

Parte teorica (mattina)

Dalla traduzione alla transcreation

- La persuasione: comunicazione above the line e below the line
- Principali tipologie di testi pubblicitari e promozionali
- Struttura dei testi pubblicitari: headline, body copy, pack shot, payoff
- Specificità della transcreation dei testi pubblicitari e promozionali

Dal traduttore al “transcreator”

- Competenze e strumenti
- La struttura sintattica: le parti del discorso
- Le figure retoriche
- Il tono di voce

Dal servizio di traduzione al servizio di consulenza

- Un nuovo rapporto con il committente
- Il brief
- Backtranslation, comments and rationale, versioni multiple
- Non solo transcreation: il cultural check

Parte pratica (pomeriggio)

- Esercitazione con testi forniti dalla docente durante il seminario