

27655 - Lengua extranjera para márketing (francés)

Información del Plan Docente

Año académico	2018/19
Asignatura	27655 - Lengua extranjera para márketing (francés)
Centro académico	109 - Facultad de Economía y Empresa
Titulación	450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Créditos	5.0
Curso	4
Periodo de impartición	Primer Semestre
Clase de asignatura	Optativa
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

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.

1.2. 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.

1.3. Recomendaciones para cursar la 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.

Esta asignatura está vinculada a la que se imparte en el Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE)

2. Competencias y resultados de aprendizaje

27655 - Lengua extranjera para márketing (francés)

2.1. Competencias

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

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

2.2. Resultados de aprendizaje

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.
2. Muestra fluidez, corrección y seguridad en la expresión oral en francés.
3. 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.
4. 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.
5. Se expresa por escrito con un discurso coherente y un lenguaje claro sobre temas relacionados con la futura profesión
6. Identifica aspectos y diferencias socioculturales de interlocutores internacionales en el ámbito profesional empresarial.

2.3. Importancia de los resultados de aprendizaje

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.

3. Evaluación

3.1. Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

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

PRUEBA GLOBAL presencial

27655 - Lengua extranjera para márketing (francés)

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: (5puntos)

De situaciones comunicativas, gramática y vocabulario: 2 puntos

De expresión e interacción escrita: 2 puntos

De comprensión lectora: 1 punto

- Actividades orales: (5 puntos)

De expresión e interacción oral: 3 puntos

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

27655 - Lengua extranjera para márketing (francés)

- 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.

4. Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1. Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en la realización de actividades de comprensión, expresión e interacción oral, y comprensión y producción escrita.

4.2. Actividades de aprendizaje

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

- 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.

4.3. Programa

Unité 1

Situations de communication: Prendre contact: Salutations, présentations et usages interculturels - La langue du téléphone - Messages. *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.

Unité 2

Situations de communication: L'entreprise: Structure, profil, description des taches professionnelles - Introduction à la lettre commerciale - Lettre de demande de renseignements. *Grammaire:* Démonstratifs et possessifs - Les pronoms relatifs - Pays et nationalités - Prépositions avec les noms de lieux - La négation.

Unité 3

Situations de communication: L'emploi et les conditions de travail: 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.

Unité 4

Situations de communication: Où et quand? Situation dans l'espace - Orientations et directions - Le lieu de travail - Communiqués internes, convocations de réunions. *Grammaire:* L'expression du temps - La localisation spatiale - Les pronoms complément.

27655 - Lengua extranjera para márketing (francés)

Unité 5

Situations de communication: Voyages d'affaires: Réservations - Confirmations et annulations - Invitations - Agenda, rendez-vous et programme de travail - Le repas d'affaires. *Grammaire:* la transformation nominale - L'expression de la cause et la conséquence - La concordance des temps.

4.4. Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

El calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos se comunica a través de los medios oportunos al comenzar el periodo lectivo de la asignatura.

Tiempo de trabajo del alumno (en horas):

Asistencia a clases teóricas: 20 horas

Asistencia a clases prácticas: 30 horas

Estudio personal del alumno, realización de trabajos y actividades de evaluación: 75 horas.

Total del trabajo del estudiante: 125 horas (5 ECTS).

Las actividades y fechas clave se comunican a través de los medios oportunos 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.

4.5. Bibliografía y recursos recomendados

- [Manual] - Leroy-Miquel, Claire.. Vocabulaire progressif du français : avec 250 exercices. Niveau intermédiaire / Claire Leroy-Miquel, Anne Goliot -Lété. . [s.l.] : CLE International, 2007.
- [Diccionarios] - Dictionnaire d'apprentissage du français des affaires / Jean Binon ... [et al.] . Paris : Didier, D.L. 2000
- [Diccionarios] - Larousse diccionario general español-francés, français- espagnol / por Beatrice Cazalaà y Paloma Cabot ; con la colaboración de José María Ávila Jiménez, María del Mar Bercial Ariaas, María Jesús Bueno Contestabile, Leslie Gallmann, Elena Rodríguez Nieto-ilhe, Natalia Rubio Pellu. Barcelona : Larousse, D.L. 2011
- [Diccionarios] - Le Petit Larousse illustré : 2015 / [direction générale, Isabelle Jeuge-Maynard ; direction éditoriale, Claude Nimmo] . Paris : Larousse, imp. 2014
- [Diccionarios] - Robert, Paul. Le Petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française / Paul Robert ; texte remanié et amplifié sous la direction de Josette Rey-Debove et Alain Rey. Nouvelle éd. 2015 [Paris] : Le Robert, Cop. 2014
- [Gramáticas] - Grevisse, Maurice. Le petit grevisse : grammaire française / Maurice Grevisse . 32e éd Bruxelles : De Boeck : Duculot, 2009
- [Gramáticas] - Lesot, Adeline. Bescherelle : L'essentiel : pour mieux s'exprimer à l'écrit et à l'oral / Adeline Lesot . Paris : Hatier, D.L. 2013
- [Gramáticas] - Lesot, Adeline. Bescherelle : L'essentiel : pour mieux s'exprimer à l'écrit et à l'oral / Adeline Lesot . Paris : Hatier, D.L. 2013
- [Gramáticas] - Le Nouveau Bescherelle. L' Art de conjuguer: Dictionnaire de verbes francais París: Hatier, 2013
- [Prensa] - Le monde . Paris : S.A.R.L. le Monde, 1944- [Publicación periódica]
- [Prensa] - Le Figaro Paris : Société du Figaro, 1854-

27655 - Lengua extranjera para márketing (francés)

- [Prensa] - Libération Paris : Société nouvelle de presse et de communication, 1973-
- [Prensa] - Le Nouvel observateur . [Paris]: Nouvel observateur, 1964- [Publicación periódica]
- [Prensa] - Challenges : le news de l'économie. Paris : Croque futur, 1982- [Publicación periódica]
- [Prensa] - L'Expansion . Paris : Société Technic-Union, 1967-
- Bescherelle : la conjugaison pour tous / édition entièrement revue sous la responsabilité scientifique de Bénédicte Delaunay et Nicolas Laurent. - [Nouvelle éd.] Paris : Hatier, D.L. 2013