



Portal do Docente

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
SISTEMA INTEGRADO DE GESTÃO DE ATIVIDADES
ACADÊMICAS

EMITIDO EM 28/06/2023 14:04



SIGAA

PLANO DE CURSO

Dados Gerais da Turma		
Turma:	GDMI0208 - LÍNGUA FRANCESA APLICADA AOS NEGÓCIOS - Turma: 01 (2022.2)	
Docente(s):	3304422 - SAMUEL RUFINO DE CARVALHO	
Carga Horária:	60h	
Horário:	24T56	
Programa do Componente Curricular		
Ementa:	Uso da língua francesa como instrumento de comunicação em situações específicas da área negocial. Língua francesa aplicada a interações de âmbito profissional. Correspondência comercial e documentos em Língua Francesa. Termos técnicos e de estruturas linguísticas relacionados com a área de estudo específica. Temas complementares, atuais e emergentes, e tendências na área.	
Objetivos:	Objetivo geral: estudar a língua francesa dentro de uma perspectiva que contemple não somente a aquisição de um novo código linguístico, mas também, a preparação do/a aluno/a para enfrentar situações profissionais cotidianas na área dos negócios, principalmente aquelas associadas a empresas nacionais/multinacionais. Aprimoramento de conhecimentos adquiridos no nível 4. Objetivos específicos: I) Linguístico: Desenvolver competências em nível B2 do Quadro Comum Europeu de Referência para Línguas (QECR), tais como compreender artigos e relatos do contexto turístico; acompanhar conferências e debates, mesmo que complexos, sobre assuntos ligados ao meio profissional da área dos negócios; dominar o vocabulário específico da área. II) Comunicativo: Incentivar o/a estudante, por meio de uma abordagem ativa, coacional, 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. Estimular a autonomia do/a estudante, despertando a consciência de responsabilidade por sua aprendizagem. III) Intercultural: Tomar consciência das diferenças de comportamento, na vida cotidiana e profissional, em culturas diferentes.	
Conteúdo:	Módulo I: A escolha dos mercados internacionais - analisar/comparar diferentes métodos de organização e culturas de empresa - preparar e conduzir uma reunião - produzir relatório de reunião - apresentar/analisar os resultados de uma empresa Módulo II: Integrar a dimensão intercultural na abordagem dos mercados internacionais - o contexto cultural de um mercado - o contato telefônico / os e-mails profissionais - reformulação de frases Módulo III: As redes de venda no internacional e a definição de estratégias de penetração de mercado - realizar um questionário de pesquisa de mercado sobre determinado produto - estratégias de internacionalização - ler/ estabelecer um balanço de empresa Módulo IV: Otimizar a logística internacional: as Incoterms, soluções de transporte e operações aduaneiras - analisar formas de distribuição de um produto e diferentes meios de comunicação - comparar diferentes maneiras de encomendar produto - redigir pedidos de orçamento/respostas a pedidos de importação/exportação Módulo V: Marketing mix internacional - analisar o comportamento de consumo dos franceses - adaptar um produto: embalagens, a escolha da empresa, aceitação fonética da marca - definir a política de preços no mercado internacional - definir uma política de comunicação internacional"	
Habilidades e Competências:	Estimular a capacidade de utilização da língua francesa em ambientes de negócios.	
Metodologia de Ensino e Avaliação		
Metodologia:	Aulas expositivas e interativas. Atividades extraclasse. Apresentações orais. Produções escritas. Utilização constante de Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs).	
Procedimentos de Avaliação da Aprendizagem:	Primeira nota: avaliação (prova escrita) sobre o conteúdo estudado na primeira parte da disciplina - Valor: 10,0. Segunda nota: avaliação à decidir com os alunos - Valor: 10,0. Terceira nota: participação (presença e atividades). Ao decorrer do semestre, os/as estudantes deverão fazer atividades que demandam preparação extraclasse. A nota será proporcional à quantidade de atividades feitas em relação ao total - Valor: 10,0.	
Horário de atendimento:	Sextas-feiras das 8h às 12h	
Cronograma de Aulas		
Início	Fim	Descrição
08/02/2023	08/02/2023	Présentation et définition d'affaires

Dados Gerais da Turma		
Início	Fim	Descrição
13/02/2023	13/02/2023	Les types d'employé.es
15/02/2023	15/02/2023	Les entreprises
20/02/2023	20/02/2023	Les offres d'emploi et le curriculum
01/03/2023	01/03/2023	Le monde du travail
06/03/2023	06/03/2023	Le rôle de l'État
13/03/2023	13/03/2023	L'organisation du travail
13/03/2023	13/03/2023	Le Carpe Diem
15/03/2023	15/03/2023	La réunion de travail
20/03/2023	20/03/2023	Le contrat de travail
27/03/2023	27/03/2023	Le licenciement
29/03/2023	29/03/2023	La réforme des retraites
29/03/2023	29/03/2023	La consommation - Carmen - Stromae
03/04/2023	03/04/2023	Visionage du documentaire: quand les marques jouent avec notre naïveté
10/04/2023	10/04/2023	Les publicités (discussion sur le documentaire)
17/04/2023	17/04/2023	Le marketing
19/04/2023	19/04/2023	L'évolution du marché
26/04/2023	26/04/2023	Les tendances commerciales
26/04/2023	26/04/2023	Les étapes de la vente
08/05/2023	10/05/2023	Aula não presencial devido ao concurso para professor do LEA-NI
15/05/2023	15/05/2023	Les assurances
17/05/2023	17/05/2023	Le verlan
22/05/2023	22/05/2023	Convivada do Québec - Débora Andrade
24/05/2023	24/05/2023	Aula não presencial devido à utilização do nosso prédio para evento
29/05/2023	29/05/2023	Les accords, les barrières et le travail final
31/05/2023	31/05/2023	Aula no LabTrad - auxílio no trabalho final
05/06/2023	07/06/2023	Aula não presencial - Elaboração do trabalho final
Avaliações		
Data	Hora	Descrição
17/04/2023	13:00	Avaliação 1
08/06/2023	13:00	Avaliação 2
14/06/2023	13:00	Avaliação 3
14/06/2023	13:00	Reposição
08/06/2023	13:00	Exame Final
14/06/2023		Reposição
08/06/2023		Exame Final
Referências Básicas		
Tipo de material	Descrição	
Livro	CALME, I. ; POLGE, M.. 11 Cas de Stratégie. . Dunod. 2015	
Livro	BLOOMFIELD, A., Tauzin, B. Affaires à Suivre. . Hachette. 2001	
Livro	LEGAY, D. BTS Commerce International. . Nathan. 2011	
Livro	BIBBY ; ALLI. BTS Commerce International. . Foucher. 2011	
Livro	HERTRICH, S. ; MAYRHOFFER, U. Cas en Marketing. . EMS. 2008	
Livro	WEISS, É. Commerce International. . Ellipses. 2008	
Livro	DESCHAMPS ; ALLI. Commerce International. . Foucher. 2011	
Livro	CLOOSE, E.. Le Français du Monde du Travail. . Le Français du Monde du Travail. 2001	
Referências Complementares		
Tipo de material	Descrição	

Número do documento: **816327**

Data de emissão: **28/06/2023**

Código de verificação: **53c1d0bb0b**

ATENÇÃO

Para verificar a autenticidade deste documento acesse <https://sigaa.ufpb.br/sigaa/documentos/>

informando o número do documento, data de emissão e o código de verificação

SIGAA | STI - Superintendência de Tecnologia da Informação da UFPB / Cooperação UFRN - Copyright © 2006-2023 |
producao_sigaa-4.sigaa-4 | 23.6.8