Tucano-Urbano-360-esplora-l-Europa-con-una-capsule-per-la-PE-2015,461644.html#.XPfUUIgzaM8>.

Форми і способи поточного та семестрового контролю	Контроль результатів навчання студента з дисципліни « Структура та функції рекламних текстів» здійснюється у формі <i>поточного, рубіжного, підсумкового модульного та підсумкового семестрового</i> контролю (заліку). <i>Поточний контроль</i> успішності студентів здійснюється протягом семестру. Під час опанування навчальним матеріалом модуля кожної дисципліни оцінюється аудиторна та самостійна робота студента. Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі самостійно опрацьованого матеріалу) і набутих практичних навичок під час виконання завдань практичних робіт. Бали, отримані здобувачами вищої освіти за результатами контролю з дисципліни, викладач занотовує у «Журнал обліку роботи викладача» і оголошує на кожному практичному занятті. <i>Рубіжний контроль</i> успішності студентів здійснюється посередині навчального семестру у вигляді проміжної атестації здобувачів вищої освіти за результатами оцінювання аудиторної та самостійної роботи, а також з урахуванням відвідування лекційних та практичних занять. <i>Підсумковий модульний контроль</i> проводиться з метою визначення стану успішності здобувачів вищої освіти за період теоретичного навчання у межах годин, відведених на практичні заняття. <i>Підсумковий семестровий контроль</i> – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр (сесію), що з дисципліни «Структура та функції рекламних текстів» в V семестрі здійснюється у формі заліку.
--	---

Затверджено на засіданні кафедри італійської і французької філології та перекладу, протокол № 14 від «03» червня 2025р.

Завідувач кафедри



Наталія ФІЛОНЕНКО

(ім'я, прізвище)

Перезатверджено на засіданні кафедри, італійської і французької філології та перекладу, протокол № 13 від «13» травня 2026р.

Завідувач кафедри



Наталія ФІЛОНЕНКО

(ім'я, прізвище)