

En raison de la crise du COVID-19, les informations ci-dessous sont susceptibles d'être modifiées, notamment celles qui concernent le mode d'enseignement (en présentiel, en distanciel ou sous un format comodal ou hybride).

5 crédits	15.0 h + 15.0 h	Q2
-----------	-----------------	----

Enseignants	Gallez Françoise ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	Spécificités de la traduction dans les domaines du marketing et de la publicité
Acquis d'apprentissage	<p>Contribution de l'unité d'enseignement au référentiel AA du programme</p> <p>Eu égard au référentiel d'AA du Master en traduction, cette unité d'enseignement contribue au développement et à l'acquisition des AA suivants :</p> <p>1.1, 1.4, 1.5 3.1, 3.3, 3.4 4.1 5.8</p> <p>AA-FS-AL.Développer une expertise et un niveau élevé de compétence dans le domaine de la traduction littéraire au sens large avec pour spécificité un travail de création ou de récréation requérant un usage esthétique de la langue : la traduction d'ouvrages littéraires de fiction ou relevant des genres littéraires traditionnels, la littérature en relation avec l'image et d'autres domaines artistiques, la traduction d'édition et, en option pour certaines langues seulement, la traduction « Publicité & Marketing ».</p> <p>1 Les Acquis d'Apprentissage spécifiques au terme de l'unité d'enseignement</p> <p>À la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifier et analyser les fonctions et l'effet d'un texte en allemand, ainsi que les outils linguistiques utilisés pour produire cet effet ; - analyser les présupposés, les stéréotypes et l'intertextualité d'un texte rédigé en allemand afin de le transposer de manière appropriée en français ; - repérer les instruments non verbaux présents dans le message en allemand et les adapter au public du message en français ; - transposer en français un texte rédigé en allemand, en prenant en compte et en adaptant si nécessaire les composantes socioculturelles sous-jacentes ; - mobiliser sa créativité afin de reproduire auprès du public cible en langue l'effet créé pour le public du message en allemand. <p>-----</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées.</p> <p>Évaluation continue formative</p> <p>Évaluation certificative: travail écrit + examen oral</p> <p>Les modalités pratiques et précises relatives aux différents travaux seront spécifiées en temps utile sur la plateforme Moodle et au cours.</p> <p>Session de septembre : travail écrit à remettre début août (date à préciser) + examen oral.</p> <p>Le recours à un logiciel de traduction automatique est interdit.</p>
Méthodes d'enseignement	<p>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées.</p> <p>Cours magistraux et séances d'exercices</p> <p>Travaux individuels et/ou en groupe.</p> <p>En guise de préparation aux différentes séances de cours, les étudiants seront tenus d'effectuer des recherches, de rassembler du matériel et de lire des documents relatifs au contenu du cours.</p>
Contenu	<p>Initiation à la langue publicitaire et aux contraintes de ses diverses formes;</p> <p>Etude et analyse des défis culturels et problèmes linguistiques de traduction qui caractérisent les textes émanant des domaines publicitaire et marketing ;</p>

	Exercices de traduction (AL>FR) de textes et documents relevant du domaine publicitaire et/ou marketing. Le recours à un outil de traduction automatique est interdit dans tout exercice ou épreuve de traduction. Les logiciels de ce type ne peuvent être utilisés que comme point de départ d'un exercice de post-édition prévu par l'enseignant.
Ressources en ligne	Ressources mises à disposition sur Moodle.
Bibliographie	Guidère M. (2009) : De la traduction publicitaire à la communication multilingue, in Meta: Translators' Journal, vol. 54, n° 3, 2009, p. 417-430 Guidère M. (2000) : Publicité et traduction, L'Harmattan, Paris.
Autres infos	/
Faculté ou entité en charge:	LSTI

Force majeure

Méthodes d'enseignement	Cours magistraux et séances d'exercices partiellement à distance Travaux individuels et/ou en groupe. En guise de préparation aux différentes séances de cours, les étudiants seront tenus d'effectuer des recherches, de rassembler du matériel et de lire des documents relatifs au contenu du cours.
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	Évaluation continue formative Évaluation certificative: travail écrit + examen oral Les modalités pratiques et précises relatives aux différents travaux seront spécifiées en temps utile sur la plateforme Moodle et au cours. Session de septembre : travail écrit à remettre début août (date à préciser) + examen oral. Le recours à un logiciel de traduction automatique est interdit.
Autres infos	Selon les modalités d'évaluation sur site ou à distance, l'appréciation de toute nouvelle restriction par les autorités ou toute éventuelle incapacité dûment justifiée par les étudiant-es ou les enseignant-es peut imposer d'adopter les mesures prévues en cas de force majeure décrites plus haut, ou de proposer une évaluation individuelle adaptée.

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en traduction	TRAD2M	5		