



# Curso Online de Estrategias de Comunicación Multilingüe para empresas exportadoras

*Metodologías y herramientas clave para diseñar una estrategia ganadora que integre los diferentes elementos que forman la comunicación multilingüe 360°.*



**[e]**  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*



Tel. 900 670 400 - [attcliente@iniciativasempresariales.com](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.com)  
[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

## Presentación

Para abrirse al mercado internacional y empezar a exportar es imprescindible que la organización comunique en el idioma local del mercado de destino. La imagen de marca, la percepción que tienen de ella sus clientes y, por tanto, los resultados de sus ventas están directamente relacionados con las comunicaciones de su empresa.

Esta necesidad implica la adaptación de numerosos contenidos y su publicación en los idiomas de destino. Al margen de la documentación legal para establecernos en cada país, toda la documentación comercial y técnica necesaria para vender deberá adaptarse a los nuevos mercados. Las estrategias de marketing online e inbound marketing exigen la publicación regular de contenidos que deberán ser accesibles en los idiomas locales.

Traducir y adaptar todos estos contenidos solo puede encararse con una estrategia multilingüe sostenible a lo largo del tiempo y una planificación efectiva que evite problemas de última hora e impida un crecimiento de los costes difícil de asumir. Este curso le facilitará las claves para diseñar una estrategia ganadora que integre los diferentes elementos que forman la comunicación multilingüe 360°.

## La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.

2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

4 *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

## Objetivos del curso:

---

- Diseñar una web multilingüe efectiva en función de su política de expansión y sus recursos.
- Posicionar su marca en mercados exteriores mediante posicionamiento SEO internacional y transcreación de contenidos.
- Qué criterios ha de tener en cuenta para traducir una página web existente.
- Cómo crear y mantener un glosario multilingüe que redundará en unas traducciones precisas.
- Crear y mantener un libro de estilo que le permita aumentar su productividad y reducir los costes de su comunicación multilingüe.
- Analizar la importancia de la planificación y seguimiento de proyectos multilingües.
- Qué es la “traducción desatendida web” y cuándo es una opción a considerar.
- Seleccionar los recursos más idóneos para realizar sus traducciones.
- Cómo conseguir la mejor calidad al mínimo coste conociendo el funcionamiento de agencias de traducción y traductores freelance.
- Integrar conocimientos anteriores en una estrategia multilingüe sostenible y ganadora.

“ La planificación de una estrategia efectiva permitirá contener los costes y asegurar la calidad de su comunicación multilingüe ”

## Dirigido a:

---

Directores de Exportación, Marketing y Comunicación así como a todos aquellos *players* involucrados en la apertura de nuevos mercados y en la comunicación multilingüe.

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de **80 horas lectivas 100% online** que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

8 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. Contenidos textuales y libro de estilo

10 horas

Acceder a nuevos mercados en países extranjeros implica comunicar en idiomas diferentes y para hacerlo necesitamos una estrategia multilingüe efectiva y sostenible en el tiempo. Las organizaciones generan contenidos continuamente, contenidos que pueden ser textuales, gráficos o audiovisuales, por lo que cuando nos planteemos una estrategia multilingüe deberemos tener en cuenta todos los mensajes lingüísticos.

#### 1.1. Propósito.

#### 1.2. Comunicación textual de las organizaciones:

##### 1.2.1. Qué es la comunicación 360°:

##### 1.2.1.1. Elementos que integran la comunicación 360°.

##### 1.2.2. Más allá de los 360°.

#### 1.3. Libro de estilo:

##### 1.3.1. Libro de estilo, aspectos gráficos y de maquetación.

##### 1.3.2. Libro de estilo, aspectos estilísticos para la redacción.

##### 1.3.3. Cómo empezar:

##### 1.3.3.1. Elementos formativos del libro de estilo.

#### 1.4. Vocabularios, tesauros, taxonomías, ontologías:

##### 1.4.1. Descriptores.

##### 1.4.2. Taxonomía.

#### 1.5. Glosarios.

#### 1.6. Apéndice: libro de estilo modelo.

### MÓDULO 2. La industria lingüística. Conceptos básicos y definiciones

10 horas

#### 2.1. Propósito.

#### 2.2. Recursos para la traducción:

##### 2.2.1. Traductores freelance.

##### 2.2.2. Agencias de traducción.

##### 2.2.3. Recursos internos, empleados de la empresa.

##### 2.2.4. Traductores automáticos.

## 2.3. Terminología usual de la industria:

2.3.1. Unidad textual.

## 2.4. Norma de calidad ISO 17100:

2.4.1. La figura del revisor en el proceso traductológico.

2.4.2. El gestor de proyectos.

## 2.5. Definir las traducciones a realizar:

2.5.1. Codificación de los idiomas ISO639-1.

2.5.2. Traducción directa o inversa.

## 2.6. Tarificación de las traducciones.

## MÓDULO 3. Lenguajes de marcado

10 horas

Los lenguajes de marcado son lenguajes informáticos que utilizan marcas o etiquetas para definir la estructura, presentación y/o formato de los textos. Este módulo contiene información muy útil para entender cómo funcionan las herramientas y soluciones que se utilizan en la industria de la lengua y proporciona conocimientos para facilitarle la recuperación de contenidos en los documentos generados por la organización.

### 3.1. Propósito.

### 3.2. Lenguajes de marcas: XML, SGML, HTML

3.2.1. Marcas y texto objeto.

3.2.2. Características de los lenguajes de marcas.

3.2.3. Un poco de historia.

3.2.4. El inicio: SGML.

3.2.5. HTML marcas e hipertexto.

3.2.6. HTML 5 ¿el futuro ya está aquí?

3.2.7. XML meta-lenguaje para definir lenguajes.

3.2.8. Lenguajes de marcas en Internet, XHTML, WML y otros.

3.2.9. XLIFF, un XML específico para el uso de traductores.

3.2.10. Lenguajes de marcas fuera de Internet.

3.2.11. Web semántica.

3.2.12. Aplicaciones prácticas y recensión.

## MÓDULO 4. Traducción automática y asistida por ordenador

10 horas

Los servicios de traducción utilizan desde hace años herramientas de traducción asistida por ordenador y traducción automática para garantizar la coherencia terminológica de dar consistencia a sus textos y, sobre todo, para aumentar la productividad de sus traductores.

### 4.1. Propósito.

### 4.2. Traducción asistida por ordenador (TAO):

#### 4.2.1. Memorias de traducción:

##### 4.2.1.1. Repeticiones y “fuzzies”.

##### 4.2.1.2. Alineación de textos traducidos anteriormente.

##### 4.2.1.3. Productos comerciales.

##### 4.2.1.4. Intercambio de memorias de traducción entre diferentes aplicaciones TMX y MARTIF.

##### 4.2.1.5. Formato de intercambio XLIFF.

##### 4.2.1.6. A introducir en nuestro libro de estilo.

#### 4.2.2. Las herramientas de localización:

##### 4.2.2.1. Principales herramientas de localización en traducción.

#### 4.2.3. Los extractores de terminología:

##### 4.2.3.1. Productos comerciales.

### 4.3. Traducción automática (MT):

#### 4.3.1. Traducción automática basada en reglas.

#### 4.3.2. Traducción automática estadística.

#### 4.3.3. Tendencias actuales, redes neuronales.

#### 4.3.4. Google Translation.

### 4.4. Conclusiones estratégicas.

## MÓDULO 5. Traducción web (I)

10 horas

La traducción de la web es con mucho la tarea más compleja a la hora de plantear una estrategia multilingüe. No es necesario hablar de la importancia de la web para dar a conocer nuestra organización y los productos y servicios que comercializamos, si queremos acceder a mercados internacionales traducir la web no es un gasto, es una inversión.

### 5.1. Propósito:

#### 5.1.1. Posicionamiento web internacional.

### 5.2. Web ¿simétrica o asimétrica?

### 5.3. Web ¿multilingüe o multirregional?

## 5.4. Crear un portal web multilingüe, opciones de dominio:

- 5.4.1. Elegir un dominio de país específico para cada país.
- 5.4.2. Un subdominio para cada país.
- 5.4.3. Un subdirectorío para cada país.
- 5.4.4. Orientación geográfica.

## 5.5. Inglés como “lingua franca”:

- 5.5.1. Variantes del inglés:
  - 5.5.1.1. Inglés de “diseño”.
- 5.5.2. En qué idioma nos busca nuestro cliente.

## 5.6. Consejos para traducir una web pre-existente:

- 5.6.1. Si desea traducir la totalidad de su web.
- 5.6.2. Si solo desea traducir algunos contenidos de su web.

## 5.7. Traducción desatendida web.

## MÓDULO 6. Traducción web (II)

10 horas

### 6.1. Propósito.

### 6.2. Traducción desatendida web, concepto:

- 6.2.1. Acceso al CMS por parte de los traductores o agencias.
- 6.2.2. Servidor de publicación multilingüe a través de Internet.
- 6.2.3. Sistemas Proxy de traducción.

### 6.3. Widget de traducción automática.

### 6.4. Traducción de páginas web directamente sobre el CMS:

- 6.4.1. WordPress.
- 6.4.2. Joomla.
- 6.4.3. Prestashop.
- 6.4.4. Drupal.

## MÓDULO 7. Traducción jurada, interpretación y transcreación SEO

10 horas

Las necesidades multilingües de las organizaciones que trabajan en un entorno global son muy variadas, al margen de la traducción pueden necesitar algunos servicios lingüísticos que por sus especificidades no pueden considerarse “traducción”.

### 7.1. Propósito.



## 7.2. Traducción jurídica.

### 7.3. Traducción jurada:

7.3.1. Apostilla de La Haya.

7.3.2. Tarifas de la traducción jurada.

7.3.3. Disponibilidad de recursos y traducciones juradas “puente”.

7.3.4. Errores en el documento original.

### 7.4. Interpretación:

7.4.1. Teleinterpretación.

## 7.5. Doblaje y subtulado de audiovisuales.

## 7.6. Transcripción.

### 7.7. Transcreación:

7.7.1. Transcreación SEO.

## MÓDULO 8. Estrategias y proyectos

10 horas

### 8.1. Propósito.

### 8.2. Estrategias básicas:

8.2.1. Contenidos textuales y libro de estilo:

8.2.1.1. Sectores especialmente sensibles.

8.2.2. Conceptos básicos.

8.2.3. Lenguajes de marcado.

8.2.4. Traducción automática y asistida por ordenador.

8.2.5. Traducción web.

8.2.6. Traducción jurada, interpretación y transcreación.

### 8.3. Estableciendo la estrategia:

8.3.1. Calidad a la demanda.

### 8.4. Planificación y seguimiento de proyectos:

8.4.1. Caso real de estrategia flexible.

### 8.5. Control de costes y aseguramiento de calidad.

## Autor



### Juan Carlos González

Licenciado en Comunicación Audiovisual – Ciencias de la Comunicación. Consultor y formador en Marketing y Venta Consultiva cuenta con amplia experiencia en el diseño y comercialización de soluciones lingüísticas tecnológicamente avanzadas.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

