

**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>	Laurine Linda Annequin		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	laurine.annequin@uva.es		
<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 B2 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**

Se aconseja un nivel A2 mínimo.

**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**

---

### **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.

Bloques	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Présenter son entreprise et son organisation. <ul style="list-style-type: none"><li>- Presentarse y presentar su empresa.</li><li>- Definir su papel en una empresa.</li><li>- Identificar las profesiones en el ámbito comercial.</li><li>- Identificar los tipos de empresas.</li></ul>	Semana 1 a 5
Au travail ! <ul style="list-style-type: none"><li>- Redactar una carta de motivación.</li><li>- Mandar un currículum.</li><li>- Enfrentarse a una entrevista de trabajo.</li><li>- Asisitir a una reunión.</li></ul>	Semana 6 a 9
Le marketing: <ul style="list-style-type: none"><li>- Vender un producto / servicio.</li><li>- Hacer la publicidad de una empresa /de un producto.</li><li>- Asistir a un salón / una feria</li><li>- Métodos de marketing.</li></ul>	Semana 10 a 13

**d. Métodos docentes**

- Lección magistral participativa: para la presentación en el aula de los conceptos básicos relacionados con la adquisición del francés como lengua extranjera.
- Clases prácticas.
- Aprendizaje basado en problemas y aprendizaje por tareas: vinculado a las actividades desarrolladas en clases prácticas.
- Aprendizaje colaborativo: aplicado al estudio y desarrollo de proyectos en grupo.



- Estudio y trabajo autónomo.
- Tutorías (individuales y grupales)
- Dado el carácter teórico práctico de la asignatura, los métodos docentes arriba indicados se alternarán en las distintas sesiones.

#### e. Plan de trabajo

Se persigue y fomenta la autonomía y madurez de los estudiantes, y la comunicación constante entre éstos y el profesor. Por ello, el espacio virtual Moodle será el punto de encuentro permanente entre ambos; allí dejará el profesor los documentos y materiales que estime necesarios para el alumno, así como los comunicados indicando cualquier variación en el cronograma previsto o pautas que deban ser observadas. Además, allí atenderá toda petición, duda o sugerencia que se le plantee. **Es responsabilidad del estudiante estar al tanto de lo que se le comunique por Moodle, así como tener los materiales necesarios en cada momento.**

#### Recursos y metodología de trabajo en las actividades presenciales:

Para impartir esta asignatura se utiliza un enfoque comunicativo orientado a la acción. Es decir que promovemos el protagonismo y la participación activa del estudiante en las tareas comunicativas propuestas en clase y lo preparamos para que pueda aplicar los contenidos aprendidos en contextos reales, en situaciones comunicativas auténticas.

#### Contenidos teóricos:

Utilizaremos puntualmente el método de la lección magistral participativa para la presentación en el aula de los conceptos básicos relacionados con la adquisición del francés como lengua extranjera. La teoría gramatical de los bloques temáticos se desarrollará a partir de la lectura previa y la escucha, por parte de los alumnos, de documentos escritos y sonoros sobre los que el profesor basará sus explicaciones. La lección magistral, que versará básicamente sobre contenidos de morfología y sintaxis, se realizará con apoyo visual que facilite al alumno la comprensión oral del contenido, la comprensión de términos técnicos y la capacidad para tomar notas de los aspectos más relevantes.

#### Contenidos prácticos:

El aprendizaje basado en problemas y el aprendizaje por tareas estará vinculado a las actividades desarrolladas en clases prácticas, seminarios y laboratorio. Se alternarán los momentos de estudio y de reflexión lingüística, con los de comprensión y expresión oral y escrita, mediante actividades prácticas que permitan la integración de las diferentes destrezas.

Se dará especial importancia a la corrección de errores, mediante la verbalización de las estrategias utilizadas.

La peculiaridad de la asignatura exige que los contenidos teóricos se acompañen de actividades y análisis de situaciones de manera que los estudiantes pongan en práctica sus conocimientos, su capacidad de reflexión, su intuición, su memoria y su imaginación. A menudo, serán en pareja y seguidos de debate. Se trabajará igualmente la lectura de textos y documentos para desarrollar la capacidad de comprender y resumir ideas generales y específicas, dar opiniones, comprender el vocabulario y desarrollar la competencia discursiva.

Para el entrenamiento fonético se practicará la comprensión oral y la lectura expresiva de textos con el fin de adquirir una correcta entonación y un ritmo adecuado en las producciones orales.

Siempre que el número de alumnos lo aconseje, y la organización espacio-temporal lo permita, para las clases prácticas se dividirá a los alumnos en grupos. La corrección de las tareas elaboradas por el alumno en su tiempo de estudio y trabajo personal se integrará igualmente en estas clases teórico-prácticas.



## f. Evaluación

Dos procesos de evaluación posibles:

### **1) La evaluación continua : la evaluación se divide en 2 grandes bloques.**

- A) Las tareas realizadas durante el cuatrimestre (50%) y la participación y asistencia a clase (10%)
- B) El examen final (prueba oral y prueba escrita) (40%). Es necesario aprobar ambas pruebas.

Este tipo de control continuo **se realizará únicamente a aquellos alumnos que hayan asistido a un 80% de las clases.**

### **2) La evaluación final : el examen final (prueba oral y prueba escrita) cuenta por el 100%.**

- Para superar la asignatura, además del examen final, se tendrá en cuenta la participación en clase, el trabajo individual del alumno y el resultado de la evaluación continua. El interés y la participación en las tareas que se realicen serán medidos a través de la observación y la evaluación continua por parte del profesor, para lo cual se aconseja que los alumnos lleven a cabo la entrega de los ejercicios de aplicación gramatical o cualquier otra práctica escrita que les vayan siendo requeridos por el profesor.
- Los trabajos solicitados son obligatorios para todos los alumnos y se entregarán siempre en el plazo indicado, bien en mano o como archivo adjunto por correo electrónico. El profesor siempre contestará confirmando su recepción. Para las tareas no presenciales, los estudiantes tendrán que incluir en el aula virtual los trabajos requeridos en la fecha señalada para que puedan ser calificados por medio de evaluación continua. La ausencia de un trabajo requerido en la aplicación de tareas del aula virtual se calificará como 0 puntos.
- Basaremos nuestros criterios de evaluación en la adquisición de competencias y destrezas de expresión y comprensión oral y escrita relacionadas en los objetivos iniciales.
- Los alumnos que deban presentarse en segunda convocatoria podrán ser eximidos por el profesor de las partes correspondientes a las destrezas ya superadas en la primera convocatoria.

La docencia y evaluación se contemplarán online en situaciones muy excepcionales similares a la pandemia Covid.

## g. Bibliografía básica

- MITCHELL , M. et Ariane FLEURANCEAU (2011), *Pour parler affaires*. Stuttgart: ÉDITIONS Maison des Langues.
- ROSILLO, M.P., MACCOTTA, P. DEMARET, M. (2013), *Quartiers d'affaires* (A2). Paris : CLE international.
- ROSILLO, M.P., MACCOTTA, P. DEMARET, M. (2013), *Quartiers d'affaires* (A2), cahier d'activités. Paris : CLE international.
- JEGOU, D. et ROSILLO, M.P. (2014), *Quartiers d'affaires* (B1). Paris : CLE international.
- JEGOU, D. et ROSILLO, M.P. (2014), *Quartiers d'affaires* (B1), cahier d'activités. Paris : CLE international.

## h. Bibliografía complementaria



- GISÈLE POU, MICHÈLE SANCHEZ (1994) *Économie, entraînez-vous, niveau intermédiaire*, Paris: Cle International
- J. DELCOS, B. LECLERCQ, M. SUVANTO (2000) *Français des relations professionnelles, Guide de conversation*, Paris: Didier.
- M. DANILO, J.-L. PENFORNIS (2001) *Le français de la communication professionnelle*, Paris: Cle International.
- JOSIANE LABASCOULE, CHRISTIAN LAUSE, CORINNE ROYER (2005) *Rond-Point, méthode de français 1*, Paris: Maison des langues.
- DOMINIQUE GUILLEMANT (2006) *La France en poche, voyage au coeur de la Francophonie*, Pearson-Longman.

Dictionnaires:

- *Dictionnaire Français-Espagnol. Espagnol-Français*. Larousse, dernière Édition.
- REY-DEBOVE, J. / REY A. (dir.) 2009. *Le Nouveau Petit Robert. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Le Robert.

Ouvrages de référence:

- CONSEIL DE L'EUROPE. 2005. *Cadre européen commun de référence pour les langues (CECRL)*. Didier.

**i. Recursos necesarios**

**j. Temporalización**

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
2 ECTS : Présenter son entreprise et son organisation.	Semana 1 a 5
2 ECTS : Au travail !	Semana 6 a 9
2 ECTS : Le marketing	Semana 10 a 13

*Añada tantas páginas como bloques temáticos considere realizar.*

**5. Consideraciones finales**

En la medida de lo posible, la asignatura contará para su seguimiento con la plataforma de apoyo a la docencia Moodle, donde el alumno encontrará la Guía Docente ampliada (con indicaciones precisas sobre cronograma de la asignatura, fechas concretas de exámenes o pruebas, bibliografía adicional, etc.), así como materiales específicos que el profesor estime necesarios para el desarrollo de la asignatura (apuntes, dossier(es) de actividades, listados de notas, anuncios o cualquier otro texto o aviso que sea de interés para todos los alumnos matriculados. En este mismo soporte se incluirán distintas opciones de comunicación con el propio profesor o con el grupo.