



Proyecto docente de la asignatura

Asignatura	TRADUCCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICITARIA LENGUA C (FRANCÉS)		
Materia	Traducción Turística y Publicitaria		
Módulo			
Titulación	Grado en Traducción e Interpretación		
Plan	364	Código	41191
Periodo de impartición	Segundo cuatrimestre	Tipo/Carácter	OP
Nivel/Ciclo		Curso	Cuarto
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Español y francés		
Profesor/es responsable/s	Antonio Bueno García		
Departamento(s)	Lengua Española		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	antonio.bueno@uva.es / 975129136		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura Traducción Turística y Publicitaria lengua C (Francés) forma parte de la Materia Traducción Turística y Publicitaria del Grado en Traducción e Interpretación.

1.2 Relación con otras materias

Se imparte en el cuarto curso, segundo cuatrimestre, ya que en ese momento los estudiantes han completado su formación en traducción general directa. Se imparte al mismo tiempo que Traducción Turística Lengua B (Inglés o Francés).

1.3 Prerrequisitos

No se han descrito.





2. Competencias

2.1 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, turística 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.

2.2 Específicas

E2. Analizar, determinar, comprender y revisar textos y discursos especializados turísticos y publicitarios en Lengua A y C.

E4. Analizar y sintetizar textos y discursos especializados turísticos y publicitarios en Lengua A y C, 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 y C necesarios para el ejercicio de la traducción especializada turística y publicitaria C.

E9.- Reconocer la diversidad y multiculturalidad de las lenguas A/C.



- E10. Conocer la cultura y civilización de las lenguas A/C y su relevancia para la traducción literaria.
- E12.- Conocer la evolución social, política y cultural para comprender la diversidad y la multiculturalidad.
- 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.
- E29. Usar correcta y adecuadamente la Lengua A en los distintos contextos y registros especializados turísticos y publicitarios, evitando las interferencias.
- E30. Aplicar conocimientos sobre herramientas informáticas de tratamiento de textos a proyectos de traducción especializada turística y publicitaria.
- E31. Conocer los aspectos relacionados con el encargo de traducción especializada turística y publicitaria y los distintos procesos implicados en el mismo.
- E32. Reconocer los problemas y errores de traducción más frecuentes en la traducción especializada turística y publicitaria por medio de la observación y evaluación de traducciones.
- E33. Conocer las diferentes funciones textuales, agentes y factores relevantes en el proceso traductor.
- E34. Conocer las principales publicitarias de traducción y su aplicación en diferentes situaciones comunicativas.
- E35. Conocer los procedimientos de diseño y gestión de proyectos de traducción especializada turística y publicitaria.
- E36. Revisar con rigor, controlar, evaluar y garantizar la calidad de proyectos de traducción especializada turística y publicitaria.
- E37. Adquirir conocimientos sobre los lenguajes de especialidad turísticos y publicitarios, así como sobre las particularidades de su traducción.
- E38. Aplicar a proyectos de traducción especializada turística y publicitaria las herramientas profesionales de traducción asistida por ordenador (TAO) y de gestión terminológica.
- E45. Adoptar una postura crítica a la hora de aceptar y/o rechazar calcos y préstamos terminológicos, especialmente neológicos



- E46. Conocer los aspectos económicos, profesionales y deontológicos de la práctica de la traducción especializada turística y publicitaria.
- E47. Asumir diferentes roles dentro de un proyecto colaborativo de traducción especializada turística y publicitaria.
- E48. Desarrollar el espíritu (auto)crítico y creativo.
- E51.- Conocer los contextos socioculturales y las necesidades comunicativas de ambas partes sin tomar partido.
- E53.- Desarrollar la capacidad de análisis y síntesis aplicadas a un proyecto de investigación personal.
- E57.- Tomar decisiones con rigor, con vistas a alcanzar unas conclusiones novedosas, fruto de un trabajo de investigación.
- E58.- Desarrollar la capacidad de comunicarse con expertos de otras áreas, además de la propia, como fuente complementaria de un trabajo de investigación de mayor alcance.
- E60.- Conocer y consolidar las habilidades y métodos generales y específicos de investigación dentro del área de la Traducción e Interpretación y de las Humanidades en general.
- E61.- Conocer los fundamentos interdisciplinares que servirán de marco teórico para el trabajo de fin de grado.
- E62.- Asegurar la calidad del trabajo en el marco de unos plazos establecidos.



3. Objetivos

Desarrollo de razonamientos críticos y analógicos en Lengua A/C.

Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad de la Lengua A/C.

Conocimiento de la cultura y civilización de las Lenguas A/C y su relevancia para la traducción.

Familiarización con los programas y con las técnicas de pre y post-edición desarrolladas en el campo de la traducción automática.

Conocimiento de los valores de la lengua y de la traducción en la comunicación humana.

Reconocimiento del valor de la comunicación verbal y no verbal.

Reconocimiento del valor de los procesos mentales en la labor lingüística y traductológica.

Reconocimiento del valor de la traducción en la historia del pensamiento.

Reconocimiento de la aportación de la experiencia histórica en los procesos de reflexión y teorización lingüística y traductológica.

Reconocimiento de los valores humanísticos de la traducción.

Conocimiento del valor de las aportaciones tecnológicas en la labor de traducción.

Conocimiento de las diferentes funciones textuales, agentes y factores relevantes en el proceso traductor.

Conocimiento de las principales técnicas de traducción y su aplicación en diferentes situaciones comunicativas.

Adopción de una postura crítica a la hora de aceptar y/o rechazar calcos y préstamos terminológicos, especialmente neológicos.

Desarrollo del espíritu (auto)crítico y creativo.

Desarrollo de la capacidad de análisis y síntesis aplicadas a un proyecto de investigación personal.

Manifestación de la curiosidad hacia la mediación lingüística, desde un punto de vista científico y profesional.

4. Contenidos

Aspectos generales del turismo y de la publicidad y de la comunicación turística y publicitaria



- 1-Aspectos generales del turismo y de la publicidad
 - 1.1. Definición
 - 1.2. Evolución
 - 1.3. Objetivos
 - 1.4. Funciones
- 2-Proceso de comunicación y de traducción turística y publicitaria

Turismo, publicidad y sociedad

2. Turismo, publicidad y sociedad
 - 2.1. La imagen de Francia y de otros pueblos
 - 2.2. Tópicos y temas
 - 2.3. La normativa legal y transnacional
 - 2.4. Los consejos éticos reguladores
 - 2.6. Los efectos de la globalización

Posibilidades y grados de traducción

3. Posibilidades de traducción del mensaje verbal y no verbal turísticos y publicitarios
4. La comunicación no verbal
 - 4.1. Elementos de comunicación no verbal
 - 4.2. Transparencia y opacidad de la realidad simbólica

5. Métodos docentes y principios metodológicos

En el presente apartado se incluyen la relación de actividades formativas que conforman el plan de trabajo de la materia, los métodos docentes que se emplearán y la correspondencia con las competencias específicas que desarrolla.

Discusión en el aula de conceptos básicos en relación con la traducción especializada publicitaria. Método: lección magistral y aprendizaje cooperativo. Competencias E2, E4, E7, E8, E10, E29, E31, E32, E33, E34, E35, E36, E37, E45, E46, E48.

Actividades relativas a los procesos de traducción especializada publicitaria, documentación y análisis de encargos de traducción especializada publicitaria. Método: estudio de casos, resolución de problemas. Todas las competencias.

Talleres de traducción grupales. Métodos: método de proyectos. Competencias: todas las competencias. Trabajo autónomo por parte del estudiante: preparación de las actividades especificadas en los puntos anteriores. Método: método de proyectos, resolución de problemas, estudio de casos. Todas las competencias.

Tutorías (individuales o grupales). Método: debate dirigido, pequeño grupo de discusión, aprendizaje colaborativo y resolución de problemas. Todas las competencias.



Evaluación integrada en cada una de las actividades formativas descritas (utilización de procedimientos de autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación). Métodos: en consonancia con las actividades especificadas previamente. Competencias: todas las competencias.

Comprensión y síntesis de textos escritos en la Lengua C y en la Lengua A e identificación de los rasgos lingüísticos y de contenido relevantes para la traducción publicitaria.

Uso de los recursos básicos de documentación para la traducción especializada publicitaria.

Síntesis de conocimientos extralingüísticos (cultura y civilización de los países de Lengua A y C) necesarios para llevar a cabo la traducción especializada publicitaria de textos de Lengua C.

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 turística y 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 turísticas y publicitarias, propias y ajenas.

Aplicación de conocimientos sobre herramientas de gestión terminológica y traducción asistida por ordenador (TAO) a proyectos de traducción especializada turística y publicitaria.

Síntesis de informaciones acerca de la realidad y las particularidades del mercado de la traducción especializada turística y publicitaria.

Responsabilidad a la hora de afrontar trabajos colaborativos en el marco de un proyecto de traducción especializada turística y publicitaria.

Desarrollo del espíritu (auto)crítico y creativo.

Rigor y sistematicidad en la elaboración de traducciones especializadas turísticas y publicitarias.

**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	8	Estudio y trabajo autónomo individual	35
Clases prácticas de aula (A)	13	Estudio y trabajo autónomo grupal	17
Seminarios (S)	2		
Total presencial	23	Total no presencial	52

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Examen final	60%	
Trabajo práctico colectivo de Seminario	20%	
Realización de trabajo individual	20%	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Los mismos que se detallan para la evaluación de la asignatura
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Los mismos que se detallan para la evaluación de la asignatura

8. Consideraciones finales