

**OPIS MODUŁU, PROGRAMU NAUCZANIA
ORAZ SPOSOBÓW WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

Nazwa przedmiotu*: Przekład tekstów marketingowych

Nazwa w języku polskim*: Przekład tekstów marketingowych

Nazwa w języku angielskim*: Translation of marketing texts

Dane dotyczące przedmiotu*:

Jednostka oferująca przedmiot: Kolegium I

Przedmiot dla jednostki: Kolegium I (kierunek germanistyka, studia drugiego stopnia)

Cykl dydaktyczny: nie dotyczy

Koordynator przedmiotu cyklu: nie dotyczy

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu
Zaliczenie z oceną
Język wykładowy
Niemiecki
Profil
Ogólnoakademicki
Typ przedmiotu
Moduł zajęć do wyboru

Dane dotyczące przedmiotu cyklu**:

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu cyklu
Zaliczenie z oceną
Efekty uczenia się modułu zajęć
PTM_W01 – w pogłębionym stopniu zna i rozumie wybrane zjawiska komunikacyjne w tekstach marketingowych oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej z zakresu przekładu takich tekstów [K_W01]
PTM_U01 – potrafi pozyskiwać propozycje tłumaczeń za pomocą odpowiednich narzędzi, w tym wybranych stron internetowych, a także je selekcjonować, krytycznie analizować i wykorzystywać w tłumaczeniu [K_U07]
PTM_U02 – potrafi komunikować się w języku niemieckim na tematy związane z przekładem tekstów marketingowych, z osobą prowadzącą zajęcia oraz z osobami ze swojego roku studiów, posługując się przy tym zaawansowaną terminologią językoznawczą [K_U07]
PTM_U03 – potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się na kolejnych etapach życia, szczególnie w kontekście ewentualnej przyszłej pracy w zawodzie tłumacza tekstów marketingowych. oraz ukierunkowywać innych w tym zakresie [K_U12]
PTM_K01 – jest gotowa/gotów do uznawania znaczenia wiedzy, w tym wiedzy dotyczącej języka niemieckiego, w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych związanych z działalnością badawczą w zakresie przekładu tekstów marketingowych [K_K02]
PTM_K02 – jest gotowa/gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych oraz przestrzegania, a także podejmowania działań w celu przestrzegania, i rozwijania zasad etyki zawodowej, oraz identyfikowania i rozstrzygania dylematów prawnych i etycznych związanych

z prowadzeniem działalności tłumaczeniowej w zakresie przekładu tekstów marketingowych [K_K07]

PTM_K03 – jest gotowa/gotów przyczyniać się do dalszego rozwoju dorobku zawodu tłumacza tekstów marketingowych [K_K08]

Przedmioty wprowadzające i wymagania wstępne

Nie dotyczy

Bilans pracy studenta

3 punkty ECTS (75 godz. pracy)

- 30 godz. – w kontakcie (1,5 ECTS)
- 45 godz. – praca własna (1,5 ECTS; przygotowanie do zajęć oraz do zaliczenia pisemnego)

* wypełnia jednostka prowadząca kierunek studiów

** wypełnia koordynator

Szczegóły zajęć i grup**

Konwersatoria

Literatura

Janich, M.: *Werbgesprache. Ein Arbeitsbuch*, Tübingen 2001.

Efekty uczenia się

Jak wyżej (Efekty uczenia się modułu zajęć)

Metody i kryteria oceniania

Metoda: zaliczenie pisemne (jedno podejście)

Kryteria: przedziały procentowe, według skali:

60-67,9% – 3,0

68-75,9% – 3,5

76-83,9% – 4,0

84-91,9% – 4,5

92-100% – 5,0

Weryfikowane efekty uczenia się: PTM_W01

Metoda: dwie prace pisemne polegające na tłumaczeniu tekstów marketingowych z języka niemieckiego na polski i z języka polskiego na niemiecki (každorazowo: podejście pierwsze i maksymalnie jedna poprawa do końca trwania zajęć dydaktycznych w bieżącym semestrze)

Kryteria: przedziały procentowe, według skali:

60-67,9% – 3,0

68-75,9% – 3,5

76-83,9% – 4,0

84-91,9% – 4,5

92-100% – 5,0

Weryfikowane efekty uczenia się: PTM_U01, PTM_U02

Metoda: wypowiedź ustna dotycząca napotkanych trudności i zastosowanych strategii tłumaczeniowych w wykonanym tłumaczeniu

Kryteria:

- prawidłowe uzasadnienie doboru narzędzi, w tym stron internetowych
- prawidłowe stosowanie w wypowiedzi terminologii specjalistycznej w języku niemieckim
- prawidłowe diagnozowanie ewentualnych trudności w tłumaczeniu
- prawidłowe wskazanie ewentualnych dylematów prawnych i etycznych związanych z wykonanym tłumaczeniem

Weryfikowane efekty uczenia się: PTM_U01, PTM_U02, PTM_U03, PTM_K01, PTM_K02

Metoda: aktywność w dyskusji podczas wykonywania tłumaczenia, dotyczącej napotykaných trudności i możliwych do zastosowania strategii tłumaczeniowych

Kryteria:

- prawidłowe uzasadnienie doboru narzędzi, w tym stron internetowych
- prawidłowe stosowanie w wypowiedzi terminologii specjalistycznej w języku niemieckim
- prawidłowe diagnozowanie ewentualnych trudności w tłumaczeniu
- prawidłowe wskazanie ewentualnych dylematów prawnych i etycznych związanych z wykonanym tłumaczeniem

Weryfikowane efekty uczenia się: PTM_U01, PTM_U02, PTM_U03, PTM_K01, PTM_K02

Metoda: ankieta/samoocena (na koniec semestru)

Kryteria:

- przekonanie o posiadaniu umiejętności w zakresie prawidłowego doboru narzędzi tłumaczeniowych, w tym stron internetowych
- świadomość konieczności dalszego rozwoju umiejętności tłumaczenia tekstów marketingowych

Weryfikowane efekty uczenia się: PTM_U01, PTM_U03

Metoda: bieżąca obserwacja w trakcie zajęć

Kryteria:

- prawidłowy dobór narzędzi, w tym stron internetowych
- podejmowanie prób radzenia sobie z ewentualnymi trudnościami w tłumaczeniu
- widoczne zainteresowanie doskonaleniem własnych umiejętności w zakresie tłumaczenia tekstów marketingowych

Weryfikowane efekty uczenia się: PTM_U01, PTM_U03, PTM_K03

Warunkiem zaliczenia zajęć jest (poza spełnieniem powyższych wymagań) obowiązkowa obecność na zajęciach, zgodnie z § 29 Regulaminu Studiów.

Zakres tematów zajęć

1. Charakterystyka tekstów marketingowych i specyfika ich przekładu
2. Rola tłumacza w kontekście marketingu i tekstów perswazyjnych, możliwości i ograniczenia sztucznej inteligencji
3. Językowe elementy perswazji i ich przekład
4. Studium przypadków popularnych kampanii marketingowych w kontekście przekładu
5. Tłumaczenie przykładów reklam drukowanych i internetowych z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki
6. Tłumaczenie przykładów stron internetowych i opisów produktów z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki
7. Praca pisemna nr 1 – tłumaczenie z języka niemieckiego na polski
8. Tłumaczenie przykładów postów mediach społecznościowych z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki
9. Tłumaczenie przykładów newsletterów
10. Tłumaczenie przykładów artykułów sponsorowanych z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki
11. Tłumaczenie przykładów blogów firmowych z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki
12. Tłumaczenie przykładów haseł i sloganów reklamowych z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki
13. Tłumaczenie przykładów ulotek i katalogów z języka niemieckiego na polski i polskiego na niemiecki
14. Praca pisemna nr 2 – tłumaczenie z języka polskiego na niemiecki
15. Zaliczenie pisemne

Rygory zaliczenia zajęć

Zaliczenie z oceną

Literatura uzupełniająca
https://context.reverso.net/ https://translate.google.pl/ https://www.deepl.com/pl/translator Wybrane strony internetowe z tekstami o charakterze marketingowym
Metody dydaktyczne
Metody kooperatywne, metody pracy ze źródłami, metody problemowe
Metody dydaktyczne – inne
Nie dotyczy

** wypełnia koordynator