

GUÍA DOCENTE**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**Denominación: **LA TRADUCCIÓN DEL TEXTO PUBLICITARIO (FRANCÉS-ESPAÑOL)**

Código: 100324

Plan de estudios: **MÁSTER UNIVERSITARIO EN TRADUCCIÓN ESPECIALIZADA** Curso: 1
(INGLÉS/FRANCÉS/ALEMÁN-ESPAÑOL)

Créditos ECTS: 4.0

Horas de trabajo presencial: 0

Porcentaje de presencialidad: 0.0%

Horas de trabajo no presencial: 100

Plataforma virtual: Moodle

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre: ALVAREZ JURADO, MANUELA (Coordinador)

Departamento: TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN, FILOLOGÍA FRANCESA, ESTUDIOS SEMÍTICOS Y

Área: TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Ubicación del despacho: FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

E-Mail: ff1aljum@uco.es

Teléfono: .

URL web: .

REQUISITOS Y RECOMENDACIONES**Requisitos previos establecidos en el plan de estudios**

No se especifican requisitos previos.

Recomendaciones

Se recomienda poseer una competencia lingüística en la lengua origen y la lengua meta equivalente al nivel C1.

COMPETENCIAS

- CB1 Conocimiento para llevar a cabo un trabajo autónomo o semiautónomo.
- CB10 Capacidad para comprender y aplicar la responsabilidad ética, la legislación y la deontología profesional de la actividad de la profesión de traductor.
- CB11 Capacidad para aplicar los principios de profesionales de la traducción y de la gestión de recursos humanos y proyectos, así como la legislación, regulación y normalización de la traducción.
- CB12 Que los y las estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- CB13 Que los y las estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática de un campo de estudio y el dominio de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo;.
- CB14 Que los y las estudiantes hayan realizado una contribución a través de una investigación original que amplíe las fronteras del conocimiento desarrollando un corpus sustancial, del que parte merezca la publicación referenciada a nivel nacional o internacional;.
- CB15 Que los y las estudiantes sean capaces de realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas;.
- CB16 Que los y las estudiantes sepan comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento;.
- CB17 Que se les suponga capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.
- CB2 Capacidad para diseñar y llevar a cabo un trabajo de investigación o profesional.
- CB3 Que los y las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones

GUÍA DOCENTE

- sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios;.
- CB5 Que los y las estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades;.
- CB6 Capacidad para la dirección general, dirección técnica y dirección de proyectos de investigación, desarrollo e innovación, en empresas y centros tecnológicos, en el ámbito de la traducción y la información.
- CB8 Capacidad para la aplicación de los conocimientos adquiridos y de resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios y multidisciplinares, siendo capaces de integrar estos conocimientos.
- CB9 Capacidad para comprender y aplicar la responsabilidad ética, la legislación y la deontología profesional de la actividad de la profesión de traductor.
- CE1 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CE10 Capacidad para la planificación estratégica, elaboración, dirección, coordinación, y gestión técnica y económica de en los ámbitos de la Traducción especializada.
- CE11 Ser capaz de entender las principales teorías sobre el conocimiento científico en el área de la Traducción, así como las implicaciones éticas de la investigación científica.
- CE12 Ser capaz de comprender y aplicar los modelos y métodos avanzados de análisis cualitativo y cuantitativo en el área de Traducción.
- CE13 Ser capaz de diseñar modelos avanzados identificando la estructura de los sistemas, sus componentes o entidades y las relaciones entre ellos en situaciones de decisión dinámicas y complejas.
- CE14 Ser capaz de determinar como la incertidumbre afecta a los procesos de toma de decisiones y a los modelos diseñados para su análisis.
- CE15 Ser capaz de elaborar estrategias avanzadas de análisis cualitativo o cuantitativo sobre los modelos previamente diseñados.
- CE16 Ser capaz de desarrollar estrategias de optimización de modelos y sistemas, comprobando y, en su caso, mejorando de su eficiencia.
- CE17 Ser capaz de aplicar los conocimientos adquiridos a la resolución de situaciones de decisión reales en el ámbito de las empresas de Traducción.
- CE2 Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CE3 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CE4 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- CE5 Que los estudiantes demuestren la capacidad de concebir, diseñar, y desarrollar un proyecto integral de investigación, con suficiente solvencia técnica y seriedad académica.
- CE8 Potenciar los hábitos de búsqueda activa de empleo, así como la capacidad de emprendimiento.
- CU1 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CU3 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CU4 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- CU5 Que los estudiantes demuestren la capacidad de concebir, diseñar, y desarrollar un proyecto integral

GUÍA DOCENTE

de investigación, con suficiente solvencia técnica y seriedad académica.

- CU6 Que sean capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.
- CU7 Fomentar en los estudiantes las siguientes capacidades y habilidades: análisis y síntesis, organización y planificación, comunicación oral y escrita, resolución de problemas, toma de decisiones, trabajo en equipo, razonamiento crítico, aprendizaje autónomo, creatividad, capacidad de aplicar los conocimientos teóricos en la práctica, uso de Internet como medio de comunicación y como fuente de información.

OBJETIVOS

Aprendizaje de las estrategias fundamentales para la traducción Francés-Español de textos de carácter publicitario.

Elaboración de glosarios terminológicos Francés-Español en el ámbito publicitario.

CONTENIDOS

1. Contenidos teóricos

Introducción

1. Estructura del texto publicitario. Imagen y texto publicitarios
 - 1.1. Estructura del texto publicitario
 - 1.2. Imagen y texto publicitario
2. El lenguaje publicitario
3. La traducción de textos publicitarios
4. Ejemplos de traducción
5. Bibliografía y recursos para la traducción de textos publicitarios

2. Contenidos prácticos

Resolución de ejercicios prácticos de traducciones de anuncios publicitarios y eslóganes. Análisis de problemas de traducción.

METODOLOGÍA

Aclaraciones

El curso tiene un carácter teórico-práctico: el módulo incluye ejercicios basados en los contenidos teóricos, que tienen su correspondencia práctica a través de ejercicios prácticos de traducción, comparación de traducciones, detección de errores traductológicos, etc.

Actividades presenciales

GUÍA DOCENTE

Actividades no presenciales

| Actividad | Total |
|--------------------------|------------|
| Análisis | 20 |
| Búsqueda de información | 10 |
| Consultas bibliográficas | 10 |
| Ejercicios | 50 |
| Estudio | 10 |
| Total horas: | 100 |

MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Dossier de documentación

Ejercicios y problemas

Aclaraciones

La asignatura consta de una fundamentación teórica en la que se aporta las principales herramientas para la traducción de los textos. Complementa el material una bibliografía y, en su caso, un glosario terminológico.

EVALUACIÓN

| Instrumentos | Porcentaje |
|--------------------------------|------------|
| Casos y supuestos prácticos | 10% |
| Informes/memorias de prácticas | 10% |
| Pruebas objetivas | 70% |

Periodo de validez de las calificaciones parciales:

Hasta el 31 de diciembre.

BIBLIOGRAFIA

1. Bibliografía básica

Bibliografía

Carbonero Cano, P. (1992): "Modalidades enunciativas en los textos publicitarios" en: *Problemas y métodos en el análisis de textos*. In Memoriam Antonio Aranda, Universidad de Sevilla, pp. 109-122.

Cary, E. (1985) : *Comment faut-il traduire ?* Lille : Presses Universitaires.

De Moragas Spa, M. (1976), *Semiótica y comunicación de masas*, Barcelona: Península.

Delisle, J. (1984) : *Analyse du discours comme méthode de traduction*. Ottawa : Éds. de l'Université.

Hurtado Albir, A. (2001): *Traducción y traductología. Introducción a la traductología*. Cátedra: Madrid.

Hurtado Albir, A. (dir.) (1999) : Enseñar a traducir. Madrid, Edelsa.

Hurtado Albir, A.(1990) : *La notion de fidélité en traduction*. Paris : Didier Érudition.

Vazquez, I. /Aldea, S. (1991): *Estrategia y manipulación del lenguaje. Análisis pragmático del discurso publicitario*, Ediciones de la Universidad de Zaragoza.

GUÍA DOCENTE

Léxicos y diccionarios.

Alcaraz Varó, E./ Martínez Linares, M.A. (1997): *Diccionario de lingüística moderna*, Barcelona: Ariel.

Berthaud Du Chazaud, H. (1990) : *Dictionnaire des synonymes*. Paris: Robert.

Boussinot, R. (1988) : *Dictionnaire des synonymes, analogies et antonymes*. Paris : Bordas.

Casares, J. (1992) *Diccionario ideológico de la lengua española*. Barcelona: Gustavo Gili.

Corripio, F. (1990): *Gran diccionario de sinónimos, voces afines e incorrecciones*.

Dictionnaire de notre temps (1992) Paris : Hachette.

Dictionnaire Hachette encyclopédique (1996). Paris: Sapadem, ADAGP.

Recursos online

Woxikon. Diccionario en línea: <http://www.woxikon.es>

WordReference.com. Online Language Dictionaries: <http://www.wordreference.com>

Reverso. Diccionario en línea: <http://diccionario.reverso.net>

Diccionario de la Real Academia Española: <http://buscon.rae.es/drae>

LEO: <http://dict.leo.org>

Lexilogos. Diccionario en línea: http://www.lexilogos.com/frances_lengua_diccionario.htm

2. Bibliografía complementaria

Ninguna

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.