



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO: ILEEL31060	COMPONENTE CURRICULAR: Francês para Negócios	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: Instituto de Letras e Linguística		SIGLA: ILEEL
CH TEÓRICA: 60	CH PRÁTICA: -	CH TOTAL: 60

OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Reconhecer e compreender diferentes gêneros discursivos em Língua Francesa que possibilitem ao futuro profissional da área de Letras desenvolver e ampliar habilidades de compreensão/expressão oral e escrita, de modo a capacitar-se para a utilização de gêneros discursivos que permeiam o ambiente empresarial.

Objetivos Específicos:

- Facultar ao graduando o aprendizado de conhecimento específico que atenda suas necessidades de comunicação como assistente em transações empresariais e comerciais.
- Adquirir conhecimentos específicos da comunicação escrita: compreender e redigir documentos relacionados ao funcionamento interno de uma empresa: elaboração de cartas comerciais, instruções, notas de serviço, memorandos, anúncios para recrutamento de pessoal, ata de reunião, e-mail, relatórios, currículos, etc.
- Identificar, analisar e reconhecer as características específicas de cada gênero discursivo empresarial abordado;
- Elaborar material didático relacionado à área.

EMENTA

Esta disciplina tem seu foco predominante no desenvolvimento da habilidade de compreensão oral/escrita, redação de documentos específicos e o domínio da expressão oral em Língua Francesa para a comunicação em contexto empresarial. Serão trabalhados os conhecimentos estratégico, contextual, atitudinal e sistêmico, de forma a possibilitar a inserção do licenciado em Letras nessa área de atuação profissional.

PROGRAMA

Conteúdo Atitudinal:

- Estudo e compreensão de estratégias para a prática da comunicação eficaz, tanto na fala quanto na escrita, em situações cotidianas do contexto empresarial;
- Utilização de conteúdos e abordagens com base nas necessidades específicas da organização/

empresa e exigências profissionais;

- Participação / inserção efetiva do discente no mundo empresarial, desempenhando o papel de aluno-pesquisador.
- Conhecimento das especificidades das práticas discursivas empresariais: socializar; telefonar, fazer apresentações, conduzir / participar de reuniões e negociações de trabalho; expressar opiniões; lidar com conflitos, fazer pedidos, negociar preços, completar pedidos, redigir / ler contratos, participar de / realizar entrevistas; ler todos os tipos de correspondências (fax, e-mails, cartas, etc).

Conteúdo Estratégico:

- Contextualização e utilização do conhecimento de mundo para compreensão dos diversos gêneros focalizados
 - Adequação do discurso ao objetivo de cada prática discursiva empresarial e aos seus interlocutores
 - Planejamento / organização de apresentações orais e escritas;
- Auto-monitoramento durante a produção do discurso / texto oral e escrito
- Seleção de informações específicas
- Levantamento de idéias (*résumé-mémoires*)
 - Uso de estratégia de reformulação e re-escrita (refacção) textual:
- Explicação de termos (tentativa de expressar sentidos na falta de vocabulário apropriado)
- Uso de paráfrase
- Inferência / dedução

Conteúdo Textual e contextual

- Gêneros discursivos
- Marcas textuais dos gêneros estudados: Artigos, resumo de propostas de trabalho / projetos para apresentações, pôster, comunicação, palestra, oficina, secretária eletrônica e meios digitais.

Conteúdo sistêmico:

- Características dos gêneros estudados
- Gramática contextualizada de acordo com a especificidade/necessidade dos gêneros abordados: estrutura da frase, afixos, grupos nominais, tempos verbais, elementos coesivos e de coerência.
- Uso do dicionário e da gramática.
- Normas técnicas para apresentação de trabalhos acadêmicos.
- Elaboração de material didático e de atividades de ensino;
- Elaboração de instrumentos de avaliação;
- Atividades de micro-ensino p/ fins específicos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRUCHET-COLLINS. **Objectif entreprise**. Paris: Hachette, 2001.

DAMBLEMONT, A. **Le français pour la profession**. Paris : Clé International, 1990.

DANILO, M. **Le français de l'entreprise**. Paris: Clé International, 1990.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GOH, Christine C. M. **Ensino da compreensão oral em aulas de idiomas**. Tradução de: Rosana Sakugawa Ramos Cruz. São Paulo, SP: SBS Editora, 2003.

GRUNEBERG, et all. **Comment vont les affaires?** Paris: Hachette, 2005.

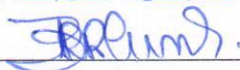
RICHARDS, Jacques C. **Planejamento de metas e objetivos em programas de idiomas.** Tradução de: Rosana Sakugawa Ramos Cruz. São Paulo, SP: SBS Editora, 2003.

RICHTERICH, R. **Besoins langagiers et objectifs d'apprentissage.** Paris: Hachette, 1985.

SZILAGYI, Elisabeth. **Affaires à faire: pratique de la négociation d'affaires en français** Grenoble: [Grenoble, France] : Presses Universitaires de Grenoble, c1997.

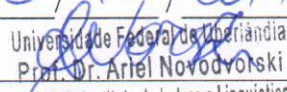
_____. **Affaires à faire. Pratiques de la négociation commerciale en français.** Grenoble : PUG, 1989.

APROVAÇÃO

10 / 10 / 2017


Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso

Universidade Federal de Uberlândia
Profa. Dra. Betina Ribeiro Rodrigues da Cunha
Coordenadora do Curso de Graduação em Letras: Francês

10 / 10 / 2017

Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Dr. Ariel Novodvolski
Diretor do Instituto de Letras e Linguística

Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica
(que oferece o componente curricular)