



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE LETRAS ESTRANGEIRAS MODERNAS

PROGRAMA

Disciplina: Francês Aplicado aos Negócios
Curso: LEA – Línguas estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais
Código: 1404343
Período: 2012-1
Carga Horária: 60
Créditos: 04
Pré-Requisito: Francês IV
Horário: 2^{as} de 15:00 às 17:00hs / 4^{as} de 13:00 às 15:00hs
Professor: Katia Ferreira Fraga

Ementa:

O uso da língua francesa como instrumento de comunicação em situações específicas, considerando: as diferenças culturais que possam interferir nas interações de âmbito profissional; o desenvolvimento das habilidades comunicativas visando ao aperfeiçoamento da comunicação através da correspondência comercial; o uso de termos técnicos relacionados com a área de estudo específica.

Objetivos:

Geral: estudar a língua francesa dentro de uma perspectiva que contemple não somente a aquisição de um novo código lingüístico, mas também, a preparação do aluno para enfrentar situações profissionais cotidianas na área dos negócios, sejam esses em empresas nacionais/multinacionais. Aprimoramento de conhecimentos adquiridos no nível 4.

Objetivos específicos:

- A) Lingüístico: Dar acesso às competências compatíveis ao nível B2 do Referencial Europeu de Aprendizagem de Línguas, tais como compreender e artigos e relatos do contexto econômico, gerencial; acompanhar conferências e debates, mesmo que complexos, sobre assuntos ligados ao meio profissional da área dos negócios; dominar o vocabulário específico da área .
- B) Comunicativo: Levar o aluno, através de uma abordagem ativa, co-acional, a agir ao entrar em contato com situações concretas, realizando atividades úteis na sua vida cotidiana e profissional, levando em conta os desejos e demandas de seu interlocutor.
Levar o aluno à autonomia, tornando-o consciente e responsável por sua aprendizagem
- C) Intercultural: Tomar consciência das diferenças de comportamento em situações análogas, na vida cotidiana e profissional, em culturas diferentes

Metodologia:

Aulas expositivas, simulações, exercícios de compreensão oral e escrita, utilização da WEB como suporte de aprendizagem em autonomia, atividades comunicativas que exijam a participação dos pares (interação), produção oral e escrita a partir de temas de interesses diversos dos profissionais do turismo, redação de textos sobre assuntos ligados à área do Turismo.

Avaliação:

- avaliação de produção oral (simulação de situação de trabalho / seminário)
- uma avaliação de produção escrita (documentos factíveis de serem produzidos em ambiente de negócios)

Conteúdo:

- analisar/comparar diferentes métodos de organização e culturas de empresa
- preparar e conduzir uma reunião
- produzir relatório de reunião
- realizar um questionário de pesquisa de mercado sobre determinado produto
- analisar formas de distribuição de um produto e diferentes meios de comunicação
- comparar diferentes maneiras de encomendar produtos
- apresentar/analisar os resultados de uma empresa
- ler/ estabelecer um balanço de empresa
- estabelecer balanços de comércio exterior
- o contexto cultural de um mercado
- estratégias de internacionalização

Bibliografia:

Bibby et alii. *BTS Commerce International*. Vanves : Foucher, 2011
Bloomfield, A., Tauzin, B. *Affaires à Suivre*. Paris : Hachette, 2001
Delcos, J., Leclercq, B., Suvanto, M. *Carte de Visite*. Paris: Didier, 2000
Cloose, E. *Le Français du Monde du Travail*. Grenoble : PUG, 2001
Hertrich, S., Mayrhofer, U. *Cas en Marketing*. Paris: Editions EMS, 2008
Legay, D. *BTS Commerce International*. Paris: Nathan, 2011
Penfornis, J.L. *Affaires.Com*. Paris: CLE International, 2003

Sites Internet

<http://www.tv5.org>
<http://www.RFI.fr>
<http://www.leplaisirdapprendre.com>
<http://www.lepointdufle.net>
<http://lemonde.fr>
<http://www.ccip.fr/>