

Traduction espagnol–français 2



En bref

- › **Langue(s) d'enseignement:** Français, Espagnol
- › **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

DESCRIPTION

Programme

Traduction en français de différents supports en langue espagnole, issus du tourisme culturel

Traduction en espagnol de différents supports en langue française, issus du tourisme culturel

OBJECTIFS

Compétences visées :

L'objectif principal du cours est l'acquisition des techniques nécessaires pour la traduction spécialisée dans le secteur du tourisme. En tant que traducteur spécialisé, l'étudiant doit savoir transmettre de manière appropriée le contenu, la fonction et les références culturelles du texte original, en

tenant compte des caractéristiques particulières de la langue touristique.

HEURES D'ENSEIGNEMENT

| | | |
|------------------------------------|-----------------|-----|
| Traduction espagnol- français 2 | Travaux Dirigés | 18h |
|------------------------------------|-----------------|-----|

PRÉ-REQUIS NÉCESSAIRES

Niveau C1 en langue française et en langue espagnole

SYLLABUS

BUGNOT, M. A. (2009): «Estererotipia y localización en el discurso turístico», *Çédille*, 5, Revista de estudios franceses, 56-80.

CALVI, M. V. (2004): «El lenguaje del turismo en las páginas web de los paradores», *Textos y discursos de especialidad. El español de los negocios*, Amsterdam-New York: Rodopi, 61-70.

CALVI, M. V. (2006): «El español del turismo: problemas didácticos», en: *Ideas 1*. Heilbronn.

CÓMITRE NARVÁEZ, I. (2004): «La traducción de culturemas en publicaciones del sector turístico: un estudio empírico», *Traducción y cultura. El papel de la cultura en la comprensión del texto original*, Gallegos Rosillo, J.A.; Benz Busch, H. (eds.), Málaga: Libros Encasa Ediciones y Publicaciones, 115-138.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur > u-paris.fr/choisir-sa-formation

CÓMITRE NARVÁEZ, I. (2006): «Las convenciones estilísticas culturales en campañas publicitarias de promoción turística: el caso de España marca (Turespaña)», Traducción y Cultura. Convenciones textuales y estrategia traslativa, Félix Fernández, L.; Mata Pastor, C. (eds.), Málaga: Libros Encasa Ediciones y Publicaciones, 121-150.

DURÁN MUÑOZ, I (2009): «La traducción turística de calidad: una necesidad indudable en la España de hoy» Mundo Internet 2009. Actas del XII Congreso DURÁN MUÑOZ, I. (2012):

«Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades», Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas, 7, Universidad Politécnica de Valencia, 103-114.

< <https://polipapers.upv.es/index.php/rdlyla/article/view/1127> >

Iberoamericano de Internet, Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. 558-563.

< http://www.lexytrad.es/assets/duran_2009b_0.pdf >

FUENTES LUQUE, A. (2005): La traducción en el sector turístico. Granada: Editorial Atrio.

GOUADEC, D. (2009): Profession: traducteur. Paris: La Maison du dictionnaire.

MARTÍNEZ SÁNCHEZ, P.C.; INIGO ROS, M. (1998): «La traducción de términos culturales en los folletos turísticos: la gastronomía», Sánchez Macarro, A.; Liern, V.S. y Gómez Molina, J.R.(eds.), Pragmática Intercultural. Quaderns de Filología Estudis Lingüístics IV, Valencia: Universidad de Valencia, 153-170

Pour en savoir plus, rendez-vous sur > u-paris.fr/choisir-sa-formation