

**Proyecto/Guía docente de la asignatura**

<b>Asignatura</b>	FRANCÉS COMERCIAL		
<b>Materia</b>	LENGUA EXTRANJERA		
<b>Módulo</b>	MARKETING Y COMUNICACIÓN INTERNACIONAL		
<b>Titulación</b>	MASTER EN COMERCIO EXTERIOR		
<b>Plan</b>	631	<b>Código</b>	52271
<b>Periodo de impartición</b>	1º semestre	<b>Tipo/Carácter</b>	OPTATIVA
<b>Nivel/Ciclo</b>	MASTER	<b>Curso</b>	1º
<b>Créditos ECTS</b>	6		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Francés y español		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Por determinar		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	983423000 / Extensión 5024		
<b>Departamento</b>	Filología Francesa y Alemana		

**1. Situación / Sentido de la Asignatura****1.1 Contextualización**

La asignatura de 'Francés Comercial' es una asignatura instrumental para el estudiante del Máster en Comercio Internacional que ayuda a recibir y producir textos de comercio exterior en lengua francesa, así como conocer y manejar la terminología específica del francés empleado en comercio exterior, y manejar destrezas específicas de esta lengua a un nivel C1 del MCERL'.

**1.2 Relación con otras materias**

En materia de lenguas extranjeras el alumno podrá optar entre el inglés, el francés, el alemán o el chino. Se trata de ofrecer a aquel alumno que domine suficientemente el inglés la posibilidad de mejorar en una segunda lengua lo que incrementaría sustancialmente su empleabilidad.

En este sentido, esta asignatura complementa las de *Lengua extranjera: Francés* del Grado de Comercio.

**1.3 Prerrequisitos**

Nivel B2 según los niveles de referencia del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL).

**2. Competencias****2.1 Generales**

**G1.** Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente al comercio y a los negocios internacionales y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos en el Departamento



internacional de una empresa (exportación, importación, inversiones, etc.), en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.

**G2.** Saber comprender lo que implican los procesos de globalización mundial del comercio y la economía para una empresa que pretenda competir en los mercados internacionales.

**G3.** Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar una empresa en mercados internacionales.

**G4.** Ser capaz de comunicar en español y en inglés (oralmente y por escrito) los resultados de los análisis, las propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.

**G5.** Adquirir las habilidades de aprendizaje necesarias que le permita continuar formándose en Comercio Exterior de forma autónoma.

**G6.** Adquirir la capacitación intercultural en sus distintos niveles (lingüísticos, económicos, sociales), tal que se puedan asimilar las oportunidades y dificultades que presentan los mercados, diferencias culturales y marcos legales.

**G7.** Ser capaz de comunicarse de manera eficaz en contextos profesionales del comercio exterior, manejando el léxico propio de esta profesión y adaptando las estrategias comunicativas a los diversos contextos y canales.

## 2.2 Específicas

**E7** Alcanzar un nivel intermedio-alto de comunicación oral y escrita en una lengua extranjera diferente al inglés (francés, alemán).

## 3. Objetivos

Dotar de las competencias lingüísticas necesarias (expresión oral y escrita) para llevar a cabo labores de dirección relacionadas con el comercio y las inversiones internacionales y que deban realizarse en una lengua extranjera diferente del Inglés, como es el caso del Francés.

## 4. Contenidos y/o bloques temáticos

### Bloque 1: “Nombre del Bloque”

Carga de trabajo en créditos ECTS:

#### a. Contextualización y justificación

En una perspectiva de transversalidad, el dominio de la Lengua Francesa dota al alumno de aptitudes específicas que se adecuan al contexto de los contenidos del Master.

#### b. Objetivos de aprendizaje

- Adquisición de una competencia lingüística avanzada en la comunicación oral y escrita.
- Dominio del lenguaje propio del comercio en un nivel avanzado.
- Familiarización con la terminología específica del campo del comercio en un nivel avanzado.

#### c. Contenidos



- Analizar el papel del producto en el mercado francés, métodos para realizar el marketing de su producto y marketing intercultural en el mercado francés
- Informar al estudiante sobre las distintas ferias en Francia, el trato con el cliente en la feria, comparar y recomendar los productos de su propia empresa, mantener los contactos establecidos en una feria
- Comprender y expresar las condiciones comerciales y las condiciones de un contrato, negociar precios, ofertas, pedidos
- Simular una comunicación de negocio mediante una llamada telefónica, expresar e intermediar sobre quejas con respecto a pedidos
- Informar al estudiante sobre el mercado laboral en Francia
- Redactar y comprender anuncios del mercado laboral
- Solicitar un puesto de trabajo y preparar una entrevista de trabajo
- Entender y debatir sobre programas de economía en la televisión francesa.

**d. Métodos docentes**

---

**e. Plan de trabajo**

---

**HORAS PRESENCIALES: 7,5 X 6 ECTS= 45\***  
\* a las horas de teoría práctica hay que sumar 2 h. de la evaluación + 1 h de premaster

**HORAS NO PRESENCIALES: 17,5 X 6 ECTS= 105**

**f. Evaluación**

---

La asignatura contempla la realización de un trabajo relacionado con los contenidos y competencias desarrollados durante el curso junto con la valoración de las actividades realizadas en el mismo.

**g. Bibliografía básica**

---

**h. Bibliografía complementaria**

---

**i. Recursos necesarios**

---

**j. Temporalización**

---

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO

*Añada tantas páginas como bloques temáticos considere realizar.*



## 5. Métodos docentes y principios metodológicos

---



**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	18	Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	25
Clases prácticas	18	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	35
Actividades académicamente dirigidas	9	Realización de trabajos , informes, memorias, ...	17
Evaluación	2	Preparación orientada a la evaluación	28
Total presencial	<b>47</b>	Total no presencial	<b>105</b>

**7. Sistema y características de la evaluación**

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

- Convocatoria ordinaria:
  - ...
- Convocatoria extraordinaria:
  - ...

**8. Consideraciones finales**