



Факультет	Иностранных языков
Кафедра	Кафедра немецкого языка
Направление подготовки	45.03.02 Лингвистика
Направленность (профиль)	Перевод и переводоведение (английский и немецкий языки)
Основы экономического перевода (немецкий язык)	Б1.В.ДВ.08.02

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого»
ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л.Н. Толстого»

УТВЕРЖДЕНА

на заседании Ученого совета университета

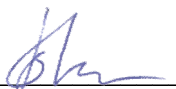
протокол № 8 от 31. 08. 2017 г.

**Рабочая программа дисциплины
«Основы экономического перевода (немецкий
язык)»**

Трудоемкость: 3 зачетные единицы

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Заведующий кафедрой  Кудинова В.И.

Декан  Разорёнов Д.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	4
3. Объем дисциплины и виды учебной работы	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий	5
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	11
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	15
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	16
7.1. Основная литература.....	16
7.2. Дополнительная литература	16
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	17
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	17
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	20
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	22
12. Аннотация рабочей программы дисциплины	23
Разработчик:	24
13. Лист регистрации изменений к рабочей программе дисциплины.....	25

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Достижение планируемых результатов обучения, соотнесенных с общими целями и задачами ОПОП, является целью освоения дисциплины.

Планируемые результаты освоения образовательной программы (код и название компетенции)	Планируемые результаты обучения	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
<p>Владение основными способами достижения эквивалентности в переводе и способность применять основные приемы перевода (ПК-9)</p>	<p><u>Выпускник знает:</u> виды контекста и его роль при выборе вариантного соответствия; трудности передачи грамматических, лексических значений, соответствующие этапу обучения, и основные пути их преодоления. <u>Умеет:</u> применять приемы перевода в соответствии с коммуникативно-прагматической задачей; переводить на максимально возможном для данного этапа обучения уровне эквивалентности. <u>Владеет:</u> видами переводческих трансформаций, соответствующими этапу обучения</p>	<p style="text-align: center;">В соответствии с учебным планом</p>
<p>Владение специальной терминологией в области профессионально-ориентированного перевода (ДПК-1)</p>	<p><u>Выпускник знает:</u> базовые термины в сфере экономики и бизнеса профессионально-ориентированного перевода (ДПК-1); <u>Умеет:</u> правильно выбирать эквивалент при переводе специальной лексики и терминов в сфере экономики и бизнеса профессионально-ориентированного перевода (ДПК-1); <u>Владеет и (или) имеет опыт деятельности:</u> навыком перевода текстов узкоспециальной направленности; навыками нормативного и стилистически целесообразного использования языковых средств при переводе текстов узкоспециальной направленности (ДПК-1).</p>	<p style="text-align: center;">В соответствии с учебным планом</p>
<p>Владение методикой профессионально-ориентированного перевода текста (ДПК-2)</p>	<p><u>Выпускник знает:</u> алгоритм действий переводчика в области профессионально-ориентированного перевода; стилистические особенности текстов узкоспециальной направленности (ДПК-2); <u>Умеет:</u> преодолевать типичные переводческие трудности при работе с текстом сферы экономики и бизнеса профессионально-ориентированного перевода; осуществлять письменный, устный последовательный и устный перевод с листа с соблюдением норм лексико-стилистической эквивалентности, грамматических, синтаксических и темпоральных характеристик исходного текста (ДПК-2); <u>Владеет и (или) имеет опыт деятельности:</u> методикой подготовки к выполнению перевода текста в сфере экономики и бизнеса, включая поиск информации в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях (ДПК-2).</p>	<p style="text-align: center;">В соответствии с учебным планом</p>
<p>Знание современных информационных технологий в области профессионально-ориентированного перевода</p>	<p><u>Выпускник знает:</u> знает современные информационные технологии в области профессионально-ориентированного перевода; информационные ресурсы, необходимые для перевода текстов сферы экономики и бизнеса (ДПК-3); <u>Умеет:</u> применять современные информационные технологии при переводе</p>	<p style="text-align: center;">В соответствии с учебным планом</p>

(ДПК-3)

текстов сферы экономики и бизнеса (ДПК-3);
Владеет и (или) имеет опыт деятельности:
 приемами поиска информации, необходимой для перевода текстов сферы экономики и бизнеса, в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях (ДПК-3).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Очная форма обучения

Дисциплина «Основы экономического перевода (немецкий язык)» относится к дисциплинам по выбору Блока 1 вариативной части дисциплин направления.

К началу изучения дисциплины студенты должны иметь представление об основных приемах перевода, а также владеть базовыми навыками устного и письменного перевода.

В ходе изучения дисциплины студенты работают как под руководством преподавателя, так и самостоятельно, используя ресурсы читального зала факультета.

Освоение данной дисциплины необходимо для всесторонней подготовки специалиста в области перевода и межкультурной коммуникации. В процессе освоения данного курса студент расширяет свои представления о лингвостилистических особенностях экономических текстов, осваивает терминологическую базу экономического дискурса, отрабатывает навыки устного и письменного перевода в рамках экономической тематики.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Объем зачетных единиц / часов по формам обучения	
	очная	очно-заочная
Максимальная учебная нагрузка (всего)	3 з.е. / 108 ч.	
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	22	20
в том числе:		
практические занятия с использованием мультимедийных технологий, ролевых игр и других форм, активизирующих работу студентов	20	18
контроль самостоятельной работы студентов	2	2
Самостоятельная работа студента (всего)	86	88
в том числе:		
внеаудиторная самостоятельная работа при подготовке к семинарским и/или практическим занятиям	72	74
выполнение заданий для самостоятельной работы	8	8
подготовка к зачету	6	6
Итоговая аттестация в форме зачета (очная форма обучения – 5 семестр; очно-заочная форма обучения - 8 семестр)		

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ
(РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА
АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ
ЗАНЯТИЙ**

Очная форма обучения

Наименование тем (разделов).	Количество академических или астрономических часов по видам учебных занятий			
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Другие виды учебных занятий	Самостоятельная работа обучающихся
Тема 1. Экономическая терминология		4		11
Тема 1.1. <i>Секторы экономики</i>		2		4
Тема 1.2. <i>Структура компании</i>		1		4
Тема 1.3. <i>Менеджмент</i>		1		3
Тема 2. Деловая переписка		3		11
Тема 2.1. <i>Особенности перевода писем экономического содержания</i>		1		6
Тема 2.2. <i>Перевод меморандумов, докладов</i>		2		5
Тема 3. Формы деловой активности		2		10
Тема 3.1. <i>Основные формы деловой активности</i>		1		5
Тема 3.2. <i>Наиболее частотные сокращения и аббревиатуры в названиях. Словари и интернет-ресурсы при передаче сокращений.</i>		1		5
Тема 4. Реклама		2		10
Тема 4.1. <i>Производство товара. Маркетинг.</i>		1		5
Тема 4.2. <i>Рекламная компания. Раскрутка товара.</i>		1		5
Тема 5. Поставка товара. Услуги проведения платежей		2		10
Тема 5.1. <i>Основные условия поставки товара. Условия платежа.</i>		1		5
Тема 5.2. <i>Международная торговля.</i>		1		5
Тема 6. Правовые аспекты коммерческой деятельности		3		10
Тема 6.1. <i>Деловая этика.</i>		1		4
Тема 6.2. <i>Экономика и право.</i>		1		3
Тема 6.3. <i>Роль государства в экономике страны.</i>		1		3
Тема 7. Структура рынка		3		10
Тема 7.1. <i>Рыночная структура и конкуренция</i>		1		4

Основы экономического перевода (немецкий язык)		Б1.В. ДВ.08.02		
Тема 7.2. <i>Слияние и поглощение компаний.</i>		1		3
Тема 7.3. <i>Занятость и устройство на работу.</i>		1		3
Контрольная работа			1	
Выполнение заданий для самостоятельной работы				8
Контроль самостоятельной работы студентов			2	
Подготовка к зачету				6
ИТОГО		19	3	86

Очно-заочная форма обучения

Наименование тем (разделов).	Количество академических или астрономических часов по видам учебных занятий			
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Другие виды учебных занятий	Самостоятельная работа обучающихся
Тема 1. Экономическая терминология		3		11
Тема 1.1. <i>Секторы экономики</i>		1		4
Тема 1.2. <i>Структура компании</i>		1		4
Тема 1.3. <i>Менеджмент</i>		1		3
Тема 2. Деловая переписка		2		11
Тема 2.1. <i>Особенности перевода писем экономического содержания</i>		1		6
Тема 2.2. <i>Перевод меморандумов, докладов</i>		1		5
Тема 3. Формы деловой активности		2		11
Тема 3.1. <i>Основные формы деловой активности</i>		1		6
Тема 3.2. <i>Наиболее частотные сокращения и аббревиатуры в названиях. Словари и интернет-ресурсы при передаче сокращений.</i>		1		5
Тема 4. Реклама		2		11
Тема 4.1. <i>Производство товара. Маркетинг.</i>		1		6
Тема 4.2. <i>Рекламная компания. Раскрутка товара.</i>		1		5
Тема 5. Поставка товара. Услуги проведения платежей		2		10
Тема 5.1. <i>Основные условия поставки товара. Условия платежа.</i>		1		5
Тема 5.2. <i>Международная торговля.</i>		1		5
Тема 6. Правовые аспекты коммерческой деятельности		3		10
Тема 6.1. <i>Деловая этика.</i>		1		4
Тема 6.2. <i>Экономика и право.</i>		1		3

Основы экономического перевода (немецкий язык)		Б1.В. ДВ.08.02		
Тема 6.3. <i>Роль государства в экономике страны.</i>			1	3
Тема 7. Структура рынка			3	10
Тема 7.1. <i>Рыночная структура и конкуренция</i>			1	3
Тема 7.2. <i>Слияние и поглощение компаний.</i>			1	3
Тема 7.3. <i>Занятость и устройство на работу.</i>			1	4
Контрольная работа			1	
Выполнение заданий для самостоятельной работы				8
Контроль самостоятельной работы студентов			2	
Подготовка к зачету				6
ИТОГО			17	3
				88

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа обучающихся, направленная на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений, повышение творческого потенциала студентов и заключается в:

- работе студентов с программным материалом, поиске и анализе литературы и электронных источников информации по заданной проблеме;
- выполнении домашних заданий;
- изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку, и подготовку проектов по изученному материалу с последующей защитой на практических занятиях;
- подготовке к зачету.

Комплект учебно-методического сопровождения дисциплины (опорные конспекты грамматического материала, тексты, статьи, задания), доступен студентам в электронной информационно-образовательной среде университета и может использоваться в процессе выполнения самостоятельной работы.

№	Тема	Электронный ресурс	Содержание	Сроки выполнения	КСРС	
					Очная форма	Очно-заочная форма
1	Экономическая терминология	Eismann, Volker. Wirtschafts-Kommunikation Deutsch [Text] : Lehrbuch / V. Eismann. - Berlin ;Munchen : Langenscheidt, 2008. - 223 с. http://www.wikipedia.com	С. 11-35 Секторы экономики. Структура компании. Менеджмент.	Недели 1-2	11	11
2	Деловая переписка	Eismann, Volker. Wirtschafts-Kommunikation Deutsch [Text] : Lehrbuch / V. Eismann. - Berlin ;Munchen : Langenscheidt, 2008. - 223 с.	С.87-119 Особенности перевода писем экономического содержания. Перевод	Недели 3-4	11	11

		http://www.wikipedia.com	меморандумов, докладов.			
3	Формы деловой активности	Eismann, Volker. Wirtschafts-Kommunikation Deutsch [Text] : Lehrbuch / V. Eismann. - Berlin ;Munchen : Langenscheidt, 2008. - 223 с. http://www.wikipedia.com	С.111-120 Основные формы деловой активности. Наиболее частотные сокращения и аббревиатуры в названиях. Словари и интернет-ресурсы при передаче сокращений.	Недели 5-6	10	11
4	Реклама	Eismann, Volker. Wirtschafts-Kommunikation Deutsch [Text] : Lehrbuch / V. Eismann. - Berlin ;Munchen : Langenscheidt, 2008. - 223 с. http://www.wikipedia.com	С. 185-194 Производство товара. Маркетинг. Рекламная компания. Раскрутка товара.	Недели 7-8	10	11
5	Поставка товара. Услуги проведения платежей	Eismann, Volker. Wirtschafts-Kommunikation Deutsch [Text] : Lehrbuch / V. Eismann. - Berlin ;Munchen : Langenscheidt, 2008. - 223 с. http://www.wikipedia.com	С. 121-130 Основные условия поставки товара. Условия платежа. Международная торговля.	Недели 9-10	10	10
6	Правовые аспекты коммерческой деятельности	Eismann, Volker. Wirtschafts-Kommunikation Deutsch [Text] : Lehrbuch / V. Eismann. - Berlin ;Munchen : Langenscheidt, 2008. - 223 с. http://www.wikipedia.com	С. 131-140 Деловая этика. Экономика и право. Роль государства в экономике страны.	Недели 11-12	10	10
7	Структура рынка	Eismann, Volker. Wirtschafts-Kommunikation Deutsch [Text] : Lehrbuch / V. Eismann. - Berlin ;Munchen : Langenscheidt, 2008. - 223 с. http://www.wikipedia.com	С. 195-205 Рыночная структура и конкуренция. Слияние и поглощение компаний. Занятость и устройство на работу.	Недели 13-14	10	10
8			Выполнение заданий в системе Moodle	Недели 1-14	8	8
9			Контрольная работа	Неделя 15		
10			Контроль самостоятельной работы студентов	Неделя 16		

11			Подготовка к зачету	Недели 18	17- 6	6
----	--	--	------------------------	--------------	----------	---

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Очная форма обучения

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлен в таблице пункта 1 рабочей программы.

Формирование компетенций «владение основными способами достижения эквивалентности в переводе и способность применять основные приемы перевода» (ПК-9), «владение специальной терминологией в области профессионально-ориентированного перевода» (ДПК-1); «владение методикой профессионально-ориентированного перевода текста» (ДПК-2), «знание современных информационных технологий в области профессионально-ориентированного перевода» (ДПК-3) осуществляется в несколько этапов в соответствии с учебным планом.

Очно-заочная форма обучения

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлен в таблице пункта 1 рабочей программы.

Формирование компетенций «владение основными способами достижения эквивалентности в переводе и способность применять основные приемы перевода» (ПК-9), «владение специальной терминологией в области профессионально-ориентированного перевода» (ДПК-1); «владение методикой профессионально-ориентированного перевода текста» (ДПК-2), «знание современных информационных технологий в области профессионально-ориентированного перевода» (ДПК-3) осуществляется в несколько этапов в соответствии с учебным планом.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция «владение основными способами достижения эквивалентности в переводе и способность применять основные приемы перевода» (ПК-9).

Компетенция «владение специальной терминологией в области профессионально-ориентированного перевода» (ДПК-1).

Компетенция «владение методикой профессионально-ориентированного перевода текста» (ДПК-2).

Компетенция «знание современных информационных технологий в области профессионально-ориентированного перевода» (ДПК-3).

Дескриптор компетенций	Показатели оценивания	Критерии оценивания
------------------------	-----------------------	---------------------

--	--	--

<p>Знания</p>	<p>- видов контекста и его роли при выборе вариантного соответствия; трудностей передачи грамматических, лексических значений, соответствующие этапу обучения, и основные пути их преодоления (ПК-9); - базовых терминов в научно-технической сфере профессионально-ориентированного перевода (ДПК-1); - алгоритма действий переводчика в области профессионально-ориентированного перевода; стилистических особенностей текстов узкоспециальной направленности (ДПК-2); - современных информационных технологий в области профессионально-ориентированного перевода; информационных ресурсов, необходимых для перевода текстов сферы экономики и бизнеса (ДПК-3).</p>	
<p>Умения</p>	<p>- применять приемы перевода в соответствии с коммуникативно-прагматической задачей; переводить на максимально возможном для данного этапа обучения уровне эквивалентности (ПК-9); - правильно выбирать эквивалент при переводе специальной лексики и терминов в сфере экономики и бизнеса профессионально-ориентированного перевода (ДПК-1); - преодолевать типичные переводческие трудности при работе с текстом сферы экономики и бизнеса профессионально-ориентированного перевода; осуществлять письменный, устный последовательный и устный перевод с листа с соблюдением норм лексико-стилистической эквивалентности, грамматических, синтаксических и темпоральных характеристик исходного текста (ДПК-2); - применять современные информационные технологии при переводе текстов сферы экономики и бизнеса (ДПК-3).</p>	<p>Отметка «зачтено» выставляется, если студент в целом за семестр набрал от 41 до 100 баллов (с учетом баллов, набранных на промежуточной аттестации (зачете) – 3 этап формирования.</p> <p>Отметка «не зачтено» выставляется, если студент в целом за семестр набрал менее 41 балла (с учетом баллов, набранных на промежуточной аттестации (зачете) – 3 этап формирования.</p>
<p>Навыки и (или) опыт деятельности</p>	<p>- видами переводческих трансформаций, соответствующими этапу обучения (ПК-9); -владение навыком перевода текстов узкоспециальной направленности; навыками нормативного и стилистически целесообразного использования языковых средств при переводе текстов узкоспециальной направленности (ДПК-1); - владение методикой подготовки к выполнению перевода текста в сфере экономики и бизнеса, включая поиск информации в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях (ДПК-</p>	

2);
- владение приемами поиска информации, необходимой для перевода текстов сферы экономики и бизнеса, в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях (ДПК-3).

Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих 3 этап формирования компетенций ПК-9, ДПК-1, ДПК-2, ДПК-3, происходит по двухбалльной шкале с отметками «зачтено» или «не зачтено».

Отметка «зачтено» выставляется, если студент глубоко и прочно усвоил программный материал по курсу дисциплины «Основы экономического перевода (немецкий язык)», владеет на хорошем уровне основными грамматическими и фонетическими явлениями иностранного языка, позволяющие использовать его как средство коммуникации, знает лексический минимум в объеме 4000 лексических единиц общего и терминологического характера по очной форме обучения и 5500 лексических единиц общего и терминологического характера по очно-заочной форме обучения, социокультурные реалии стран изучаемого языка, правила речевого этикета, а также владеет навыками самостоятельной работы с иностранной литературой, необходимыми для получения информации из иностранных источников.

Отметка «не зачтено» выставляется, если студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки в выполнении заданий на иностранном языке, неуверенно, с большими затруднениями выполняет тесты, не владеет основными грамматическими и фонетическими явлениями иностранного языка, позволяющими использовать его как средство коммуникации. Как правило, отметка «не зачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительной подготовки по соответствующей дисциплине.

Контроль и оценка результатов освоения осуществляются преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования и т. п.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

В качестве заданий для самостоятельной работы студентов рекомендуется использовать упражнения, направленные на отработку пройденного материала на практических занятиях, а также предлагать студентам научно-популярные и специальные тексты, используемые в научно-экономической сфере, для самостоятельного письменного и/или устного перевода с последующей проверкой выполненной работы преподавателем.

Примерный вариант экономического текста для перевода и аннотирования по теме 4 «Реклама»

Abgrenzung und Definitionen

Im weiteren Sinne ist Werbung ein elementarer Bestandteil der menschlichen Kommunikation, z. B. sozialer Interaktion, um individuelle Aufmerksamkeit zu erregen, Gunst zu gewinnen und soziale Tauschvorgänge einzuleiten, Entscheidungen zu beeinflussen oder um Partner zu werben (siehe Brautwerbung, Flirt und Partnerwahl).

In der Biologie ist andererseits Werbung ein Bestandteil des Paarungsrituals vieler Tiere. Dazu gehören zum Beispiel Balzen, Umwerben, Locken und Drängen.

Im engeren betriebswirtschaftlichen Sinn wird Werbung als eine von mehreren Funktionen der Marktkommunikation im Marketing verstanden. Sie befasst sich mit dem Transport von Werbebotschaften über geeignete Werbemittel an die Zielgruppe(n) eines Unternehmens zur Erreichung eines bestimmten Ergebnisses: in der Regel den (verbesserten) Absatz eines Produktes. Werbung im öffentlichen Umfeld zur Erreichung oder zum Erhalt eines guten Rufes wird als Öffentlichkeitsarbeit (*Public Relations* oder Imagepflege) bezeichnet und dient letzten Endes auch der Absatzförderung und -sicherung. Bei manipulativer Werbung in der Politik spricht man von Propaganda, in der Religion von Mission. Zur Anwerbung von Soldaten siehe Werbung (Militär).

Es gehört zum betriebs- und volkswirtschaftlichen Standardwissen, dass die Werbung ein Standbein der wachstumsorientierten, freiheitlich-kapitalistischen Wirtschaft sein kann. „Werbung gehört zum Mark des wirtschaftlichen Kapitalismus“. „Der gegenwärtige Kapitalismus könnte nicht funktionieren und die globalen Produktionsnetzwerke könnten ohne Werbung nicht bestehen.“

Je nach Stand- bzw. Blickpunkt gibt es verschiedene Begriffsdefinitionen und selbst innerhalb einer Disziplin, z. B. der Betriebswirtschaftslehre gibt es verschiedene Betrachtungsweisen der „Werbung“.

- Karl Christian Behrens versteht darunter *„eine absichtliche und zwangsfreie Form der Beeinflussung, welche die Menschen zur Erfüllung der Werbeziele veranlassen soll“*.
- Otto Walter Haseloff sieht Werbung als die *„öffentliche, gezielte und geplante Kommunikation der Information, der Motivation, der Überzeugung und der Manipulation eines definierten Kreises von Umworbenen zugunsten der Marktchancen eines Produktes oder des Images eines Unternehmens“*.
- Heribert Meffert zitiert Schweiger/Schrattenecker (1995): *„Ein kommunikativer Beeinflussungsprozess mit Hilfe von (Massen-) Kommunikationsmitteln in verschiedenen Medien, der das Ziel hat, beim Adressaten marktrelevante Einstellungen und Verhaltensweisen im Sinne der Unternehmensziele zu verändern.“*^[3]
- Frank Neuhaus sieht Werbung als *„alle kollektiv wirkenden Maßnahmen, die im Interesse eines Unternehmens oder einer Gruppe von Unternehmen eingesetzt werden, um einen Kundenstamm zu gewinnen, zu entwickeln und zu binden“*.
- Philip Kotler und Friedhelm Bliemel definieren die Werbung wie folgt: *„Die Werbung ist eines der Instrumente der absatzfördernden Kommunikation. Durch Werbung versuchen die Unternehmen, ihre Zielkunden und andere Gruppen wirkungsvoll anzusprechen und zu beeinflussen. Zur Werbung gehört jede Art der nicht persönlichen Vorstellung und Förderung von Ideen, Waren oder Dienstleistungen eines eindeutig identifizierten Auftraggebers durch den Einsatz bezahlter Medien.“*
- Eine tiefer liegende soziologische Definition gibt Ernst Primosch: *„Die Werbung ist ein Ort, an dem sich die tief greifenden Erscheinungen einer Epoche ausdrücken, deren Geschichte, Ängste, Mythen, Vorlieben und Interessen“*
- Nach einer juristischen Definition im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) stellt eine Wettbewerbshandlung u. a. jede *„Handlung mit dem Ziel der Förderung des eigenen oder fremden Absatzes oder Bezugs von Waren oder Dienstleistungen“* dar (§ 2 UWG)
- Einen Anhaltspunkt zu einer weiteren juristischen Definition liefert das europäische Recht mit Art. 2 a) der Richtlinie zu irreführender und vergleichender Werbung (2006/114/EG). Diese definiert Werbung als *„jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von*

Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern“. Diese Definition dient auch als Grundlage im deutschen Wettbewerbsrecht.

- Im Baurecht der deutschen Bundesländer geht es überwiegend um die physische Erscheinung der Werbung und die Genehmigungspflicht. Demnach sind Werbeanlagen ortsfeste Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettelanschläge, Bogenanschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen. Dazu gehören auch beispielsweise Anhänger mit Aufschriften, die zu Werbezwecken am Straßenrand abgestellt werden (Sondernutzung). Bei der Zulässigkeit von Werbung innerhalb bestimmter Baugebiete spielt auch der Inhalt der Werbung eine Rolle, in dem zwischen Eigen- und Fremdwerbung unterschieden wird.

Демонстрационный вариант контрольной работы (немецкий язык)

1. Прочитайте текст и сделайте его полный письменный перевод.

Werbung

Als **Werbung** wird die Verbreitung von Informationen in der Öffentlichkeit oder an ausgesuchte Zielgruppen, zwecks Bekanntmachung, Verkaufsförderung oder Imagepflege von meist gewinnorientierten Unternehmen bzw. deren Produkten und Dienstleistungen, selten auch für unentgeltliche, nicht gewinnorientierte Dienste oder Informationen, verstanden. Werbung wird klassisch als Impuls, Anpreisung, Anregung, Stimulation oder Suggestion transportiert, um eine spezifische Handlung, ein gewisses Gefühl oder einen bestimmten Gedanken bei anderen Menschen anzuregen und zu erzeugen.

Sie dient sowohl der gezielten und bewussten als auch der indirekten und unbewussten Beeinflussung des Menschen zu meist kommerziellen Zwecken. Teils durch emotionale (Suggestion), teils durch informelle Botschaften spricht Werbung bewusste und unbewusste Bedürfnisse an oder erzeugt neue. Werbung wird über das rein optische Vorhandensein eines bedürfnisgerechten Angebotes wie eines ansprechenden Fruchtestandes, über verbales Anpreisungen durch Marktschreier oder über Schrift und Text wie Tafeln, Plakate, Zeitungen, Zeitschriften und dergleichen sowie über Bilder verbreitet. Durch die modernen Medien wie Radio, Fernsehen, Film und Kino wurden die Möglichkeiten der Werbung vielschichtiger, komplexer und dadurch teilweise kaum bewusst erkennbar oder nur unterschwellig und versteckt, so in der Produktplatzierung oder im Sponsoring.

Dieser Artikel befasst sich mit der Werbung im Hinblick auf jedes beliebige ökonomische Gut und dessen Einfluss auf den Menschen und die Umwelt als auch mit den technischen Anlagen (Werbeanlagen, Werbeträger). Werbeziel in diesem Sinne ist in erster Linie der Verkauf eines Produktes oder einer Dienstleistung; es kann sich aber auch um die Gewinnung eines Kooperationspartners bzw. Investors handeln. Werbung ist damit ein Instrument der Kommunikationspolitik und des Marketings. Innerhalb des Kommunikationsmix einer Marketingkampagne steht die Werbung neben den anderen klassischen Instrumenten, wie der Öffentlichkeitsarbeit (*Public Relations*), der Verkaufsförderung und dem persönlichen Verkauf.

2. Прочитайте текст и сделайте его аннотационный перевод.

Historische Wurzeln der kommerziellen Werbung

Das Auslegen und Anpreisen von Waren auf Märkten stellt die Urform der Werbung dar. Erste Funde kommerzieller Werbetafeln sind aus den Ruinen von Pompeji bekannt. Marktschreier, die von Markt zu Markt zogen, priesen bereits im Mittelalter Waren und Dienstleistungen an. Die Werbung beschränkte sich dabei auf den Ort des Handelns, nämlich den Marktstand oder den Laden. Die Trennung vom Ort des Handelns und die Verwendung anderer Werbemittel bzw. -formen nahm um 1850 im Zusammenhang mit der industriellen Revolution ihren Anfang. Mit der damit einsetzenden Massenproduktion wurden Produkte angeboten, die über die Deckung des existenznotwendigen Bedarfs hinausgingen. Waren deckten in zunehmendem Maße nicht nur den originären Bedarf, sondern befriedigten neben reiner Nutzenerfüllung emotionale und tiefer liegende psychologische Aspekte. Markenprodukte wurden mit der Zeit immer wichtiger. Erste Luxusgüter waren erhältlich. Bis zum Ersten Weltkrieg wurde für Werbung das Wort **Reklame** benutzt.

Mit der Pressefreiheit 1849 in Preußen vermehrten sich die geschäftlichen Anzeigen (Annoncen) und die Presse war mehr und mehr auf diese Einnahmen angewiesen. 1855 eröffnete Ferdinand Haasenstein das erste „Vermittlungsinstitut“ (Annoncen-Expedition), um den Anzeigenmarkt zu organisieren. Daraus wurden die ersten Werbeagenturen im deutschsprachigen Raum. Ab 1854 stellte Ernst Litfaß in Berlin die ersten von ihm erfundenen Litfaßsäulen auf. Mit der Zunahme an Werbung fand auch erste Werbekritik ihren Anfang: Menschen beschwerten sich über „Schmutz und Schwindel“ im Anzeigenwesen.

Mit Einsetzen der Massenproduktion wurde Konsum zu einem neuen Bestandteil der Lebenswelt, dessen Bedeutung bis heute immer mehr zunahm. Verbraucher konnten dadurch ihre Position in der Gesellschaft ausdrücken und Markenartikelgewannen an Bedeutung. Marken setzten sich nachhaltig und merklich durch. Hier ist auch ein Professionalisierungsschub der Werbung zu verorten – grafische Darstellungen und bislang unübliche große Schaufenster zierten das Stadtbild seit den 1920er Jahren. Der Slogan *Ein Bild sagt mehr als tausend Worte* stammt aus dieser Zeit. Die fortschreitende Elektrifizierung brachte erste Lichtreklamen, wie das heute noch bestehende Bayer-Kreuz in Leverkusen.

Um 1930 begann ein Paradigmenwechsel (tief greifender Umwälzungsprozess): vom Verkäufermarkt, in dem der Anbieter dank knappen Warenangebotes weitgehend Konditionen festlegte, zum nachfragedominierten Käufermarkt, in dem nun mehr und mehr der Kunde aus einer reichhaltigen Vielzahl konkurrierender Angebote wählen konnte. Waren deckten nicht nur den originären Bedarf, sondern neben reiner Nutzenerfüllung weitere emotionale Aspekte. Markenprodukte wurden mit der Zeit immer wichtiger.

Der Beginn der ersten Markenstrategien in Deutschland mit Einführung des Backpulvers von Dr. Oetker gilt heute als Geburtsstunde des europäischen Marketings und auch als klassisches Beispiel für eine langfristig angelegte Werbestrategie. Odol und Persil gelten als klassische, massenhaft hergestellte Markenprodukte aus dieser Zeit. Ab 1950/1960 setzte mit dem Einzug der Selbstbedienungsläden ein weiterer Wandel ein. Das Produkt musste sich von anderen abheben. Die vorherige Bekanntheit eines Produktes durch Werbung wurde wichtiger, um die Aufmerksamkeit des Kunden zu erregen.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Итоговая рейтинговая оценка по дисциплине «Основы экономического перевода (немецкий язык)» складывается из следующих составляющих:

1) За каждое практическое занятие студент может максимально получить 6 баллов, которые включают в себя: посещение занятия - 1 балл; выполнение заданий для самостоятельной работы - до 2 баллов; работа на занятии - до 3 баллов.

2) Студентам, желающим повысить свой рейтинг, предлагаются задания повышенной сложности (творческие задания, проектные задания, олимпиада, доклад на конференцию), которые максимально могут быть оценены в 10 баллов.

3) Обязательной формой текущей аттестации знаний является срезовая контрольная работа. Максимальная оценка за выполнение срезовой контрольной работы может составить 10 баллов. До зачета не допускаются студенты с неудовлетворительной оценкой за контрольную работу.

4) На **зачете** ответ студента может быть максимально оценен в **40 баллов**.

Перед зачетом реально набранная студентом сумма «рабочих» баллов – WM (work mark: до 57 баллов – 5 семестр по очной форме обучения и 8-й семестр по очно-заочной форме обучения до 51 балла) переводится в итоговый рейтинговый балл X (X max = 60 баллов) по пропорции:

5-й семестр (очная форма)

$$X = (WM \cdot 60) / 57$$

и 8-й семестр (очно-заочная форма):

$$X = (WM \cdot 60) / 51$$

Оставшиеся баллы студент получает на зачете и при выполнении итоговой контрольной работы.

Оценочная таблица (очная форма обучения)

№ п/п	Вид работы	Максимальное количество баллов	WM
1	Тема 1. Экономическая терминология	2*6=12	9,38
2	Тема 2. Деловая переписка	1,5*6=9	7
3	Тема 3. Формы деловой активности	1*6=6	4,68
4	Тема 4. Реклама	1*6=6	4,68
5	Тема 5. Поставка товара. Услуги проведения платежей	1*6=6	4,68
6	Тема 6. Правовые аспекты коммерческой деятельности	1,5*6=9	7
7	Тема 7. Структура рынка	1,5*6=9	7
8	Контрольная работа	10	7,79

9	Выполнение заданий для самостоятельной работы	10	7,79
10	Зачет	40	40
	<i>ИТОГО:</i>	117	100

Оценочная таблица (очно-заочная форма обучения)

<i>№ п/п</i>	<i>Вид работы</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>	<i>WM</i>
1	Тема 1. Экономическая терминология	1,5*6=9	7,6
2	Тема 2. Деловая переписка	1*6=6	5,07
3	Тема 3. Формы деловой активности	1*6=6	5,07
4	Тема 4. Реклама	1*6=6	5,07
5	Тема 5. Поставка товара. Услуги проведения платежей	1*6=6	5,07
6	Тема 6. Правовые аспекты коммерческой деятельности	1,5*6=9	7,6
7	Тема 7. Структура рынка	1,5*6=9	7,6
8	Контрольная работа	10	8,46
9	Выполнение заданий для самостоятельной работы	10	8,46
10	Зачет	40	40
	<i>ИТОГО:</i>	111	100

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература

1. Гильченко, Н.Л. Практикум по переводу с немецкого языка на русский / Н.Л. Гильченко. - СПб.: КАРО, 2009. - 368 с. - Библиогр.: с. 323-327. - ISBN 978-5-9925-0163-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461867>

2. Eismann, Volker.

Wirtschafts-Kommunikation Deutsch [Text] : Lehrbuch / V. Eismann. - Berlin ;Munchen : Langenscheidt, 2008. - 223 с. : ил. - ISBN 978-3468-90465-3. – 20 экз.

7.2. Дополнительная литература

1. **Алексеева, И. С.**

Профессиональный тренинг переводчика [Текст] : учебное пособие по устному и письменному переводу для переводчиков и преподавателей / **И. С. Алексеева**. - С П б. : Союз, 2004. - 288 с. - ISBN 5940330401 – 10 экз.

2. Журналы: Profil, Focus, Der Spiegel, Deutschland, DAAD-Letter, Stern, Fluter.
3. Газеты: Markt, Die Zeit, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Moskauer Deutsche Zeitung.

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. MOODLE [Электронный ресурс]: сайт поддержки электронного обучения в ТГПУ им. Л.Н. Толстого / ТГПУ им. Л.Н. Толстого. – Тула: [б.и.], 2006. – Загл. с титул. экрана. – URL: <http://moodle.tsput.ru/enrol/index.php?id=13895>.
2. Forum Deutsch als Fremdsprache [Электронный ресурс]: портал / Institut für Internationale Kommunikation e.V. – Düsseldorf [б.и.], 2012. – Загл. с титул. экрана. – Б. ц. URL: <http://www.deutsch-als-fremdsprache.de>
3. Stufen International [Электронный ресурс]: сайт / Ernst Klett Sprachen GmbH. – Stuttgart: [б.и.], 2004. – Загл. с титул. экрана. – Б. ц. URL: <http://www.stufen.de>
4. Interdeutsch [Электронный ресурс]: образовательный портал / Claudia Popov. – Leipzig: [б.и.], 2003. – Загл. с титул. экрана. – Б. ц. URL: <http://www.interdeutsch.de>
5. Deutsche Welle [Электронный ресурс]: сайт / Deutsche Welle. – Bonn: [б.и.], 2012. – Загл. с титул. экрана. – Б. ц. URL: <http://www.dw.de>
6. Hassler & Mair Willkommen in der Welt der Zeitungen [Электронный ресурс]: сайт / Hassler & Mair GmbH. – Augsburg: [б.и.], 2012. – Загл. с титул. экрана. – Б. ц. URL: <http://www.zeitung.de>
7. www.study.ru [Электронный ресурс]: сайт / Т. Ушакова; А. Гельдыева. - М.: [б. и.], 1997. - Загл. с титул. экрана. - Б. ц. URL: <http://www.study.ru/>
8. [langinfo.ru](http://www.langinfo.ru) [Электронный ресурс]: лингвистический портал. - М.: [б. и.], 2007. - Загл. с титул. экрана. - Б. ц. URL: <http://www.langinfo.ru>
9. <http://users.skynet.be/providence/vocabulaire/> – многоязычный иллюстрированный онлайн словарь
10. www.wikipedia.com [Электронный ресурс]: сайт – Загл. с титул. экрана. – Б. ц. URL: <http://www.wikipedia.com>

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Дисциплина «Основы экономического перевода (немецкий язык)» направлена на формирование у обучающихся готовности к коммуникации на иностранном языке в рамках прикладной и научно-исследовательской деятельности для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия посредством развития всех составляющих коммуникативной компетенции в основных видах речевой деятельности (говорение, аудирование, чтение, письмо). В результате изучения дисциплины студенты должны уметь получать и обрабатывать устные и письменные аутентичные иноязычные тексты (ВРД: аудирование и чтение); уметь продуцировать тексты в устной и письменной формах (ВРД: говорение и письмо), используя основные языковые средства, лингвистические и паралингвистические маркеры социальных отношений и стратегии языкового взаимодействия (планирования, исполнения, оценивания, коррекции) в соответствии с темами, сферами и ситуациями общения, связанными с тематикой обучения и ситуациями межличностного и межкультурного взаимодействия. Достижения этих результатов обучения требует глубокой и систематической самостоятельной работы студентов.

2. **Целью** самостоятельной работы студентов является:

- Приобретение новых знаний для конструирования собственного знания в рамках своего лингвистического самообразования;

- Совершенствование приобретенных навыков и умений в дополнение к планируемой аудиторной работе.

3. Самостоятельная работа включает:

- составление тематических глоссариев по заданной тематике;
- ознакомление с источниками из списка дополнительной литературы;
- систематическую работу с аутентичными текстами из учебных пособий, в том числе электронных;
- интенсивную работу с электронными ресурсами и другими источниками информации, в т.ч. аудио- и видеоматериалами, с целью совершенствования своего лингвистического самообразования;
- грамотное выполнение заданий учебно-методических материалов (кейсов); тестовых заданий;
- создание учебных проектов по заданной тематике.

4. Интерактивный подход является основополагающим в организации процесса обучения в данном курсе, что предполагает использование системы специальных правил эффективного познавательного взаимодействия и изменение функций основных участников образовательного процесса вуза: преподавателя и студента. Так, преподаватель выполняет множество ролей (не только учителя, ученого, транслятора информации, организатора взаимодействия и совместной деятельности в условиях непосредственного общения), но и роли управленца, тренера, тьютора, консультанта. Взаимодействие преподавателя и студента имеет важное значение, предполагающее сотрудничество и сотворчество. Именно поэтому, не стесняйтесь обращаться к преподавателю за советом, консультацией, инструкцией. Для организации эффективной самостоятельной работы преподавателями разработаны разнообразные инструкции (рекомендации, алгоритмы), следование которым поможет Вам выполнить задания для самостоятельной работы с целью освоения иностранного языка.

5. Научитесь самостоятельно работать со справочной литературой и информационными ресурсами:

- словарями (в т.ч. и электронными): найдите себе удобный для Вас формат словаря; оптимизируйте его для себя;
- справочниками: выберите для себя (посоветуйтесь с педагогом) оптимальный справочник; отмечайте в этом справочнике явления, на которые обращает внимание педагог при прохождении той или иной темы;

6. - INTERNET, компьютерные обучающие программы, электронные учебные пособия, мультимедийные материалы, основные направления курса найдут свое отражение в данных средствах обучения, позволяя Вам во многом автономно и самостоятельно работать над его аспектами. Для применения полученных и обогащения новыми знаниями используйте их возможности.

7. Тщательно собирайте все материалы по курсу, выполненные задания, тексты (формируйте ваш портфолио). Все это позволит Вам не только качественно сдать зачет, но и выполнить главную задачу данного курса: Вы соберете видимые результаты своей деятельности, которые позволят Вам в дальнейшем мгновенно актуализировать полученные знания в реальных профессиональных ситуациях.

8. При работе над кейс-заданием (проектом, творческим заданием) обсуждайте свои предложения по выбору текстов, методов презентации с преподавателем (активно включайтесь в процесс обучения); будьте конструктивны в своих предложениях; шире используйте разнообразные источники получения информации (справочную литературу, Интернет). Учитесь представлять и оценивать свою работу и свой прогресс в овладении языком; используйте нестандартные решения и творческий подход при изложении и презентации сообщения; демонстрируйте чувство заинтересованности и ответственности за предлагаемый результат.

9. Ищите наиболее оптимальные приемы выполнения различных заданий, ниже описанные алгоритмы работы помогут вам выработать наиболее эффективные для вас.

10. Алгоритм работы с аутентичным текстом

1. Внимательно прочитайте задание к тексту (до его прочтения).
2. Важную роль в понимании текста играют предложения (еще до чтения текста, Вы знаете о его содержании больше, чем Вы думаете).
3. Обратите внимание на заголовок (он чаще всего называет тему текста). Затем определите жанр текста, его форму и структуру. Важную помощь могут оказать иллюстрации, они делают текст более видимым.
4. Внимательно изучите слова (некоторые из них, возможно, выделены), о значении слов в тексте можете догадаться: однокоренные, интернациональные и т.п. В случае сомнения контекст поможет вам догадаться о незнакомом слове на основе уже знакомого.
5. Основная информация тесно связана с внутренней структурой текста, с развитием мысли и действия. Обратите внимание на соединительные элементы предложений и текста (союзы, местоимения и т.п., они помогут узнать, как развиваются события).
6. Словарь может быть использован в исключительно сложных ситуациях.
7. С целью достижения понимания текста на уровне содержания прочитайте текст и проверьте предположения, сделанные вами до чтения текста.
8. При повторном чтении следует выполнять различные КЗ (выделить содержательную информацию, делить текст на смысловые части, определить основную мысль каждой части текста, отметить ключевые слова в каждой части, уточнить значение отдельных ЛЕ, необходимых для точного понимания информации и т.п.)
9. Особое значение имеют послетекстовые задания (выбор правильного ответа на вопрос, завершение высказывания на основе предложенных тезисов, расположение по порядку, группировка фактов, перекрестный выбор или установление соответствий, вычеркивание специально вставленных фрагментов, заполнение пробелов в тексте специально пропущенными словами и др.). Из предлагаемых вариантов ответа выберите один, тот, который Вы считаете правильным, наиболее точно отвечающим содержанию текста. Увидев вариант ответа, чем-то близкий к содержанию текста, не торопитесь сразу его указывать, так как все варианты ответа в какой-то мере близки правильному. Нужно выбрать самый точный ответ, а не приблизительно правильный. Сначала сопоставьте ответ с абзацем текста, с которым он непосредственно связан, а затем с общим смыслом текста. После этого подставьте другой ответ, который Вам кажется вероятным, и сравните с тем, что получится. Это поможет Вам избежать ошибок.
10. В качестве заданий на контроль понимания прочитанного могут быть предложены задания типа: «перескажите, расскажите, спишите, докажите, продолжите, дополните, напишите, переведите, аргументируйте, выскажите собственное мнение».

11. Алгоритм работы с аудиоматериалами:

1. Прослушайте запись первый раз, не концентрируясь на деталях, обращая внимание на интонацию. Попытайтесь уловить общий смысл аудиотекста. Представьте предложенную ситуацию, т.е. определите: где происходит действие, кто является собеседниками, каковы отношения между ними.
2. В ходе второго прослушивания, составьте ассоциограмму или запишите основное содержание в виде ключевых слов.
3. Воспроизведите аудиозапись (по возможно ближе к тексту);
4. Выполните послетекстовые задания (см. *Алгоритм работы с аутентичным текстом*). Проанализируйте варианты ответов, учитывая лексико-грамматические особенности высказываний.
5. Перескажите содержание аудиотекста в повествовательной форме;
6. Составьте собственный текст по модели, употребив активную лексику.

12. Алгоритм работы с заданиями, ориентированными на обучение письму

Умение выражать свои мысли в письменной форме – одно из наиболее важных, но сложно формируемых умений. Именно поэтому необходимо четко соблюдать последовательность выполнения упражнений.

1. В первую группу упражнений входит написание текста (письмо, открытка, сообщение) с опорой на образец.
2. Вторая группа – упражнения в построении собственного письменного высказывания с использованием различных опор: невербальных (ключевые слова, логическая схема высказывания, план) и вербально-изобразительных (картина, фото и ключевые слова, фразы, выражения).
3. Третья группа – а) задания по обучению письменной речи, используемой в академических целях. Они реализуются через широкое применение заданий, связанных с получением информации, их переработкой и изложением в письменном виде. Наиболее эффективными являются аннотация, резюме, тезисы. б) Задания по обучению письменной речи для профессиональных целей. Данный тип может реализовываться в таких речевых произведениях, как деловые письма, контракты, объявления, статьи, деловые записки. В данных заданиях закрепление навыков и умений письма подразумевает не только технику, но и умение инициировать дальнейшее общение. Эти упражнения не предполагают опоры на вербальные элементы, стимулы, побуждающие к письменному высказыванию, могут быть сформулированы словесно (проблемный тезис) или визуально (просмотр видео). Для выполнения таких типов задания необходимо:

- внимательно изучить установку и понять цель письма;
- научиться правильно использовать опорные тексты, выбирая и перефразируя полезную информацию из них;
- использовать различные приемы логической организации и связи текста;
- варьировать использование структур и лексики;
- помнить об особенностях жанра текста;
- не выходить за рамки указанного объема;
- следить за почерком.

Студенты имеют возможность продемонстрировать свою способность использовать иностранный язык не только в аудиторной работе, но и во внеаудиторной самостоятельной работе. Эта работа предполагает: выполнение заданий в системе LMS MOODLE, подготовку учебных проектов, творческих заданий в формате презентаций, формирование индивидуального языкового портфолио, участие в онлайн- олимпиаде по иностранному языку, студенческих конференциях с докладами на иностранном языке или с докладами на РЯ, составленными на основе иноязычных источников. По предварительному согласованию с преподавателем каждый студент может подготовить выступление, статью как на РЯ, так и на ИЯ по интересующей его тематике, представить их в устном сообщении на конференции или опубликовать в научном сборнике.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Преподавание дисциплины базируется на интерактивных образовательных технологиях, исходя из их важнейшей функции - создание комфортных условий обучения, при которых студент чувствует свою успешность, свою интеллектуальную состоятельность, что служит эффективным внешним фактором социально-психологической адаптации студентов, а сам процесс обучения делает более продуктивным. Интерактивные образовательные технологии как способ управления образовательным процессом по

дисциплине «Основы экономического перевода (немецкий язык)» реализуются при помощи следующих интерактивных форм и методов, а именно:

1. организация практических занятий с использованием *мультимедийных технологий*; обеспечение студентов сопутствующими *раздаточными материалами* – опорными конспектами с целью активизации работы студентов по усвоению материалов учебного курса;
2. организация практических занятий на основе *проблемно-ориентированного междисциплинарного подхода и социокультурного подхода* («диалог культур»);
3. организация практических занятий с использованием диалоговых технологий как основа взаимодействия, сотрудничества, сотворчества;
4. *тренинги (обучающие, ролевые и имитационные деловые игры), контекстное обучение, индивидуальные учебные проекты и творческие задания* как формы активного обучения, целью которого является, прежде всего, передача знаний, а также развитие некоторых умений и навыков. Под творческими понимаются такие учебные задания, которые содержат большой или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов к решению. Такие задания требуют от обучающихся не простого воспроизводства информации, а изобретения новых, нестандартных вариантов решения. Творческое задание составляет основу любого интерактивного метода, оно придает смысл обучению, мотивирует студентов.
5. *кейс-метод (case-study)* как форма обучения практико-ориентированного подхода к освоению иностранного языка. В основе метода анализа конкретных ситуаций лежит описание конкретной профессиональной деятельности и эмоционально-поведенческих аспектов взаимодействия в ней. Кейс-метод служит тому, чтобы научить студентов анализировать информацию, выявлять ключевые проблемы, выбирать альтернативные пути решения, оценивать их, находить оптимальный вариант и формулировать программы действий. Данный метод сочетает в себе индивидуальную работу обучающихся с проблемной ситуацией и групповое обсуждение предложений, подготовленных каждым членом группы. Это позволяет развивать навыки командной работы, определения и анализа проблем, нахождения альтернатив и планирования действий по достижению целей. Этот метод имеет большое значение для развития коммуникативной компетенции в установлении междисциплинарных связей.
6. *дистанционное обучение, в т.ч. мультимедийные, компьютерные обучающие программы, Moodle, электронные учебно-методические пособия*, которые позволяют студентам управлять ходом обучения, регулировать скорость изучения материала и возвращаться на более ранние этапы;
7. *организация мониторинга результативности учебной деятельности студентов* (балльно-рейтинговая система оценки успеваемости студентов, технологии проведения зачетов и экзамена).
8. *организация самостоятельной учебной деятельности студентов*, в т.ч. метод портфолио, инструктирующие технологии

При осуществлении образовательного процесса используется следующее лицензионное программное обеспечение:

1. Подписка Microsoft Dream Spark Premium - Сублицензионный договор № S-2042626/M18 от 04.06.2013 г. действует до 01 июня 2016 г. включает:
 1. Операционные системы [Windows Vista Business](#), [Windows 7 Professional](#), [Windows 8 Pro](#), Windows 8.1 Pro, Windows 10 Ent;
 2. Компоненты Office 2007, Office 2010, Office 2013 (Access, Visio, Project и др.).
2. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian – Лицензия № 16698685 от 08.08.2003 г.
3. Программное обеспечение Microsoft Office XP Professional Win32 Russian – Лицензия № 16698685 от 08.08.2003 г.
4. Программное обеспечение Microsoft Office Enterprise 2007 Russian - Лицензия № 46138962 от 16.11.2009 г.
5. Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian – Лицензия № 48497058 от 13.05.2011 г.
6. Программа для распознавания текста ABBYY Fine Reader 9.0 Corporate Edition лицензионный сертификат – код позиции AF90-3U1V25-102, ABBYY Fine Reader 9.0 Corporate Edition Volume License Concurrent от 28 июля 2009 г.
7. Электронный словарь ABBYY Lingvo X3 Европейская версия - Код позиции AL14-2U1V05-102, ABBYY Lingvo x3 Европейская версия. Именная лицензия Concurrent от 28 июля 2009 г.
8. Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 2 year Educational Renewal License – Лицензия № 1894-150512-101810 от 12-05-2015 г.

Обучающимся обеспечен доступ к следующим современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам:

1. Компьютерная информационно-правовая система «Гарант» - регистрационный номер клиента 71-70685-000033.
2. Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
4. Портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании" <http://www.ict.edu.ru>.
5. Среда электронного обучения ТГПУ им. Л.Н. Толстого <http://moodle.tspu.ru>.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина обеспечена специальными помещениями для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Учебные помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа оборудованы мультимедийным демонстрационным оборудованием, для демонстрации учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей учебной программе дисциплины.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ТГПУ им. Л.Н. Толстого

12. АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине «Основы экономического перевода (немецкий язык)». В результате освоения дисциплины студент должен приобрести:

Знания: - видов контекста и его роли при выборе вариантного соответствия; трудностей передачи грамматических, лексических значений, соответствующие этапу обучения, и основных путей их преодоления (ПК-9);

- базовых терминов в сфере экономики и бизнеса профессионально-ориентированного перевода (ДПК-1);

- алгоритмов действий переводчика в области профессионально-ориентированного перевода; стилистические особенности текстов узкоспециальной направленности (ДПК-2);

- современных информационных технологий в области профессионально

- ориентированного перевода; информационных ресурсов, необходимых для перевода текстов сферы экономики и бизнеса (ДПК-3).

Умения: - применять приемы перевода в соответствии с коммуникативно-прагматической задачей; переводить на максимально возможном для данного этапа обучения уровне эквивалентности (ПК-9);

- правильно выбирать эквивалент при переводе специальной лексики и терминов в сфере экономики и бизнеса профессионально-ориентированного перевода (ДПК-1);

- преодолевать типичные переводческие трудности при работе с текстом сферы экономики и бизнеса профессионально-ориентированного перевода; осуществлять письменный, устный последовательный и устный перевод с листа с соблюдением норм лексико-стилистической эквивалентности, грамматических, синтаксических и темпоральных характеристик исходного текста (ДПК-2);

- применять современные информационные технологии при переводе текстов сферы экономики и бизнеса (ДПК-3).

Навыки: - владения видами переводческих трансформаций, соответствующими этапу обучения (ПК-9);

- владения навыком перевода текстов узкоспециальной направленности; навыками нормативного и стилистически целесообразного использования языковых средств при переводе текстов узкоспециальной направленности (ДПК-1);

- владения методикой подготовки к выполнению перевода текста в сфере экономики и бизнеса, включая поиск информации в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях (ДПК-2);

- владения приемами поиска информации, необходимой для перевода текстов сферы экономики и бизнеса, в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях (ДПК-3).

2. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Основы экономического перевода (немецкий язык)» относится к дисциплинам по выбору блока 1 вариативной части дисциплин направления.

Освоение данной дисциплины необходимо для всесторонней подготовки специалиста в области перевода и межкультурной коммуникации. В процессе освоения данного курса студент расширяет свои представления о лингвостилистических особенностях экономических текстов, осваивает терминологическую базу экономического дискурса, отрабатывает навыки устного и письменного перевода в рамках экономической тематики.

3. Объем дисциплины 3 зачетных единицы.

4. Образовательный процесс осуществляется на русском языке.

5. Разработчик (и): ст. преподаватель кафедры немецкого языка Жариков В.В.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Разработчик:

Фамилия, имя, отчество	Учёная степень	Учёное звание	Должность
Жариков В.В.	отсутствует	отсутствует	ст. преподаватель кафедры немецкого языка

13. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2016-2017 учебный год

В рабочую программу дисциплины внесены изменения в части обновления состава необходимого комплекта лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ обучающимся.

Изменения к рабочей программе дисциплины утверждены на заседании Ученого совета университета, протокол № 2 от 16 февраля 2017 г.

2017-2018 учебный год

Обновлен состав необходимого комплекта лицензионного программного обеспечения.

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian – Лицензия № 16698685 от 08.08.2003 г.
2. Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian – Лицензия №48497058 от 13.05.2011 г., договор № Пр/16/6 от 05 апреля 2016 года.
3. Операционная система Microsoft Windows 10 Professional Russian - контракт № ПР/ФЕН/15/18 от 23.10.2015 г., договор № Пр/16/6 от 05 апреля 2016 года.
4. Программное обеспечение Microsoft Office Enterprise 2007 Russian - Лицензия №46138962 от 16.11.2009 г.
5. Программное обеспечение Microsoft Office 2013 Professional - контракт № 405535 от 2 ноября 2015 года, контракт № ПР/ФЕН/15/18 от 23.10.2015 г.
6. Программа для распознавания текста ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition лицензионный сертификат - код позиции AF90-3U1V25-102, ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition Volume License Concurrent от 28 июля 2009 г.
7. Электронный словарь ABBYY Lingvo X3 Европейская версия - Код позиции AL14-2U1V05-102, ABBYY Lingvo x3 Европейская версия. Именная лицензия Concurrent от 28 июля 2009 г.
8. Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 2 year Educational Renewal License – Лицензия № 17E0-170518-102844-823-690 от 18-05-2017 г.

Обновлен состав современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ обучающимся.

1. Компьютерная информационно-правовая система «Гарант» - регистрационный номер клиента 71-70685-000033.
2. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
4. Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» <http://www.ict.edu.ru>.
5. Web of Science Core Collection – политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных <http://webofscience.com>.
6. Полнотекстовый архив ведущих западных научных журналов на российской платформе Национального электронно-информационного консорциума (НЭИКОН) <http://neicon.ru>.
7. Базы данных издательства Springer <https://link.springer.com>.

Изменения к рабочей программе дисциплины утверждены на заседании Ученого совета университета, протокол № 8 от 31 августа 2017 г.