

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Загальна інформація про навчальну дисципліну	
Повна назва навчальної дисципліни	Основи інформатики та прикладної лінгвістики зі змістовим модулем: копірайтинг
Повна офіційна назва закладу вищої освіти	Сумський державний університет
Повна назва структурного підрозділу	Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій. Кафедра германської філології
Розробники	Прокопенко Антоніна Вадимівна, кандидат філологічних наук, ст. викладач кафедри германської філології
Рівень вищої освіти	Перший рівень вищої освіти; НРК – 7 рівень; QF-LLL – 6 рівень; FQ-ЕНЕА – перший цикл
Семестр вивчення навчальної дисципліни	16 тижнів протягом 3-го семестру 8 тижнів протягом 6-го семестру
Обсяг навчальної дисципліни	3-й семестр: обсяг навчальної дисципліни становить 5 кредитів ЄКТС, 150 годин, з яких 48 годин становить контактна робота з викладачем (16 годин лекцій, 32 години лабораторних робіт), 102 години становить самостійна робота. 6-й семестр: обсяг навчальної дисципліни становить 5 кредитів ЄКТС, 150 годин, з яких 48 годин становить контактна робота з викладачем (32 години лекцій, 16 годин лабораторних робіт), 102 години становить самостійна робота.
Мова(и) викладання	Українською та англійською мовами
2. Місце навчальної дисципліни в освітній програмі	
Статус дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна для освітньої програми 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»
Передумови для вивчення дисципліни	Практичний курс англійської мови. Теоретична граматики зі змістовим модулем: граматичні проблеми перекладу. Необхідні знання з: інформатики, алгебри, української мови і літератури, теорії та

	практики перекладу, логіки.
Додаткові умови	Додаткові умови відсутні
Обмеження	Обмеження відсутні

3. Мета навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування у студентів системи знань про прикладну лінгвістику та копірайтинг, формування необхідних вмінь для ефективного використання засобів сучасних інформаційних технологій та здатності їх імплементації у своїй майбутній перекладацькій діяльності.

4. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 «Копірайтинг»

Тема 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності. Види та специфікації копірайтингу. Сфери функціонування копірайтингу. Базові аксіоми копірайтингу. Основні компоненти рекламної продукції. Види заголовків рекламного тексту. Стратегії написання ефективних заголовків.

Тема 2. Копірайтинг у політичних комунікаціях. Творча платформа і концепція реклами.

Завдання та види текстів у політичних комунікаціях. Листівка. Реклама на бордах та інших візуальних носіях. Лозунг. Слоган. Девіз. 11 порад з написання чіткої копірайтингової продукції.

Тема 3. Копірайтинг новини. Різновиди макетів, друкованої реклами
Жанрова особливість копірайтингу новини. Технологія написання прес-релізу. Прес-реліз та прес-кіт. Новина для телебачення. Новина для радіо. Новина для періодичних друкованих ЗМІ.

Тема 4. Копірайтинг іміджевої статті.
Іміджева стаття як елемент системного брендингу. Одна стаття – одне послання. Візуальний компонент іміджевої статті. Емоції у рекламному тексті.

Тема 5. Особливості копірайтингу в Інтернеті
Специфічні пошукові вимоги до змісту текстів у Інтернеті. Види текстів у просторі Інтернет. Принципи редагування копірайтингової продукції. Рекламний текст брошури.

Тема 6. Наймінг
Функції та вимоги до ефективного найму в маркетингу та комунікації. Види наймів за ціллю. Види наймів за процесом та механізмом створення. Найм як інтелектуальна вартість. Технології створення ефективного найму.

Тема 7. Копірайтинг інтернет-реклами. Основний текст рекламного оголошення
Вимоги до інтернет-банера. Вимоги до текстів на сайті. Вимоги до заголовків на сайті. Концепти, які необхідно враховувати при написанні рекламної продукції. Особливості редагування рекламного тексту.

Тема 8. Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо, у різних видах друкованих видань. Класифікація стилів рекламних текстів. Особливості текстів телевізійної реклами. Особливості текстів радіореклами. Особливості текстів газетної реклами та оголошень. Особливості текстів журнальної реклами. Сім кроків до написання

ідеальної рекламної продукції.

Змістовий модуль 2 «Основи інформатики та прикладної лінгвістики»

Тема 9. Прикладна лінгвістика як галузь мовознавства.

Об'єкт, завдання, актуальні проблеми і методи дослідження ПЛ. ПЛ та інші наукові дисципліни. Інформація та її різновиди. Типи інформаційних моделей. Формалізація інформації внутрішня і зовнішня. Обробка інформації.

Тема 10. Семіотика. Знак і теорія знаків. Мова як мовна система. Інформація. Інформатика.

Електронні системи перекладача: інформаційні, перекладацькі, комунікаційні. АРМ перекладача Microsoft Word, Microsoft Excel і PowerPoint для перекладача: основні функції.

Тема 11. Комп'ютерна лінгвістика.

Об'єкт, предмет і завдання КЛ. КЛ у відношеннях з іншими науковими дисциплінами. Комп'ютерна лінгвістика і прикладні завдання мовознавства. Природні і штучні мови. Мови програмування як штучні мови. Формальні методи опису штучних мов. Формальна граматики. Зв'язок лінгвістики з інформатикою. Поняття метамови. БНФ-нотації.

Тема 12. Комп'ютерна лексикографія.

Комп'ютерний, або автоматичний словник і комп'ютерний варіант традиційного словника. Типи комп'ютерних словників. Одномовні електронні словники: тлумачні (енциклопедичні), ідеографічні (тезауруси), словники аббревіатур, словники сленгу. Он-лайн словники: «Collins», «Multitran» та ін. Спеціалізовані (галузеві) словники в Інтернеті.

Тема 13. Електронні корпуси текстів і переклад.

Поняття лінгвістичного корпусу. Історія корпусної лінгвістики. Предмет дослідження, основні завдання та напрямки корпусної лінгвістики. Усні та письмові, одномовні та багатомовні корпуси. Лінгвістичні дослідження на базі корпусів. Отримання інформації з корпусу. Програми-конкорданси.

Тема 14. Природний і штучний інтелект.

Інтелект (= розум, мислення) як інструмент пізнання дійсності. Складники інтелектуальної (=розумової, мисленневої) діяльності людини: пізнання, розуміння, зберігання (=пам'ять), генерування знань та вміння їх застосовувати (=обмін знаннями). Підходи до створення систем штучного інтелекту. Машина та тест Тюрінга.

Тема 15. Системи машинного перекладу.

Сучасні стратегії створення систем МП. Типи систем МП. Мова-посередник (interlingua) та трансфер в системах МП. Оцінка якості перекладу. Типові помилки машинного перекладу. Сучасний стан машинного перекладу. Аналіз теоретичних моделей процесу перекладу.

Тема 16. Системи автоматизованого перекладу. Автоматичне робоче місце перекладача I.

САТ-програми як один із найважливіших аспектів інструментального компонента для перекладу. Принцип дії ТМ-інструментів. Переваги використання САТ-програм на основі ТМ-інструментів. Особливості процесу локалізації.

5. Очікувані результати навчання навчальної дисципліни

Після успішного вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти зможе:

PH1.	Знати основні принципи роботи з системами автоматизованого перекладу та комунікаційними системами
PH2.	З'ясувати основні закони, правила та вимоги написання ефективного тексту
PH3.	Здійснювати переклад іншомовної інформації за допомогою комп'ютерних систем автоматизації перекладу та електронних словників
PH4.	Створювати якісну копірайтингову продукцію, що впливає на реципієнта
PH5.	Аналізувати принципи роботи систем МТ (автоматичний переклад) і ТМ (Пам'ять перекладів), а також інших систем САТ (термінологічні бази, перекладацькі редактори і т.п.)
6. Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів	
7. Види навчальних занять та навчальної діяльності	
7.1 Види навчальних занять	
<p>Видами навчальних занять при вивченні дисципліни є лекції (Л) та лабораторні заняття (ЛЗ).</p> <p style="text-align: center;">3-й семестр</p> <p>Тема 1. Л 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності. Види та специфікації копірайтингу. Сфери функціонування копірайтингу. Базові аксіоми копірайтингу. Основні компоненти рекламної продукції. Види заголовків рекламного тексту.</p> <p>Тема 2. Л 2. Копірайтинг у політичних комунікаціях. Творча платформа і концепція реклами. 11 порад з написання чіткої копірайтингової продукції.</p> <p>Тема 3. Л 3. Копірайтинг новини. Різновиди макетів, друкованої реклами. Жанрова особливість копірайтингу новини. Технологія написання прес-релізу.</p> <p>Тема 4. Л 4. Копірайтинг іміджевої статті. Іміджева стаття як елемент системного брендингу. Емоції у рекламному тексті.</p> <p>Тема 5. Л 5. Особливості копірайтингу в Інтернеті. Специфічні пошукові вимоги до змісту текстів у Інтернеті. Види текстів у просторі Інтернет. Принципи редагування копірайтингової продукції.</p> <p>Тема 6. Л 6. Наймінг. Функції та вимоги до ефективного найму в маркетингу та комунікації. Види наймів за ціллю. Види наймів за процесом та механізмом створення.</p> <p>Тема 7. Л 7. Копірайтинг інтернет-реклами. Основний текст рекламного оголошення. Вимоги до текстів на сайті. Вимоги до заголовків на сайті. Концепти, які необхідно враховувати при написанні рекламної продукції.</p>	

Тема 8.

Л 8. Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо, у різних видах друкованих видань. Класифікація стилів рекламних текстів. Сім кроків до написання ідеальної рекламної продукції.

Тема 9.

ЛЗ 1. Прикладна лінгвістика як галузь мовознавства. Об'єкт, завдання, актуальні проблеми і методи дослідження ПЛ. ПЛ та інші наукові дисципліни.

ЛЗ 2. Інформація та її різновиди. Типи інформаційних моделей. Формалізація інформації внутрішня і зовнішня. Обробка інформації.

Тема 10.

ЛЗ 3. Семіотика. Знак і теорія знаків. Мова як мовна система. Інформація. Інформатика.

ЛЗ 4. Електронні системи перекладача: інформаційні, перекладацькі, комунікаційні. АРМ перекладача Microsoft Word, Microsoft Excel і PowerPoint для перекладача: основні функції.

Тема 11.

ЛЗ 5. Комп'ютерна лінгвістика. Об'єкт, предмет і завдання КЛ. КЛ у відношеннях з іншими науковими дисциплінами. Комп'ютерна лінгвістика і прикладні завдання мовознавства.

ЛЗ 6. Природні і штучні мови. Мови програмування як штучні мови. Формальні методи опису штучних мов. Формальна граматики.

Тема 12.

ЛЗ 7. Комп'ютерна лексикографія. Комп'ютерний, або автоматичний словник і комп'ютерний варіант традиційного словника. Типи комп'ютерних словників.

ЛЗ 8. Одномовні електронні словники: тлумачні (енциклопедичні), ідеографічні (тезауруси), словники аббревіатур, словники сленгу.

Тема 13.

ЛЗ 9. Електронні корпуси текстів і переклад. Поняття лінгвістичного корпусу. Історія корпусної лінгвістики. Предмет дослідження, основні завдання та напрямки корпусної лінгвістики.

ЛЗ 10. Усні та письмові, одномовні та багатомовні корпуси. Лінгвістичні дослідження на базі корпусів. Отримання інформації з корпусу.

Тема 14.

ЛЗ 11. Природний і штучний інтелект. Інтелект (= розум, мислення) як інструмент пізнання дійсності. Складники інтелектуальної (=розумової, мисленнєвої) діяльності людини: пізнання, розуміння, зберігання (=пам'ять), генерування знань та вміння їх застосовувати (=обмін знаннями).

ЛЗ 12. Підходи до створення систем штучного інтелекту. Машина та тест Тюрінга.

Тема 15.

ЛЗ 13. Системи машинного перекладу. Сучасні стратегії створення систем МП. Типи систем МП. Мова-посередник (interlingua) та трансфер в системах МП.

ЛЗ 14. Оцінка якості перекладу. Типові помилки машинного перекладу. Сучасний стан машинного перекладу. Аналіз теоретичних моделей процесу перекладу.

Тема 16.

ЛЗ 15. Системи автоматизованого перекладу. Автоматичне робоче місце перекладача І.

ЛЗ 16. САТ-програми як один із найважливіших аспектів інструментального компонента для перекладу. Принцип дії ТМ-інструментів.

6-й семестр

Тема 1, тема 9.

Л 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності. Види та специфікації копірайтингу. Сфери функціонування копірайтингу. Базові аксіоми копірайтингу. Основні компоненти рекламної продукції. Види заголовків рекламного тексту.

Л 2. Прикладна лінгвістика як галузь мовознавства. Об'єкт, завдання, актуальні проблеми і методи дослідження ПЛ. ПЛ та інші наукові дисципліни.

ЛЗ 1. Інформація та її різновиди. Типи інформаційних моделей. Формалізація інформації внутрішня і зовнішня. Обробка інформації.

Тема 2, тема 10.

Л 3. Копірайтинг у політичних комунікаціях. Творча платформа і концепція реклами. 11 порад з написання чіткої копірайтингової продукції.

Л 4. Семіотика. Знак і теорія знаків. Мова як мовна система. Інформація. Інформатика.

ЛЗ 2. Електронні системи перекладача: інформаційні, перекладацькі, комунікаційні. АРМ перекладача Microsoft Word, Microsoft Excel і PowerPoint для перекладача: основні функції.

Тема 3, тема 11.

Л 5. Копірайтинг новини. Різновиди макетів, друкованої реклами.

Жанрова особливість копірайтингу новини. Технологія написання прес-релізу.

Л 6. Комп'ютерна лінгвістика. Об'єкт, предмет і завдання КЛ. КЛ у відношеннях з іншими науковими дисциплінами. Комп'ютерна лінгвістика і прикладні завдання мовознавства.

ЛЗ 3. Природні і штучні мови. Мови програмування як штучні мови. Формальні методи опису штучних мов. Формальна граматики.

Тема 4, тема 12.

Л 7. Копірайтинг іміджевої статті. Іміджева стаття як елемент системного брендингу. Емоції у рекламному тексті.

Л 8. Комп'ютерна лексикографія. Комп'ютерний, або автоматичний словник і комп'ютерний варіант традиційного словника. Типи комп'ютерних словників.

ЛЗ 4. Одномовні електронні словники: тлумачні, ідеографічні, словники аббревіатур, словники сленгу

Тема 5, тема 13.

Л 9. Особливості копірайтингу в Інтернеті. Специфічні пошукові вимоги до змісту текстів у Інтернеті. Принципи редагування копірайтингової продукції.

Л 10. Електронні корпуси текстів і переклад. Поняття лінгвістичного корпусу. Предмет дослідження, основні завдання та напрямки корпусної лінгвістики.

ЛЗ 5. Усні та письмові, одномовні та багатомовні корпуси. Лінгвістичні дослідження на базі корпусів. Отримання інформації з корпусу.

Тема 6, тема 14.

Л 11. Наймінг. Функції та вимоги до ефективного найму в маркетингу та комунікації. Види наймів.

Л 12. Природний і штучний інтелект. Інтелект як інструмент пізнання дійсності. Складники інтелектуальної діяльності людини: пізнання, розуміння, зберігання, генерування знань та вміння їх застосовувати.

ЛЗ 6. Підходи до створення систем штучного інтелекту. Машина та тест Тюрінга

Тема 7, тема 15.

Л 13. Копірайтинг інтернет-реклами. Вимоги до заголовків на сайті. Концепти, які

необхідно враховувати при написанні рекламної продукції.

Л 14. Системи машинного перекладу. Сучасні стратегії створення систем МП. Типи систем МП. Мова-посередник (interlingua) та трансфер в системах МП.

ЛЗ 7. Оцінка якості перекладу. Типові помилки машинного перекладу. Сучасний стан машинного перекладу. Аналіз теоретичних моделей процесу перекладу.

Тема 8, тема 16.

Л 15. Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо, у різних видах друкованих видань. Сім кроків до написання ідеальної рекламної продукції.

Л 16. Системи автоматизованого перекладу. Автоматичне робоче місце перекладача I.

ЛЗ 8. САТ-програми як один із найважливіших аспектів інструментального компонента для перекладу. Принцип дії ТМ-інструментів.

7.2 Види навчальної діяльності

НД 1. Підготовка до лекцій, мікрОВикладання за темами, ознайомлення з лекцією у вигляді мультимедійного контенту 1-16.

НД 2. Інтерактивні тестування за темами 1-16.

НД 3. Рольова гра та виконання групового практичного завдання в межах тем 1-8.

НД 4. Графічна робота в межах тем 1-8.

НД 5. Розв'язання практичних завдань за допомогою онлайн-технологій в межах тем 8-16.

8. Методи викладання, навчання

Дисципліна передбачає навчання через:

МН1. лекції-візуалізації;

МН2. практичні заняття;

МН3. модульне навчання;

МН4. навчальна дискусія;

МН 5. творчий метод.

Лекції надають студентам матеріали з основ прикладної лінгвістики та копірайтингу з різних точок зору, знайомлять їх із принципами роботи з системами автоматизованого перекладу та правилами і вимогами написання ефективного рекламного тексту. (РН 1, РН 2). Лекції ґрунтуються на використанні знань у вигляді окремих змістових модулів, що інтегруються з іншими частинами курсу (РН 3). Вони доповнюються практичними заняттями та навчальними дискусіями, що надають здобувачам вищої освіти можливість застосовувати теоретичні знання на практиці (РН 4 та РН 5). Підготовка до лекцій сприятиме активізації пізнавальної діяльності здобувачів за рахунок асоціації їх власного досвіду з предметом навчання (РН 3). Застосування творчого методу сприятиме збагаченню і розвитку творчого потенціалу та активізації процесу генерування ідей (РН 4). Під час підготовки до тестів за результатами модульного навчання студенти розвиватимуть навички самостійного навчання, швидкого критичного читання та аналітичного мислення.

9. Методи та критерії оцінювання

9.1. Критерії оцінювання

Оцінка	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
ВІДМІННО	відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	5, 0 (відмінно)	$90 \leq RD \leq 100$
ДОБРЕ	в загальному правильна робота з певною кількістю помилок	4, 0 (добре)	$74 \leq RD \leq 89$
ЗАДОВІЛЬНО	виконання задовольняє мінімальні критерії	3,0 (задовільно)	$60 \leq RD \leq 73$
НЕЗАДОВІЛЬНО	можливе повторне складання	2 (незадовільно)	$35 \leq RD \leq 59$
НЕЗАДОВІЛЬНО	необхідний повторний курс з навчальної дисципліни	2 (незадовільно)	$RD < 35$

9.2 Методи поточного формативного оцінювання

За дисципліною передбачені такі методи поточного формативного оцінювання: тестування та усні коментарі викладача за його результатами, настанови викладачів в процесі виконання завдань самостійної роботи, самооцінювання поточного тестування, обговорення та взаємооцінювання студентами виконаних практичних, групових та індивідуальних завдань.

9.3 Методи підсумкового сумативного оцінювання

Оцінювання протягом семестру проводиться у формі письмових опитувань та інтерактивних тестувань (M1), перевірки письмових робіт (M2), індивідуальних презентацій та колективних дискусій (M3). Всі роботи повинні бути виконані самостійно. Індивідуальні завдання, схожі між собою, будуть відхилені.

Оцінка студента формується таким чином:

1. тематичне тестування 10 балів;
2. індивідуальне завдання (виконання, презентація, захист) 20 балів;
4. колективні дискусії 10 балів.
5. розв'язання практичних завдань за допомогою он-лайн технологій 40 балів;
6. інтерактивне тестування 20 балів

Здобувач вищої освіти може обрати змішаний спосіб вивчення дисципліни: проходження курсу Introduction to Applied Linguistics and TESOL масового он-лайн курсу FUTURELEARN, який може бути зараховане як індивідуальні завдання та колективні дискусії.

Форма підсумкового контролю – залік.

10. Ресурсне забезпечення навчальної дисципліни

10.1 Засоби навчання

Навчальний процес потребує використання

	<p>мультимедіа (ЗН 1), програмного забезпечення Office365, програмного забезпечення для підтримки MixLearning (ЗН 2) та комп'ютеру, комп'ютерної системи та мереж (ЗН 3).</p>
<p>10.2 Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Основна література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бідюк, Н. М. Основи прикладної лінгвістики: вступ до спеціальності : навч. посіб. / Н. М. Бідюк, О. О. Комочкова. – Хмельницький : ХНУ, 2017. – 191 с. http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/6085 2. Методичні вказівки до виконання практичних робіт з курсу «Основи інформатики та прикладної лінгвістики зі змістовим модулем: копірайтинг» для студентів напряму підготовки 035 «Філологія» денної форми навчання / укладачі: Л. І. Гарцунова, А. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2019. – 43 с. http://lib.sumdu.edu.ua/library/docs/rio/2019/m4643.pdf <p>Допоміжна література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Шпетний, І.О. Інформатика [Електронний ресурс] / І.О. Шпетний, С.І. Проценко, К.В. Тищенко. - Електронне вид. каф. Електроніки, загальної та прикладної фізики. - Суми: СумДУ, 2018. - 187 с. http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/67760 3. Копірайтинг: учебное пособие /Авт.- сост. Костюк Е.Б. – СПб : СПбГТУРП , 2015. – 95 с. 4. Пересадько Г. О. Особливості копірайтингу в Україні / Г. О. Пересадько, О. А. Чеманова // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія Економіка та менеджмент. – 2013. – Вип. 5 (56). – С. 148-150. <p>Інформаційні ресурси в Інтернеті: <i>Microsoft Office365, MemoQ, SmartCAT, English-corpora, MindMeister, Padlet</i></p>