



**Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona**

Facultat de Traducció i
Interpretació
Pla docent d'assignatura
Curs 2014-2015

Traducció i Publicitat (20297)

Titulació/estudi: Grau en Traducció i Interpretació

Curs: quart

Trimestre: segon

Nombre de crèdits ECTS: 4

Hores de dedicació de l'estudiant: 100

Tipus d'assignatura: Optativa

Professora de GG: Ferran Blanch

Llengua de docència: Català

1. Presentació de l'assignatura

En aquesta assignatura s'estudia, des d'una perspectiva plurilingüe, el llenguatge publicitari escrit i oral; s'analitza el disseny de campanyes i funcionament bàsic de les agències de publicitat; i es tradueixen i adapten missatges publicitaris.

2. Competències que s'han d'assolir

D'entre el conjunt de competències que s'assoliran en acabar el grau, en aquesta assignatura es treballen les següents, generals (G) i específiques (E), concretades en forma de resultats d'aprenentatge:

- Presa de decisions (G.7):
 - aprendre a analitzar les distintes estratègies de traducció
 - considerar el context comunicatiu de cada mitjà
- Organització i planificació (G.8):
 - conèixer les diverses fases de la creació i difusió de la publicitat
 - jerarquitzar les prioritats de la comunicació publicitària
- Creativitat (G.9):
 - conèixer de forma bàsica les audiències en els mitjans de comunicació
 - desenvolupar projectes de traducció aplicats als mitjans de comunicació
- Capacitat de treball individual i en equip (G.13):
 - desenvolupar en equip i individualment un projecte de traducció publicitària
 - prendre decisions segons les normes comunicatives, de mercat o ideològiques
- Adaptabilitat a noves situacions (G.21): adaptar coneixements, tècniques i destreses d'altres modalitats de traducció a la traducció publicitària
- Domini receptiu oral i escrit d'almenys dues llengües estrangeres (E.2): entendre i traduir textos audiovisuals i enregistraments d'àudio sol, sense l'ajuda del suport escrit

- Coneixements especialitzats en un o més àmbits temàtics (E.5): conèixer conceptes específics referits al cine, la televisió, la ràdio, Internet o la premsa en les seves diverses formes de presentació i difusió
- Capacitat de traduir textos de caire general (E.6): aplicar els coneixements de traducció general a la publicitat en formes de presentació audiovisual, radiada o en premsa
- Capacitat per dissenyar i gestionar projectes lingüístics (E.15):
 - fer propostes personals de traducció per als mitjans
 - presentar projectes

3. Continguts

- Fonaments del *copywriting*, la traducció publicitària i la transcreació
- La traducció de textos publicitaris en totes les disciplines existents, tant en mitjans tradicionals (TV, premsa, ràdio, exterior...) com en nous suports (mitjans digitals, *ambient*, xarxes socials...)
- Introducció al pensament creatiu (tècniques d'ideació, patrons de pensament, camins creatius...), el disseny de campanyes i el funcionament de les agències de publicitat

4. Avaluació i recuperació

Avaluació		Recuperació			
Activitat d'avaluació	Ponderació sobre la nota final	Recuperable/ No recuperable	Ponderació sobre la nota final	Forma de recuperació	Requisits i observacions
Participació	10%	No		La recuperació de l'assignatura es farà amb un treball individual	
Treball de traducció individual	30%	No			
Treball de traducció en grup	20%	No			
Examen final	40%	No			Per superar l'assignatura cal aprovar l'examen final

5. Metodologia: activitats formatives

- classes magistrals: 10%
- seminaris: 15%
- tutories: 5%
- treball en grup: 30%
- treball individual: 30%
- estudi personal: 10%

6. Referències bibliogràfiques

CLUB DE CREATIVOS. *Anuario de la Creatividad Española 2011*. Madrid: CdeC, 2011.

SAWYER, Robert. *Kiss&Sell. Redacción publicitaria*. Barcelona: Ava Publishing, 2006.

SULLIVAN, Luke. *Hey, whipple, squeeze this*, Adweek Media, Wiley, 2008

The copy book. The Designers and Art Directors Association of the United Kingdom and Rotovision, 1995, Reino Unido