**ТЕМАТИКА ДИПЛОМНЫХ РАБОТ**

**специальность 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)»**

**5 курс**

**2024/2025 учебный год**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Языковые инструменты поддержки и обеспечения экспорта образовательных услуг в русле международных подходов и направления их совершенствования (на примере внешнеэкономической деятельности вуза). |
| 2 | Языковые инструменты поддержки и обеспечения экспортной деятельности предприятий Витебской области и направления их совершенствования (на материале сайтов предприятий). |
| 3 | Язык как инструмент выстраивания бизнес-связей с зарубежными партнерами в современных условиях. |
| 4 | Лингвистические средства реализации стратегии успеха в профессиональной деятельности специалиста в области внешнеэкономических связей. |
| 5 | Машинный перевод информационных сайтов промышленных предприятий Витебска и Витебской области: проблемы и способы их разрешения. |
| 6 | Лексико-грамматический аспект перевода англоязычных новостных сообщений в экономической сфере. |
| 7 | Синтаксические особенности текстов современного популярного экономического дискурса (на материале британской и американской публицистики). |
| 8 | Специфика перевода англоязычных неологизмов в экономическом дискурсе. |
| 9 | Особенности выстраивания коммуникативного поведения в межкультурной устной и письменной бизнес-коммуникации. |
| 10 | Особенности перевода научно-популярного кинотекста. |
| 11 | Современная экономическая терминология как проявление языковой глобализации (на материале русского и английского языков). |
| 12 | Двуязычный справочник (русский и английский языки) «Инновационное производство Витебской области»: методология создания, специфика перевода специальной лексики. |
| 13 | Лакунарная напряженность в переводе художественного текста. |
| 14 | Прагматика речевого поведения в дипломатическом дискурсе (на материале официальных заявлений МИД Беларуси и Великобритании). |
| 15 | Прагмалингвистические особенности рекламных текстов в IT-сфере. |
| 16 | Эвфемизмы в немецком языке: лингвостилистический аспект. |
| 17 | Бэкграундер как жанр PR-текста в стратегии продвижения бренда «Витязь»: особенности и структура. |