

Lingua e traduzione spagnola iii - Traduzione per il marketing internazionale

PROGRAMMA

Prerequisiti

Conoscenza approfondita dello spagnolo scritto e parlato. Completamento degli esami di lingua e traduzione spagnola degli anni precedenti (I e II).

Obiettivi del corso

Il corso permette di acquisire capacità linguistiche e traduttive di base nelle due lingue di studio nell'ambito dei linguaggi settoriali, in particolare dei settori del marketing e della pubblicità nonché della comunicazione aziendale in generale, e di perfezionare le capacità di scrittura dello studente nelle due lingue, mediante lo studio e la traduzione - e la transcreazione - di testi appartenenti all'ambito del marketing, in particolare ai settori del food & beverage, della cosmesi, del lusso e della moda. Alla fine del corso lo studente sarà in grado di analizzare e tradurre un'ampia varietà di tipologie testuali.

Programma del corso

Il corso permette di acquisire capacità linguistiche e traduttive di base nelle due lingue di studio nell'ambito dei linguaggi settoriali, in particolare dei settori del marketing e della pubblicità nonché della comunicazione aziendale in generale, e di perfezionare le capacità di scrittura dello studente nelle due lingue, mediante lo studio e la traduzione - e la transcreazione - di testi appartenenti all'ambito del marketing, in particolare ai settori del food & beverage, della cosmesi, del lusso e della moda. Alla fine del corso lo studente sarà in grado di analizzare e tradurre un'ampia varietà di tipologie testuali.

Il corso prevede una prima fase dedicata all'introduzione delle diverse tipologie testuali e dei generi inerenti alla comunicazione pubblicitaria e del marketing aziendale. Si procederà quindi all'analisi linguistica, semiotica, retorica, di testi promozionali attraverso piattaforme e supporti diversi: social media, siti web, app, newsletter, brand profile.

In una terza fase verranno tradotti testi di carattere pubblicitario, strategico-aziendale e commerciale: presentazioni; cataloghi e brochure; campagne di nuovi prodotti e siti e piattaforme di e-commerce, e testi su vari supporti (cartellini, etichette, descrizioni merceologiche, cataloghi), tenendo conto dei target, dei settori di consumo nonché delle culture di partenza e di arrivo.

In una quarta fase lo studente verrà inoltre introdotto nell'ambito della sottotitolazione e la trascrizione di contenuti audio di filmati promozionali.

Testi (A)dottati, (C)onsigliati

(A) Barchiesi, M.A.; "Fronteras invisibles de lo cotidiano. Imaginarios culturales en la publicidad de tres países hispánicos (Argentina, España y México)" in A. Cassol et al. Frontiere: soglie e interazioni. I linguaggi ispanici nella tradizione e nella contemporaneità; Università di Trento, Trento, 2013 (on line)

(A) Chevalier, M., Mazzalovo, G.; Luxury brand management, FrancoAngeli; Milano; capp. 1, 2;

ISBN:978-88-351-1962-3

(A) Hurtado Albir, A.; Traducción y traductología. Introducción a la traductología; Cátedra, Madrid, 2004; cap. VII.

ISBN 84-376-1941-6

(A) Osimo, B.; Manuale del traduttore; Hoepli; Milano; 2015; pp. 45-119;

ISBN 978-88-203-4844-1.

(A) Rodríguez González, F.; "Anglicismos y calcos en el español actual" in V. San Vicente, (a cura di); L'inglese e le altre lingue. Studi sull'interferenza linguistica; CLUEB; Bologna; pp.149-169;

ISBN:88-491-1983

Lingua e traduzione spagnola iii - Traduzione per il marketing internazionale

(A) Santulli, F. "Il payoff della brevit  alla multimodalit ", in D. Antelmi; M. Longaldo; Testi brevi di accompagnamento. Linguistica, semiotica e traduzione; Universitas Studiorum, Mantova, 2019, pp. 173-191;

ISBN8833690601

(A) Valdés Rodríguez, M.C. La traducción publicitaria. Comunicación y cultura; Universidad Aut noma de Madrid 2004; pp .30-45.

ISBN 8437058686

(A) Ventura Bordenca, I: Food packaging. Narrazioni semiotiche e branding alimentare; FrancoAngeli; Milano, pp. 28- 56

ISBN:9788835137757

Altre informazioni / materiali aggiuntivi

Il materiale didattico impiegato durante le lezioni verr  fornito sotto forma di dispense digitalizzate (reperibili nella pagina del corso).

Ulteriori indicazioni sulla bibliografia e sulle parti dei libri da studiare saranno fornite durante le lezioni.

Metodi didattici

-
- Taglio didattico teorico e applicativo.
- Lezioni frontali dialogate.
- Esercitazioni in aula attraverso l'illustrazione in lingua da parte degli studenti.
- Traduzioni da correggere in aula.
- Produzioni scritte.
- Esercitazioni in piccolo e medio gruppo.
- Utilizzo di materiale multimediale.
- Supporto di materiale on line.
- Visione, trascrizione e traduzione di materiali audio-video.

Modalit  di valutazione

- La prova di accertamento   composta da due parti: scritta e orale ed entrambe verranno svolte in lingua spagnola (percentuali sul voto finale tra parentesi):

Prova scritta:

Lingua e traduzione spagnola iii - Traduzione per il marketing internazionale

- a) prova scritta grammaticale e di produzione scritta volta a valutare il raggiungimento del livello C1 di competenza (40%) (potranno essere svolte in itinere).
- b) prova scritta di traduzione di un testo (dall'italiano allo spagnolo) appartenente alle tipologie trattate a lezioni (40 %).

Sono previste delle prove in itinere.

Prova orale:

- c) Analisi linguistica dei testi trattati a lezione; domande a risposta aperta breve sui contenuti teorici del corso (20 %). La prova orale potrà essere svolta, a scelta dello studente, come parte C) della prova scritta.

Lingue, oltre all'italiano, che possono essere utilizzate per l'attività didattica
SPAGNOLO