

Grado en Marketing e Investigación de Mercados 27655 - Lengua extranjera para márketing (francés)

Guía docente para el curso 2013 - 2014

Curso: 4, Semestre: 2, Créditos: 5.0

Información básica

Profesores

- **María Pilar Clúa Albesa** pclua@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

La asignatura se impartirá en francés. Es recomendable que el alumno haya adquirido una competencia comunicativa equivalente al nivel A2 de lengua francesa según el Marco Europeo Común de Referencia.

Actividades y fechas clave de la asignatura

Las actividades y fechas clave se comunican a través del Anillo Digital Docente (ADD) o bien mediante documento escrito entregado por el profesor, al comenzar el periodo lectivo de la asignatura.

Las fechas de los exámenes finales se podrán consultar en la página web de las Facultades correspondientes.

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

- 1:**
- Resuelve situaciones comunicativas, simulaciones y casos prácticos en francés que implican la comprensión de los conceptos fundamentales de la asignatura y su correcta aplicación.
 - Muestra fluidez, corrección y seguridad en la expresión oral en francés.
 - Domina el vocabulario específico de la lengua francesa, con especial atención al registro formal de la lengua y a las convenciones utilizadas en el ámbito empresarial.
 - Lee, comprende y maneja diferentes tipos de textos en francés, incluyendo las TIC y los medios audiovisuales, valorándolos como fuentes de información necesarias para la actividad profesional.
 - Se expresa por escrito con un discurso coherente y un lenguaje claro sobre temas relacionados con la futura profesión
 - Identifica aspectos y diferencias socioculturales de interlocutores internacionales en el ámbito profesional empresarial

Introducción

Breve presentación de la asignatura

Se trata de una asignatura optativa del 1er cuatrimestre, de 5 créditos ECTS. A través de ella se fomentan los aprendizajes lingüísticos para avanzar hacia el nivel B1 del Marco Europeo Común de Referencia. Por otro lado, se realizará una introducción a la lengua francesa profesional, prestando especial atención tanto a la terminología especializada como a las convenciones utilizadas en el ámbito empresarial.

Contexto y competencias

Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

Puesto que uno de los objetivos principales de esta asignatura es que el alumno mejore su competencia comunicativa oral y escrita en lengua francesa de cara a poder desenvolverse en su futura profesión, se abordará la asignatura desde el punto de vista de planteamientos y objetivos específicos del francés profesional.

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Esta asignatura responde a la necesidad que tiene todo futuro graduado en Marketing e Investigación de Mercados de saber expresarse oralmente y por escrito en un idioma extranjero.

Siendo conscientes de que la sociedad demanda profesionales que sepan desenvolverse en más de una lengua extranjera, esta asignatura reforzará la práctica de la lengua francesa en sus cinco destrezas y familiarizará al estudiante con las situaciones comunicativas y convenciones que puede encontrarse en el ámbito empresarial francófono.

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

1:

Competencias Específicas

- Conocer la estructura de los diferentes mercados internacionales y globales.
- Comprender y analizar el comportamiento del cliente-consumidor, los factores que le influyen, así como las nuevas tendencias de consumo.
- Analizar y valorar las estrategias de marketing para la internacionalización de la actividad empresarial.

Competencias Transversales

- Presentación en público de ideas, producto o informes en lengua nativa y en una lengua extranjera.
- Redacción de informes y proyectos en lengua nativa y en una lengua extranjera.
- Actitud de respeto a los derechos y valores y no discriminación

Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

Los futuros graduados serán capaces de consultar, interpretar y utilizar información procedente de fuentes en lengua francesa, referentes a su campo de especialización.

La sociedad demanda profesionales que posean un nivel adecuado de competencia en lengua extranjera, capaces de utilizarla como lengua de comunicación en su profesión.

Evaluación

Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

1: Se evaluará mediante una prueba global que abarcará los siguientes instrumentos de evaluación **en todas las convocatorias de la asignatura.**

Se realizará en las fechas que se comunicarán mediante los medios habituales (página web, documento escrito entregado por el profesor).

Se considerará superada la prueba final cuando se alcancen al menos la mitad de los puntos asignados a las actividades escritas y orales.

Prueba individual de evaluación de carácter teórico-práctico que constará de las siguientes actividades:

Actividades escritas: (5 puntos)

De situaciones comunicativas, gramática y vocabulario 2 puntos o

De expresión e interacción escrita 2 puntos o

De comprensión lectora 1 punto

Actividades orales: (5 puntos)

De expresión e interacción oral 3 puntos o

De comprensión oral 2 puntos

Criterios de Evaluación

Se evaluarán competencias escritas y orales en lengua francesa.

En las competencias orales (50%) se valorará:

- El nivel de preparación de las tareas
- La fluidez
- La corrección
- La pronunciación
- El uso del vocabulario y del registro adecuado a la situación de comunicación.
- La comprensión de diferentes tipos de documentos y situaciones orales.
- En las competencias escritas (50 %) se valorará:
 - El nivel de preparación de las tareas
 - La comprensión de diferentes tipos de documentos escritos.
 - La corrección sintáctica y morfológica en las producciones escritas.
 - El uso del vocabulario y del registro adecuado a la situación escrita.

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

Contenidos comunicativos y lingüísticos:

Situations de communication : **Faire connaissance**: Salutations, présentations et usages interculturels

Grammaire : L'interrogation – Temps verbaux (présent et impératif, conditionnel de politesse- passé récent et futur proche – présent du subjonctif) – Pronoms personnels sujet et pronoms toniques – Formules de politesse – Les nombres et l'alphabet.

2. *Situations de communication* : **L'entreprise** : Structure, profil, description des tâches professionnelles .

Grammaire : Démonstratifs et possessifs – Les pronoms relatifs – Pays et nationalités - Prépositions avec les noms de lieux - La négation.

3. *Situations de communication* : **Le marketing**: Offres et demandes d'emploi – Le CV et la lettre de candidature – l'entretien d'embauche – le contrat de travail.

Grammaire : Imparfait et passé composé - Le participe présent – Le participe passé – le subjonctif – L'infinitif et l'impératif.

4. *Situations de communication* : **La publicité**.

Grammaire : L'expression du temps – La localisation spatiale – Les pronoms complément.

5. *Situations de communication* : **Voyages d'affaires** : Réservations –Confirmations et annulations– Le repas d'affaires.

Grammaire : L'expression de la cause et la conséquence – La concordance des temps.

Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarlo a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

- 1:**
 - Explicación de conceptos, presentación y ejemplificación de las tareas.
 - Realización de tareas individuales / en grupo.
 - Participación en actividades de simulación.
 - Búsqueda de materiales y recursos.
 - Preparación de pruebas evaluables
 - Exposiciones de los estudiantes.

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

El calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos se comunica a través del Anillo Digital Docente (ADD) o mediante documento escrito entregado por el profesor al comenzar el periodo lectivo de la asignatura

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada