

La version que vous consultez n'est pas définitive. Cette fiche d'activité peut encore faire l'objet de modifications. La version finale sera disponible le 1er juin.

5.00 crédits	15.0 h + 15.0 h	Q1
--------------	-----------------	----

Enseignants	Vanderputten Caroline ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	Traduction et transcréation dans les domaines du marketing et de la publicité.
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de : 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> <ul style="list-style-type: none"> • analyser un document source, recenser les difficultés textuelles et cognitives potentielles et évaluer les stratégies et ressources nécessaires pour une reformulation adéquate qui réponde aux besoins communicationnels (1 – Traduction)##; • résumer, reformuler, restructurer et condenser un message, et l'adapter aux besoins du marché, rapidement et précisément, dans au moins une langue cible, en utilisant la communication écrite et/ou orale (2 – Traduction)##; • respecter les consignes, les guides de rédaction ou les conventions propres à une traduction donnée (5 – Traduction)##; • traduire des contenus généraux et spécialisés dans un ou plusieurs domaines à partir d'une ou de plusieurs langues sources vers leur(s) langue(s) cible(s), en produisant une traduction adaptée à sa finalité (6 – Traduction)##; • traduire différents types de contenus sur et pour différents types de supports et de publics cibles, en utilisant les outils et techniques appropriés (7 – Traduction)##; • traduire et fournir une médiation dans différents contextes intraculturels et interculturels, par exemple ceux qui concernent la traduction et l'interprétation au service des citoyens, la localisation de sites internet ou de jeux vidéo, l'accessibilité, la gestion de communautés, etc. (8 – Traduction)##; • vérifier, revoir, réviser et évaluer leurs propres travaux et ceux des autres en fonction d'objectifs de qualité standard ou spécifiques au travail, et évaluer l'opportunité d'utiliser des outils pour le travail en question (11 – Traduction). <p>Les Acquis d'Apprentissage spécifiques au terme de l'unité d'enseignement</p> <p>À la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant-e est capable de##:</p> <ul style="list-style-type: none"> • identifier les fonctions, concepts et percepts d'un texte en anglais ainsi que les outils linguistiques utilisés pour produire ces percepts##; • analyser les présupposés, les stéréotypes et l'intertextualité d'un texte rédigé en anglais afin de le transposer de manière appropriée en français##; • repérer les instruments non verbaux présents dans le message en anglais et les adapter au public du message en français##; • transposer en français un texte rédigé en anglais, en prenant en compte et en adaptant si nécessaire les composantes socioculturelles sous-jacentes##; • mobiliser sa créativité afin de reproduire auprès du public cible l'effet créé pour le public du message en anglais.
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>Evaluation continue formative des productions des étudiants au cours du quadrimestre.</p> <p>Session de janvier : évaluation certificative sous forme de travail à remettre lors du dernier cours du quadrimestre. Défense orale dudit travail pendant la session de janvier.</p> <p>Les modalités pratiques et précises du travail seront communiquées sur la plateforme Moodle et/ou par courriel.</p> <p>Session d'août/septembre: examen de traduction écrit portant sur un thème abordé au cours.</p> <p>Evaluation certificative: le recours à un logiciel de traduction automatique de même que le recours aux IA génératives sont interdits.</p>
Méthodes d'enseignement	<p>Cours magistraux et séances d'exercices avec corrections formatives.</p> <p>Activités organisées partiellement via Moodle.</p> <p>Travaux individuels et/ou en groupe.</p>

Contenu	<p>- Recherche et lecture de documents préalables liés au contenu du cours ;</p> <p>- initiation à la langue publicitaire et aux contraintes de ses diverses formes;</p> <p>- étude et analyse des défis culturels et problèmes linguistiques de traduction qui caractérisent les textes émanant des domaines publicitaire et marketing ;</p> <p>- Préparation à l'évaluation certificative: exercices individuels et/ou en groupe de traduction (de l'anglais vers le français) de textes et documents relevant d'une thématique du domaine publicitaire et/ou marketing avec corrections formatives.</p> <p>Exemples : brochures promotionnelles, affiches publicitaires, dossiers de presse, sites web</p>
Ressources en ligne	/
Bibliographie	<p>Guidère, M. (2000), <i>Publicité et traduction</i>, L'Harmattan, Paris.</p> <p>Guidère, M. (2008), "Traduire la publicité ou comment justifier et argumenter ses choix", <i>Traduire</i> 219/2008, p. 22-46.</p> <p>Guidère, M. (2009), "De la traduction publicitaire à la communication multilingue", <i>Meta: Translators' Journal</i>, vol. 54, n° 3, 2009, p. 417-430.</p> <p>Vandal-Sirois, H. (2011), "Publicités multilingues : l'apport du traducteur en agence de communication marketing", <i>ILCEA</i> 14/2011, p2-12.</p>
Autres infos	/
Faculté ou entité en charge:	LSTI

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