

Plan 423 GRADO EN TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Asignatura 41163 TRADUCCIÓN PUBLICITARIA LENGUA B (INGLÉS)

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Optativa

Créditos ECTS

3 créditos ECTS

Competencias que contribuye a desarrollar

Generales

- G1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en el área de estudio (Traducción e Interpretación) que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- G2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio – Traducción e Interpretación-.
- G3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.
- G4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- G5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- G6. Que los estudiantes desarrollen un compromiso ético en su configuración como profesionales, compromiso que debe potenciar la idea de educación integral, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

Específicas

- E2. Analizar, determinar, comprender y revisar textos y discursos especializados en Lengua B.
- E4. Analizar y sintetizar textos y discursos especializados en Lengua B, identificando los rasgos lingüísticos y de contenido relevantes para la traducción.
- E7. Aplicar las competencias fónicas, sintácticas, semánticas y estilísticas de la propia lengua a la revisión y corrección de textos traducidos al español.
- E8. Conocer y gestionar las fuentes y los recursos de información y documentación en Lengua A/B necesarios para el ejercicio de la traducción especializada (Publicitaria) B.
- E10. Conocer la cultura y civilización de las Lenguas A/B y su relevancia para la traducción.
- E16. Manejar las últimas tecnologías documentales aplicadas a la traducción: sistemas de gestión y recuperación de información electrónica.
- E18. Utilizar las herramientas informáticas básicas como instrumento específico de ayuda a la traducción en las diferentes fases del proceso traductológico.
- E19. Desarrollar un método de trabajo organizado y optimizado gracias al empleo de herramientas informáticas.
- E27. Aplicar conocimientos sobre herramientas informáticas de tratamiento de textos a proyectos de traducción especializada (Publicitaria).
- E28. Conocer los aspectos relacionados con el encargo de traducción especializada (Publicitaria) y los distintos procesos implicados en el mismo.
- E29. Reconocer los problemas y errores de traducción más frecuentes en la traducción especializad (Publicitaria) por medio de la observación y evaluación de traducciones.

- E30. Conocer las diferentes funciones textuales, agentes y factores relevantes en el proceso traductor.
- E31. Conocer las principales técnicas de traducción y su aplicación en diferentes situaciones comunicativas.
- E32. Conocer los procedimientos de diseño y gestión de proyectos de traducción especializada (Publicitaria).
- E33. Revisar con rigor, controlar, evaluar y garantizar la calidad de proyectos de traducción especializada (Publicitaria).
- E34. Aplicar a proyectos de traducción especializada (Publicitaria) las herramientas profesionales de traducción asistida por ordenador (TAO) y de gestión terminológica.
- E41. Adoptar una postura crítica a la hora de aceptar y/o rechazar calcos y préstamos terminológicos, especialmente neológicos
- E42. Conocer los aspectos económicos, profesionales y deontológicos de la práctica de la traducción general/especializada y de la interpretación.
- E43. Asumir diferentes roles dentro de un proyecto colaborativo de traducción especializada Publicitaria).

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- Comprensión y síntesis de textos escritos en la Lengua B e identificación de los rasgos lingüísticos y de contenido relevantes para la traducción publicitaria.
 - Destreza en el uso de los recursos básicos de documentación para la traducción especializada (Publicitaria).
 - Síntesis de conocimientos extralingüísticos (cultura y civilización de los países de Lengua B) necesarios para llevar a cabo la traducción especializada (Publicitaria) de textos de Lengua B.
 - Aplicación de conocimientos sobre herramientas de gestión de recursos documentales a proyectos de traducción especializada (Publicitaria).
 - Aplicación de conocimientos sobre herramientas informáticas de tratamiento de textos a proyectos de traducción especializada (Publicitaria).
 - Redacción de textos en Lengua A aceptables desde el punto de vista ortográfico, léxico, morfosintáctico y textual.
 - Conocimiento de los aspectos relacionados con el encargo de traducción especializada (Publicitaria) y los distintos procesos implicados en el mismo.
 - Reconocimiento de los problemas y errores de traducción más frecuentes en la traducción especializada (Publicitaria).
 - Reconocimiento y aplicación de las diferentes funciones textuales, agentes y factores relevantes en el proceso traductor.
 - Revisión de la calidad de traducciones especializadas (Publicitarias), propias y ajenas.
 - Aplicación de conocimientos sobre herramientas de gestión terminológica y traducción asistida por ordenador (TAO) a proyectos de traducción especializada (Publicitaria).
 - Síntesis de informaciones acerca de la realidad y las particularidades del mercado de la traducción especializada (Publicitaria).
 - Responsabilidad a la hora de afrontar trabajos colaborativos en el marco de un proyecto de traducción especializada (Publicitaria).
 - Desarrollo del espíritu (auto) crítico y creativo.
 - Rigor y sistematicidad en la elaboración de traducciones publicitarias.

Contenidos

Bloque 1:

LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

- Concepto de publicidad
- Factores del proceso de comunicación publicitaria
- Finalidad de la comunicación publicitaria

Bloque 2:

EL TEXTO PUBLICITARIO

- Propiedades del texto publicitario
- Estructura del texto publicitario
- Tipología de textos publicitarios

Bloque 3:

LA TRADUCCIÓN DEL TEXTO PUBLICITARIO

- Perspectiva profesional
- Fases del proceso de traducción de textos publicitarios
- Traducción de textos publicitarios

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

- Exposición y discusión en el aula de los conceptos.

Método: Lección magistral participativa para introducir los conceptos básicos y aprendizaje cooperativo.

- Trabajo autónomo por parte del estudiante: preparación de las actividades especificadas en los puntos anteriores.

Método: Método de proyectos, estudio de casos, resolución de problemas, aprendizaje basado en problemas, aprendizaje cooperativo.

- Tutorías grupales y/o individuales.

Método: Resolución de problemas, aprendizaje cooperativo.

Crterios y sistemas de evaluación

La presente asignatura se servirá de varios procedimientos de evaluación en relación con el desarrollo de competencias y la consecución de los resultados de aprendizaje previstos:

- Evaluación continua mediante la entrega de tareas para evaluar todas las competencias.
- Valoración de la participación en el aula, en especial de las tareas tuteladas (debates y discusiones) y de la participación en las actividades que se hayan propuesto para realizar de forma telemática a través de la plataforma.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO

PESO EN LA NOTA FINAL

OBSERVACIONES

- Proyecto grupal no presencial en el que los alumnos realizarán una traducción publicitaria.
- Trabajo presencial: elaboración de las traducciones diarias y actividades presenciales en el aula.

75%

EVALUACIÓN FORMATIVA Y SUMATIVA

El sistema de calificaciones empleado será el establecido en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre.

Asistencia y participación en las clases

5%

EVALUACIÓN FORMATIVA Y SUMATIVA

El sistema de calificaciones empleado será el establecido en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre.

Examen final

20%

EVALUACIÓN FORMATIVA Y SUMATIVA

El sistema de calificaciones empleado será el establecido en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Será necesario un ordenador con conexión a Internet para acceder a la plataforma de teleformación en la que estará albergada la asignatura y en la que se desarrollarán gran parte de las actividades de aprendizaje.

Calendario y horario

Disponibles en

<http://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.01.grados/2.01.02.ofertaformativagrados/2.01.02.01.alfabetica/Grado-en-Traduccion-e-Interpretacion/>

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teórico-prácticas (T/M)

10

Estudio y trabajo autónomo individual

30

Clases prácticas de aula (A)

11

Estudio y trabajo autónomo grupal

22,5

Laboratorios (L)

Prácticas externas, clínicas o de campo

Seminarios (S)
1,5

Tutorías grupales (TG)

Evaluación

Total presencial
22,5 (30%)
Total no presencial
52,5 (70%)

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Esther Fraile Vicente
frailes@lia.uva.es

Idioma en que se imparte

Español / Inglés
