

## GUÍA DOCENTE

### DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación: **TRADUCCIÓN DE TEXTOS PARA LA GESTIÓN CULTURAL (FRANCÉS-ESPAÑOL)**  
Código: 151108  
Plan de estudios: **MÁSTER UNIVERSITARIO EN TRADUCCIÓN ESPECIALIZADA** Curso: 1  
**(INGLÉS/FRANCÉS/ALEMÁN-ESPAÑOL)**  
Créditos ECTS: 4.0 Horas de trabajo presencial: 0  
Porcentaje de presencialidad: 0.0% Horas de trabajo no presencial: 100  
Plataforma virtual: Plataforma e-Learning - Universidad de Córdoba (Moodle)

### DATOS DEL PROFESORADO

Nombre: CASTELLANO MARTINEZ, JOSE MARIA (Coordinador)  
Departamento: CIENCIAS SOCIALES, FILOSOFÍA, GEOGRAFÍA Y TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN  
Área: TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN  
Ubicación del despacho: Patio del Anexo - Primera Planta  
E-Mail: [152camaj@uco.es](mailto:152camaj@uco.es) Teléfono: +34957218787  
URL web: <https://klepsydra.hypotheses.org/>

### REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

#### Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

Ninguno

#### Recomendaciones

Ninguna especificada

## GUÍA DOCENTE

### COMPETENCIAS

- CG1 Saber identificar preguntas de investigación y darles respuesta mediante el desarrollo de un proyecto de investigación
- CG2 Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas
- CG3 Capacidad de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento
- CG4 Ser capaz de comprender y aplicar los modelos y métodos avanzados de análisis cualitativo y cuantitativo en el área de la materia correspondiente
- CB6 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios(multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB8 ue los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB9 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- CT1 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios(multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CT2 Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CT3 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CT4 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- CT5 Que los estudiantes demuestren la capacidad de concebir, diseñar, y desarrollar un proyecto integral de investigación, con suficiente solvencia técnica y seriedad académica
- CT6 Que sean capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento
- CT7 Fomentar en los estudiantes las siguientes capacidades y habilidades: análisis y síntesis, organización y planificación, comunicación oral y escrita, resolución de problemas,toma de decisiones, trabajo en equipo, razonamiento crítico, aprendizaje autónomo, creatividad, capacidad de aplicar los conocimientos teóricos en la práctica, uso de internet como medio de comunicación y como fuente de información
- CT8 Potenciar los hábitos de búsqueda activa de empleo, así como la capacidad de emprendimiento
- CE1 Ser capaz de aplicar los principios que rigen la traducción de textos y el ejercicio profesional de la traducción especializada en el par de lenguas de trabajo
- CE2 Ser capaz de garantizar la eficacia del proceso traductor, detectando errores y solventando problemas terminológicos y de traducción en el ámbito de especialización y en el par de lenguas de trabajo elegidos.
- CE3 Ser capaz de establecer hipótesis y metodologías de investigación en el ámbito de la traducción especializada, que permitan el desarrollo de una carrera investigadora de calidad

## GUÍA DOCENTE

CE4	Ser capaz de realizar búsquedas activas de empleo y emprendimiento en el ámbito de la traducción y la interpretación en contextos especializados
CE5	Ser capaz de emplear las fuentes de documentación y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) aplicadas al ámbito de especialización y en el par de lenguas de trabajo elegidos
CE6	Ser capaz de analizar las necesidades de información que se plantean en un entorno y llevar a cabo en todas sus etapas el proceso de implementación de las soluciones técnicas de la información
CE7	Ser capaz de comprender y aplicar conocimientos avanzados de sistemas de recursos de traducción.
CE8	Ser capaz de integrar tecnologías, aplicaciones, servicios y sistemas propios de gestión de traducción con carácter generalista, y en contextos más amplios y multidisciplinares
CE9	Capacidad para la planificación estratégica, elaboración, dirección, coordinación y gestión técnica y económica de la traducción en contextos especializados
CE11	Ser capaz de comprender y aplicar los modelos y métodos avanzados de análisis cualitativo y cuantitativo en el ámbito de la traducción especializada.
CE12	Ser capaz de aplicar los conocimientos adquiridos a la toma de decisiones reales en el ámbito de las empresas de traducción
CE13	Ser capaz de asegurar, gestionar, auditar y certificar la calidad de la traducción.
CE15	Ser capaz de reconocer las distintas tipologías textuales aplicadas a la traducción especializada.
CE16	Ser capaz de aplicar criterios de análisis textual para la traducción especializada.
CE21	Ser capaz de desarrollar una comunicación especializada, empleando el tecnolecto y la terminología propios de los ámbitos especializados en las lenguas de trabajo.
CE28	Ser capaz de reconocer el nivel de especialización de los textos en función de la densidad terminológica
CE29	Ser capaz de comprender y reconocer los procedimientos de formación de palabras en las lenguas de trabajo para el ámbito especializado.

## OBJETIVOS

- 1) Adquisición de competencias y subcompetencias de traducción en el ámbito de la gestión cultural en el par de lenguas francés-español.
- 2) Adquisición de terminología especializada del sector de gestión cultural, en el par de lenguas francés-español.
- 3) Resolución de problemas terminológicos y de traducción o equivalencia en las lenguas de trabajo.

## CONTENIDOS

### 1. Contenidos teóricos

- Unidad 1. Fundamentos para la traducción de textos relacionados con la gestión cultural (francés-español)
- Unidad 2. Géneros y tipologías textuales. Terminología y Fraseología contrastiva (francés-español)
- Unidad 3. La especialización de la traducción para la gestión cultural
- Unidad 4. El mercado profesional de la traducción para la gestión cultural

### 2. Contenidos prácticos

- Unidad 1. Introducción a la Gestión Cultural
- Unidad 2. Bienes y productos culturales
- Unidad 3. Industrias, consumos y servicios culturales
- Unidad 4. Espacios y experiencias culturales
- Análisis traductológico
- Encargos de traducción
- Casos prácticos



## GUÍA DOCENTE

Análisis de textos

### OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS CON LOS CONTENIDOS

Salud y bienestar  
Educación de calidad  
Ciudades y comunidades sostenibles  
Producción y consumo responsables

### METODOLOGÍA

#### Aclaraciones

No existe diferencia dado el carácter no presencial de estos estudios. Los materiales se alojan en la plataforma Moodle para que cada estudiante pueda organizar su tiempo en función del cronograma de entrega de materiales y tareas del máster. Adicionalmente, se ofrecerán sesiones sincrónicas de asistencia no obligatoria que ayudarán al estudiantado a familiarizarse con el ejercicio de la traducción en este ámbito.

#### Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Análisis</i>	15
<i>Búsqueda de información</i>	15
<i>Consultas bibliográficas</i>	10
<i>Ejercicios</i>	60
<b>Total horas:</b>	<b>100</b>

### MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Casos y supuestos prácticos  
Cuaderno de Prácticas  
Dossier de documentación  
Referencias Bibliográficas

#### Aclaraciones

Todo el material de trabajo, así como la información complementaria, será alojado en la plataforma Moodle.

### EVALUACIÓN

Instrumentos	Porcentaje
<b>Cuestionarios on-line</b>	10%
<b>Portafolios</b>	40%
<b>Pruebas de ejecución de tareas reales y/o</b>	50%



www.uco.es  
facebook.com/universidadcordoba  
@univcordoba

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES  
DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

[uco.es/idep/masteres](http://uco.es/idep/masteres)

## GUÍA DOCENTE

### Periodo de validez de las calificaciones parciales:

No existen calificaciones parciales.

### Aclaraciones:

En caso de aprobación de proyecto de innovación docente, esta asignatura es susceptible de participar en el Modelo de Evaluación Traductológica (METRA).

### Aclaraciones:

## BIBLIOGRAFIA

### 1. Bibliografía básica

ADORNO, T. W. (1984). *Crítica cultural y sociedad*. Sarpe, Madrid.

BOLAÑO, C. (2013). *Industria cultural, información y capitalismo*. Barcelona: Gedisa.

HESMONDHALGH, D. (2007). *The Cultural Industries*. Leeds: SAGE Publications.

SANTOS REDONDO, M. (coord.) (2011). *Economía de las industrias culturales en español*. Barcelona: Ariel.

ZALLO, R. (1988). *Economía de la comunicación y de la cultura*. Madrid: Akal.

ZALLO, R. (1992). *El mercado de la cultura: (estructura económica y política de la comunicación)*. Tercera Prensa.

### 2. Bibliografía complementaria

Agorni, Mirella (2018a). "Cultural Representation Through Translation: and Insider-Outsider Perspective on the Translation of Tourism Promotional Discourse". *Altre Modernità: Rivista di studi letterari e culturali*, 20 (Ejemplar dedicado a: LondonIsOpen), 253-275. DOI: <https://doi.org/10.13130/2035-7680/10843>

Bueno García, Antonio (2000). *Publicidad y traducción*. Soria: Vertere.

Beriain, Josetxo; Lanceros, Patxi (1996). *Identidades culturales*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Castellano Martínez, José María (2021). *Fundamentos nocionales y traductológicos para la traducción de textos turísticos promocionales*. Granada: Comares.

Chaume, Frédéric; Aforst, Rosa. (Eds.). (2001). *La traducción en los medios audiovisuales*. Universitat Jaume I.

Corpas Pastor, Gloria; Martínez García, Adela; Amaya Galván, M- Carmen (eds.). (2002). *En torno a la traducción-adaptación del mensaje publicitario*. Universidad de Málaga.

Cronin, Michael (2003). *Translation and globalization*. Londres y Nueva York: Routledge.

Dubroca, Danielle (coord.) (2009). *Traducir y vender. Estrategias para la comprensión intercultural*. Salamanca: Luso-Española de Ediciones: Salamanca.

Katan, David (2012). "Translating the tourist gaze: from heritage and 'culture' to actual encounter". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(4). Special Issue, 83-95. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.055>

Lorenzo García, Lourdes y Pereira Rodríguez, Ana María (2004). *Traducción subordinada (III). Traducción y publicidad*. Servicio de Publicaciones de la Universidade de Vigo.

Mata Pastor, Carmen María; Félix, Fernández, Leandro (coords.) (2006). *Traducción y Cultura: Convenciones textuales y estrategia traslativa*. Málaga: ENCASA.

Ortega Arjonilla, Emilio (dir.) (2014). *Translating Culture - Traduire la Culture - Traducir la Cultura*. Granada: Comares.

Valdés Rodríguez, María Cristina (2004). *La traducción publicitaria. Comunicación y cultura*. Universitat de València y Universitat Jaume I.

Vidal Claramonte, África (1995). *Traducción, manipulación, desconstrucción*. Salamanca: Colegio de España.

## GUÍA DOCENTE

Tymoczko, Maria; Gentzler, Edwin (2002). Translation and power. Amherst: University Massachusetts Press.

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.