Università Mercatorum

Università telematica delle Camere di Commercio Italiane

PROGRAMMA DEL CORSO DI LINGUA FRANCESE 2

SETTORE SCIENTIFICO

L-LIN/04

CFU

9

OBIETTIVI

Il corso, oltre a focalizzarsi sul lessico specifico del contesto commerciale, giuridico ed economico, si pone come obiettivo di introdurre gli studenti al più ampio contesto sociale e culturale in cui gli scambi linguistici avvengono, e di fornire altresì gli strumenti linguistici e culturali adeguati per poter lavorare nel contesto commerciale e professionale francese e negli scambi con aziende e spazi commerciali di lingua francese.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente sarà in grado di riconoscere le caratteristiche principali del linguaggio aziendale, dell’economia e del commercio in lingua francese, e avrà altresì sviluppato le dovute competenze linguistiche che gli consentiranno di acquisire conoscenze in materia di economia e di commercio in ambito internazionale e, più specificatamente, in ambito francofono

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di applicare le conoscenze teoriche acquisite attraverso le videolezioni per riprodurre in lingua francese le caratteristiche principali dei testi commerciali, dimostrando altresì una preparazione che gli consentirà di argomentare sui contenuti acquisiti in una prospettiva multidisciplinare e contrastiva.

Autonomia di giudizio

Lo studente dimostrerà di saper orientarsi autonomamente nella lettura e nell’interpretazione dei contenuti di un testo commerciale in lingua francese, di riconoscere le peculiarità linguistiche di un testo economico-giuridico e di saper altresì individuare le principali strategie comunicative utilizzate dall’autore.

Abilità comunicative

Grazie all’esposizione al materiale didattico, nonché all’ascolto delle videolezioni e allo svolgimento degli esercizi

proposti, lo studente sarà in grado di gestire le abilità di ascolto, lettura e produzione scritta e orale, utilizzando un lessico specialistico appropriato al dominio di studio.

Capacità di apprendimento

Alla fine del corso, lo studente avrà gli strumenti necessari, dal punto di vista teorico e pratico, per comprendere, analizzare e valutare testi di diversa tipologia, e per produrre altresì testi propri, in ambito commerciale ed economico. I concetti assimilati attraverso le videolezioni dovranno essere rielaborati dallo studente durante e al termine dell'intero percorso di studi, a beneficio di una più consapevole padronanza dei contenuti utilizzando un lessico specialistico.

MODALITÀ DI RACCORDO CON ALTRI INSEGNAMENTI (INDICARE LE MODALITÀ E GLI INSEGNAMENTI CON I QUALI SARÀ NECESSARIO RACCORDARSI)

Il corso offre gli strumenti per argomentare in lingua i contenuti degli insegnamenti affini inerenti all'economia e al diritto attraverso l'approfondimento dei contenuti disciplinari in francese, collegandosi, altresì, tanto all'insegnamento di "Lingua e traduzione – francese I", durante il quale gli apprendenti acquisiscono gli elementi essenziali per affrontare gli argomenti più tecnici oggetto di studio del corso, quanto all'insegnamento di "Lingua francese III: linguaggio specialistico aziendale, dell'economia e del commercio", quale seguito e approfondimento del corso in oggetto.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nella sede centrale, sia nelle sedi periferiche. L'esame orale consiste in un colloquio durante il quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande.

Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta. Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare tanto il grado di comprensione delle nozioni teoriche, quanto la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

Attività di didattica erogativa (DE)

- 54 Videolezioni + 54 test di autovalutazione; Impegno totale stimato: 54 ore

Attività di didattica interattiva (DI)

- Redazione di un elaborato
- Partecipazione a web conference
- Svolgimento delle prove in itinere con feedback
- Svolgimento della simulazione del test finale

Totale : 9 ore

Attività di autoapprendimento

- 162 ore per lo studio individuale

Libro di riferimento

- Testo di riferimento in via di definizione

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - Les entreprises et leur organisation

2 - Les secteurs d'activité et la culture des entreprises

3 - La taille de l'entreprise

4 - Le capital: secteur public et secteur privé

5 - La forme juridique des entreprises

6 - La création de l'entreprise

7 - La croissance de l'entreprise

8 - La disparition de l'entreprise

9 - Le marché du travail

10 - Rédiger un curriculum

11 - Comment rédiger un curriculum

12 - La recherche d'un emplois

13 - Entretien d'embauche: le passer et le mener

14 - Rédiger une lettre de candidature

15 - Le contrat de travail

16 - Contrat de travail temporaire ou d'intérim

17 - ètablir les conditions du licenciement?

18 - Le droit de grève

19 - Population active et chômage

20 - Les indicateurs économiques d'un pays

21 - Le pouvoir d'achat

22 - Le Produit Intérieur Brut (PIB)

23 - Les fluctuations économiques

24 - Promotion et distribution du produit

25 - Le produit et le marché

26 - La marque et le conditionnement

27 - Le prix

28 - Les formes de la distribution

29 - Les formes de commerce

30 - La publicité

31 - La promotion des ventes

32 - Les relations publiques

33 - Le Marketing Direct

34 - L'import-export

35 - La protection et l'information du consommateur

36 - Respecter les règles de concurrence

37 - La commande

38 - La livraison

39 - La facturation

40 - Les moyens de paiement

41 - Les délais de paiement

42 - Informatique e E-commerce

43 - L'Internet

44 - Les réseaux sociaux

45 - Le courrier électronique

46 - Le commerce électronique

47 - Finance et assurance

48 - La Banque de France et le Trésor Public

49 - Les banques

50 - Les services bancaires

51 - L'épargne

52 - Le crédit

53 - La bourse

54 - Les plus grands marchés financiers dans le monde