



Guía Docente: Guía Básica

Aprobado en Junta de Facultad el 26 de febrero de 2009

Datos para la identificación de la asignatura.	
CENTRO:	Facultad de Traducción e Interpretación
TITULACIÓN:	Grado en Traducción e Interpretación Inglés- Francés
ASIGNATURA:	Traducción Turístico-Comercial B Inglés
CÓDIGO ULPGC ASIGNATURA:	40424
CÓDIGOS UNESCO ASIGNATURA:	5701.12
MATERIA A LA QUE PERTENECE LA ASIGNATURA:	Traducción Lengua B Inglés
TIPO ASIGNATURA:	
Básica	<input type="checkbox"/>
Obligatoria	<input checked="" type="checkbox"/>
Optativa	<input type="checkbox"/>
REQUISITOS PREVIOS:	
CRÉDITOS ECTS:	6
CURSO:	3
SEMESTRE:	2
LENGUA DE IMPARTICIÓN <small>ESPECIFICAR CRÉDITOS DE CADA LENGUA:</small>	
ESPAÑOL:	3
INGLÉS:	3
OTRAS:	

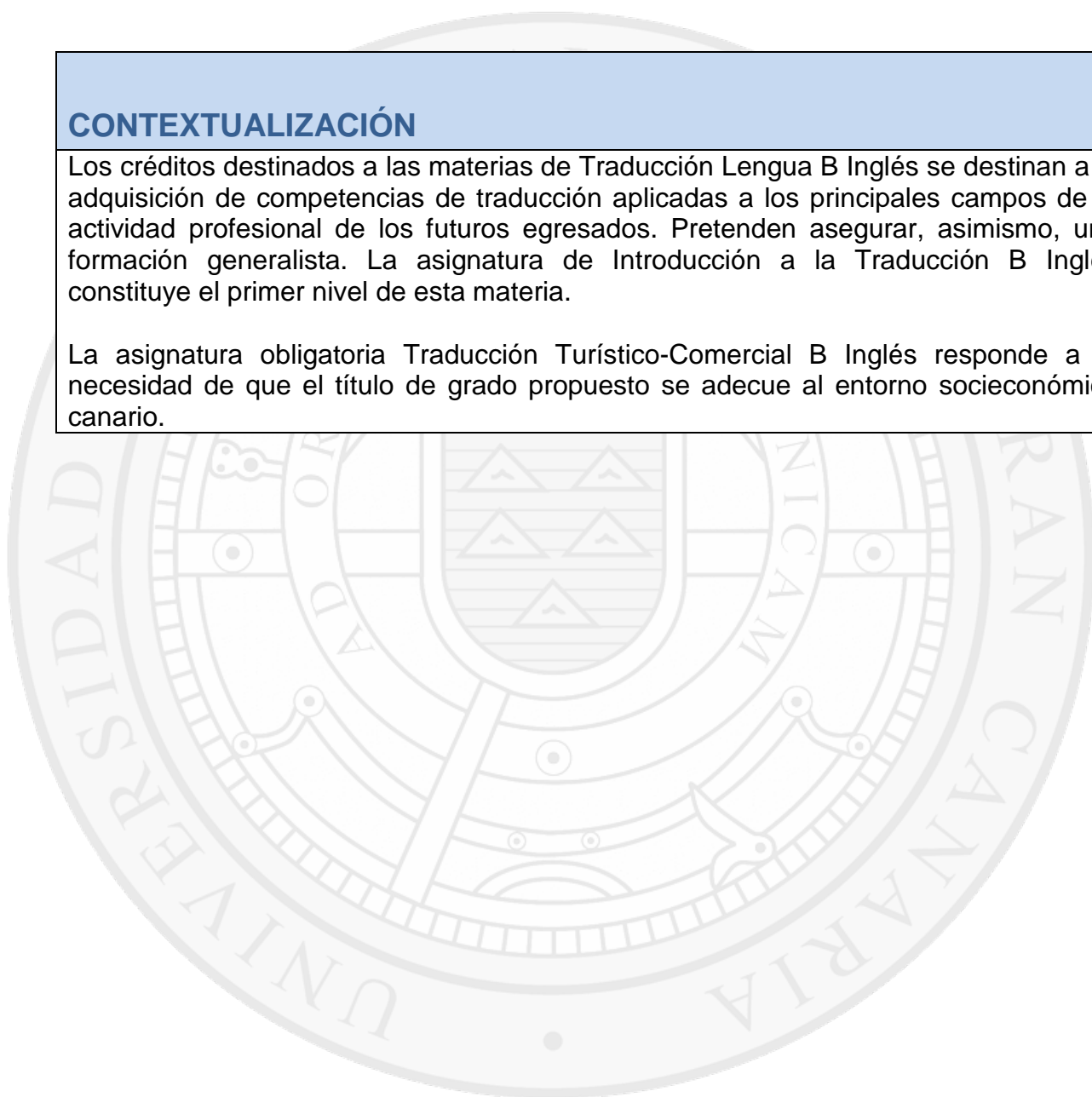


UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
Vicerrectorado de Ordenación Académica
y Espacio Europeo de Educación Superior

CONTEXTUALIZACIÓN

Los créditos destinados a las materias de Traducción Lengua B Inglés se destinan a la adquisición de competencias de traducción aplicadas a los principales campos de la actividad profesional de los futuros egresados. Pretenden asegurar, asimismo, una formación generalista. La asignatura de Introducción a la Traducción B Inglés constituye el primer nivel de esta materia.

La asignatura obligatoria Traducción Turístico-Comercial B Inglés responde a la necesidad de que el título de grado propuesto se adecue al entorno socioeconómico canario.





UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
Vicerrectorado de Ordenación Académica
y Espacio Europeo de Educación Superior

COMPETENCIAS QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUIRÁ A LOGRAR

- Reconocer las convenciones culturales y lingüísticas, tanto en inglés como en español, de los textos turísticos y comerciales más demandados socialmente.
- Aplicar estrategias traslativas coherentes según el encargo y el tipo de texto turístico-comercial.
- Manejar las herramientas terminológicas y documentales más adecuadas para la traducción turístico-comercial.
- Manejar los recursos multimedia para la práctica de la traducción.





CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Prácticas de análisis textual y de traducción directa e inversa de los textos turístico-comerciales más demandados por los profesionales del Turismo y la Empresa, con aplicación de los aspectos teóricos, terminológicos y documentales correspondientes.

CONTENIDOS MÍNIMOS

Esta asignatura constituye sólo una introducción a la intensificación correspondiente, con el objetivo de que el egresado disponga de los conocimientos y las habilidades mínimas para asumir encargos de este ámbito relativamente sencillos.

A. Importancia de la traducción turístico-comercial para el contexto canario.

B. Traducción comercial.

1. Introducción teórica al campo de especialidad del comercio internacional.

2. La carta comercial, el fax y el correo electrónico: convenciones textuales (características ortotipográficas, terminológicas, morfosintácticas, pragmáticas y estilísticas), herramientas terminológicas y documentales básicas. Ejemplos y práctica de la traducción directa e inversa.

3. Tipología textual del comercio internacional: los documentos mercantiles. Actividad práctica: localización de tipos textuales según la tipología textual.

4. Convenciones textuales de los documentos mercantiles o tipos textuales del comercio internacional desde una perspectiva general (el estilo formulario: la intertextualidad y el *short form* y *long form*; el lenguaje jurídico (características gráficas, léxicas, morfosintácticas y textuales) y el lenguaje comercial (características gráficas, léxicas, morfosintácticas y textuales)). Ejemplos.

5. Herramientas terminológicas y documentales para la traducción del comercio internacional (en los ámbitos textual y léxico). Ejemplos y actividades prácticas.

6. Los documentos mercantiles que conforman una transacción comercial (conocimiento de embarque, certificado de seguros, factura, certificado sanitario, documento de pago, etc., según sea el caso). Importancia del propósito comunicativo o función textual. Ejemplos y actividades prácticas.

7. Actividades prácticas de análisis textual y aplicación de estrategias traslativas de traducción de los textos comerciales más demandados por los profesionales de la Empresa (conocimiento de embarque, factura, etc.) con aplicación de los aspectos teóricos, terminológicos y documentales correspondientes.

C. Traducción turística.

1. Introducción teórica al campo de especialidad y a la tipología textual. Ejemplos.

2. Estudio y análisis textual de distintos tipos textuales (folletos y textos turísticos)



y publicitarios impresos, en formato digital o en forma de páginas web de temática diversa) y de sus características principales (gráficas, ortotipográficas, léxicas, morfosintácticas, pragmáticas y culturales) destacando la importancia del formato y la imagen.

3. Las transferencias lingüísticas en la traducción directa e inversa de los textos turísticos: el anglicismo. La traducción de los aspectos gráficos y ortotipográficos, las referencias culturales, los nombres propios, etc. en función del tipo textual particular. Ejemplos y crítica de traducciones.

4. Herramientas terminológicas y documentales más adecuadas para la traducción turística según el tipo textual (en los ámbitos textual y léxico), así como convencionales, electrónicas y digitales. Ejemplos y actividades prácticas.

5. Actividades prácticas de traducción de los textos turísticos más demandados por los profesionales del Turismo con aplicación de los aspectos teóricos, terminológicos y documentales correspondientes según el tipo textual, así como de las estrategias traslativas coherentes según el encargo y el tipo de texto turístico.

D. Aplicación de los recursos informáticos esenciales para la realización de tareas relacionadas con la documentación, la terminología y la traducción.





METODOLOGÍA DOCENTE

- Clase magistral (20-40%).
- Prácticas presenciales de aula o laboratorio (5-70%)
- Actividades dirigidas individuales (5-50%).
- Actividades dirigidas colectivas (5-40%).
- Actividades autónomas (60%).





CRITERIOS DE EVALUACIÓN

ARMONIZACIÓN DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN PARA LOS GRADOS

Organización temporal de la evaluación

Semanas 1-14 del semestre	Semana 15	Examen de enero/junio
Evaluación de la asistencia y participación (30%) Pruebas a lo largo del semestre (50%)	Evaluación sobre todos los contenidos del semestre (20%)	Sólo para los alumnos que hayan suspendido

Participación: 30% (o sea, 0,2 puntos por semana o 0,1 por sesión de 2 horas). De este 30%, el 15% se podría reservar para la asistencia y el 15% para la participación activa.

Evaluación continua: 50% (o sea, la nota media de todas las pruebas que se han entregado al alumnado a lo largo del semestre). Estas pruebas pueden ser: trabajos dirigidos individuales o trabajos dirigidos colectivos.

Evaluación final (la semana 15): 20%. Se trata de una evaluación obligatoria sobre todos los contenidos de la asignatura impartidos a lo largo del semestre.

Examen de enero/junio: Se trataría de un examen para los alumnos que no hayan aprobado la asignatura. Sin embargo, desde el principio, se restaría el 30% dedicado a la asistencia/participación a clase.



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
Vicerrectorado de Ordenación Académica
y Espacio Europeo de Educación Superior

