

27655 - Lengua extranjera para márketing (francés)

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

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

Materia:

1. Información básica de la asignatura

El objetivo principal de esta asignatura, impartida en francés, es que el alumno mejore su competencia comunicativa oral y escrita en este idioma para poder desenvolverse en su profesión o en el ámbito profesional francófono. Partiendo del nivel A2 del MECRL, la materia se abordará desde el punto de vista de planteamientos y objetivos específicos, reforzando la práctica del idioma en sus cinco destrezas, situaciones y convenciones profesionales.

Sus planteamientos y objetivos están alineados con Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), de manera que la adquisición de los resultados de aprendizaje de la asignatura proporciona capacitación y competencia para contribuir en cierta medida al logro de las metas 4.7 del Objetivo 4 y de la meta 11.4 del Objetivo 11.

2. Resultados de aprendizaje

- 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.

3. Programa de la asignatura

TEMA 1. Prendre contact: Salutations, usages interculturels. Le téléphone. Messages. L'interrogation. Temps verbaux. Pronoms personnels. Les nombres, l'alphabet.

TEMA 2. L'administration: Fonctions, organisation. La lettre administrative. Démonstratifs et possessifs. Relatifs. Pays et nationalités. Prépositions. La négation.

TEMA 3. L'emploi et les conditions de travail: Offres et demandes d'emploi. CV, lettre de candidature et entretien. Imparfait et passé composé. Participes. Subjonctif.

TEMA 4. Où et quand: Situation dans l'espace. Orientations et directions. Le lieu de travail. Communiqués internes. L'expression du temps. Pronoms complément.

TEMA 5. Voyages internationaux: Réservations. Confirmations et annulations. Invitations. Agenda, rendez-vous. Transformation nominale. Expression de la cause et conséquence. Concordance des temps.

4. Actividades académicas

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.

Esta asignatura está vinculada a la que se imparte en el Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE), por lo que se deben consultar sus horarios y lugar de impartición.

5. Sistema de evaluación

PRUEBA de evaluación GLOBAL de carácter teórico-práctico, presencial e individual, para todas las convocatorias de la asignatura. Constará de las siguientes actividades:

- Actividades escritas: (5 puntos)

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).

Se considerará superada la prueba final cuando se alcancen al menos la mitad de los puntos asignados a las actividades escritas y orales (un mínimo de 2,5 p.sobre 10 p. en las pruebas escritas y en las orales). En caso de no alcanzarse, la calificación final no podrá ser superior a 4 p. sobre 10.

Se evaluarán las competencias orales (50%) y escritas (50%) según estos criterios:

- El nivel de preparación de las tareas.

- El uso del vocabulario y del registro adecuado a la situación de comunicación.

- La comprensión de diferentes tipos de documentos escritos y situaciones orales.

- La corrección sintáctica y morfológica.

- La fluidez, corrección y pronunciación.

La detección de plagio o de copia en una actividad implicará la calificación de 0 puntos en la misma.