



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

FACULTAT DE CIÈNCIES
ECONÒMIQUES I EMPRESARIALS

Diplomatura en Ciències Empresarials
Pla d'estudis de 1974

0080065
Francès

PROGRAMACION DE LA ASIGNATURA FRANCES COMERCIAL

Esta programación viene dirigida a alumnos que poseen ya una base lingüística de la lengua francesa, tanto en el nivel semántico como en el sintáctico, pero que necesita adquirir habilidades en el plano profesional. Se estudiará, pues, el francés como lengua de comunicación en un contexto económico y comercial.

OBJETIVOS

El objetivo principal es la adquisición de una competencia de comprensión y de expresión en los distintos campos de la comunicación comercial por medio de la manipulación de las fórmulas lingüísticas convenientes.

Intentaremos, pues, capacitar a los estudiantes para:

1- la comprensión de los escritos comerciales (cartas, facturas, normas etc...) o sea la correspondencia que precede, acompaña y sigue todo acto de venta.

2- reaccionar en francés de manera apropiada a estos escritos, según las relaciones profesionales o sociales.

3- redactar la correspondencia - cartas y telex- de manera correcta

4- prepararse a la comunicación oral en las situaciones cotidianas de la empresa. esto comprende dos aspectos ;

- utilización del teléfono (recibir llamadas telefónicas, y contestarlas en francés)

- Dialogar en situaciones profesionales auténticas
(recibir a un cliente o proveedor francófono)

METODOLOGIA

1- estudio de las necesidades que podrán ser las de los estudiantes en su futuro trabajo. se insistirá en el papel de la correspondencia comercial, de la comunicación escrita en función de los intercambios comerciales.

2- partiendo de la base de estas necesidades, organización del trabajo y determinación de los contenidos :

- temáticos
- lingüísticos
- prácticos

La lengua comercial es una lengua codificada que posee un vocabulario técnico relacionado con los intercambios comerciales. El estudio de esta lengua comprende, pues, el de un vocabulario especializado que se distingue del de la lengua cotidiana. La fraseología tiene un carácter más estereotipado y específico que insiste más sobre unas estructuras poco usadas en la lengua normal (algunos tiempos verbales, empleo de la voz pasiva...) y que utiliza una terminología tecnológica.

Se insistirá en la importancia de la claridad, la precisión y la concisión para reproducir un mensaje eficaz.

3- sensibilizar al alumno a la carta comercial por medio de ejercicios y técnicas de trabajo para lograr finalmente hacerle redactar de manera correcta una carta comercial.

a- adquisición de los conocimientos indispensables a la comunicación comercial. Principalmente :

- comunicación por escrito : correspondencia

telex

telegrama

- comunicación oral : llamadas telefónicas

b- estudio de las normas sociales, culturales, profesionales apropiadas a cada caso (fórmulas de empuje de cartas, toma de contacto, fórmulas de despido),

correspondencia con empresas / particulares

cartas de reclamaciones, peticiones de información, respuesta, pago, facturación, presentación de una propuesta, rectificación de errores ...

PROGRAMACION

UNIDAD 1

temática : el vocabulario comercial y empresarial.

Explicación de diferentes conceptos sobre comercio y empresas.

práctica : generalidades sobre la presentación de una carta comercial, su disposición

UNIDAD 2

temática : las profesiones comerciales, el circuito de distribución

práctica: correspondencia relativa a ofertas y solicitudes de empleo, respuestas a estas cartas.

UNIDAD 3

temática: el personal, los empleados, la gestión

práctica: cartas de introducción para un representante, confirmación de un pedido hecho a un representante.

UNIDAD 4

temática: las empresas comerciales y su gestión

práctica : correspondencia relativa a las peticiones de información sobre personal, y contestaciones a estas cartas.

UNIDAD 5

temática : locales comerciales

práctica : correspondencia sobre fundación de un comercio,
cambios efectuados en este comercio etc...

UNIDAD 6

temática : mercado y marketing, comercialización de un
producto

práctica : correspondencia sobre cómo pedir información
sobre mercancías (solicitud de precio y respuesta,
solicitud de catálogos...)

UNIDAD 7

temática : la publicidad, el papel de una agencia de
publicidad, Relaciones públicas

práctica: correspondencia sobre las ofertas de
mercancías, circulares, catálogos...

UNIDAD 8

temática : correos y telecomunicación

práctica : cómo mandar un giro, un telegrama, un telex,
recibir una llamada telefónica y contestarla
correspondencia sobre pedidos hechos por carta,
confirmación de pedidos.

UNIDAD 9

temática : los transportes por tierra (carretera, ferrocarril)mar y aire

práctica : correspondencia sobre ;

anulación de un pedido

aviso de expedición de mercancías

acuse de recibo

retraso en el reparto

reclamaciones (retraso, embalaje defectuoso, roturas, cantidad o calidad no conforme, ...)

respuesta a estas reclamaciones

UNIDAD 10:

temática : venta de las mercancías, facturación

práctica :reclamaciones sobre el precio, error en la facturación, omisión de una rebaja, respuesta a este tipo de cartas, rectificación de una factura.

UNIDAD 11:

temática : las modalidades de pago

pagos al contado: los cheques, los giros

pagos a plazo: las letras

práctica : envío de la factura, aviso de giro, de emisión de un cheque...

emisión de plazos, solicitud de prórroga, respuesta afirmativa/negativa a esta solicitud

UNIDAD 12:

temática: importación, exportación, aduanas

práctica: correspondencia sobre encargo de mercancías al extranjero, aviso de expedición

UNIDAD 13:

temática: sociedades, asociaciones, cooperativas, concentraciones de empresas

prácticas: correspondencia sobre la creación de una nueva sociedad, cambios en la sociedad

UNIDAD 14:

temática: los seguros y las pólizas

práctica : correspondencia con compañías de seguros sobre accidentes, incendios, mercancía asegurada...