

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	Vrancx Marlène ;
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 : <u>Contribution de l'unité d'enseignement au référentiel AA du programme</u></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><u>Les Acquis d'Apprentissage spécifiques au terme de l'unité d'enseignement</u></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 néerlandais ainsi que les outils linguistiques utilisés pour produire ces percepts##; • analyser les présupposés, les stéréotypes et l'intertextualité d'un texte rédigé en néerlandais afin de le transposer de manière appropriée en français##; • repérer les instruments non verbaux présents dans le message en néerlandais et les adapter au public du message en français##; • transposer en français un texte rédigé en néerlandais, 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 néerlandais.
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>Evaluation continue formative des productions des étudiants pendant le semestre et évaluation certificative sous forme de projet de traduction (NL>FR) évalué et défendu en fin d'UE (session de janvier).</p> <p>Session de septembre : examen écrit consistant en un exercice similaire à ceux réalisés pendant les séances de cours.</p> <p>Les travaux à présenter ou à remettre dans le cadre du cours sont des travaux personnels qui refléteront les compétences acquises. Les sources utilisées seront mentionnées de manière adéquate. Les intelligences artificielles (IA) génératives doivent être utilisées de manière responsable et conformément aux pratiques de l'intégrité académique et scientifique. L'intégrité scientifique impliquant que l'on cite ses sources, l'usage d'une IA doit toujours être signalé. L'utilisation des intelligences artificielles pour les tâches où celles-ci sont explicitement interdites sera considérée comme un cas de tricherie.</p>

Méthodes d'enseignement	<p>Cours magistral et séances d'exercices. Travaux individuels et/ou en groupe. En guise de préparation aux différentes séances de cours, les étudiants sont tenus d'effectuer des recherches, rassembler du matériel et lire des documents liés au contenu du cours.</p>
Contenu	<p>Initiation à la langue publicitaire et aux contraintes de ses diverses formes. Etude et analyse des défis culturels et problèmes linguistiques de traduction qui caractérisent les textes émanant des domaines publicitaire et marketing. Exercices d'analyse et de traduction (NL>FR) de textes et documents relevant du domaine publicitaire et/ou marketing avec corrections formatives.</p>
Ressources en ligne	<p>Ressources mises à disposition sur Moodle.</p>
Bibliographie	<p>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.</p>
Faculté ou entité en charge:	<p>LSTI</p>

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