



PA 7.5.1
PROGRAMA ANALITICĂ
(CURRICULUMUL CURSULUI)

RED.:	01
DATA:	19.11.2008
Pag. 1 / 3	

Aprobat la ședința Departamentului Limbi Moderne, proces-verbal nr. 9 din 22 iunie 2018

Șef departament _____

Coordonat cu Comisia Metodică a facultății REI

Șef Comisie Metodică _____

Aprobat la Consiliul Facultății REI, proces verbal nr. _____ din _____

Președinte

Denumirea cursului	Franceza de afaceri (obiectiv de atins Nivel B1)
Titularii cursului	Moldovanu Gheorghe, prof. univ., dr. hab.; Damian Valentina, lector universitar;

Ciclul (<i>L-licența, M-masterat</i>)	L	Codul cursului	G.01.O.006.33	Anul	I	Semestrul	I
Nr. credite	5	Limba de instruire	Franceza	Forma de evaluare finală (<i>E – examen, V- verificare</i>)			E
Ore de contact direct	90	Ore studiu individual	60	Total ore pe semestru		150	

Facultatea	REI
Specialitatea	EMREI
Departamentul	Limbi Moderne

Numărul total de ore (pe semestru) de contact direct (<i>C-curs teoretic, S-seminar, L-activități de laborator, P-proiect sau lucrări practice</i>)				
Total	C	S	L	P
90	-	90		

Categoria formativă a cursului (<i>F-fundamentală, G-generală, S-de specialitate, U-socio-umanistică, M-de orientare către alt domeniu</i>)	G
Categorie de opționalitate a cursului (<i>O- obligatorie, A- opțională, L- liberă alegere</i>)	O
Numărul maxim de studenți care se pot înscrie la curs	15-17

Condiții de acces	Obligatorii	A2
	Recomandate	B1

Fundamentare	În contextul globalizării și în condițiile de extindere a relațiilor economice internaționale cunoașterea limbilor moderne de afaceri reprezintă un deziderat imperativ. Cursul vizat este axat pe însușirea tehnicilor de comunicare scrisă și orală în afaceri.				
Obiectivele	- Consolidarea și aprofundarea competențelor de comunicare orală și scrisă. - Stimularea gândirii autonome, reflexive.				
Rezultatele învățării	La sfârșitul cursului studenții vor putea:				
	Î Ț E L E G E R E	<table border="1"> <tr> <td>Ascultare</td> <td>1. Înțelege punctele esențiale în vorbirea standard pe teme familiare și de interes profesional.</td> </tr> <tr> <td>Citare</td> <td>1. Înțelege satisfăcător texte faprice asupra unor subiecte din domeniul lor de interese. 2. Discerne punctele semnificative ale unui text, articol de ziar, de specialitate destul de lung.</td> </tr> </table>	Ascultare	1. Înțelege punctele esențiale în vorbirea standard pe teme familiare și de interes profesional.	Citare
Ascultare	1. Înțelege punctele esențiale în vorbirea standard pe teme familiare și de interes profesional.				
Citare	1. Înțelege satisfăcător texte faprice asupra unor subiecte din domeniul lor de interese. 2. Discerne punctele semnificative ale unui text, articol de ziar, de specialitate destul de lung.				

V O R B I R E	Participare la conversație	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exploata cu suplețe o gamă largă de mijloace lingvistice simple pentru a aborda nepregătit o convorbire pe o temă cotidiană și/sau de interes profesional. 2. Exprima opinii personale și schimba informații asupra unor subiecte familiare, de interes personal, pentru viața profesională. 3. Întreține o conversație sau o discuție chiar dacă vor întâlni dificultăți atunci când încerca să formuleze cu exactitate ceea ce ar vrea sa spună.
	Discurs oral	<ul style="list-style-type: none"> • Înfăptui o descriere clară a unor subiecte variate din domeniul lor de interes, prezentând-o ca pe o succesiune logică. • Relata mai mult sau mai puțin detaliat experiențele lor, descriindu-și sentimentele și reacțiile.
S C R I E R E	Exprimare scrisă	<ol style="list-style-type: none"> 1. Scrie texte, exprimându-se simplu asupra unei game variate de subiecte din domeniul lor, legând între ele un șir de elemente într-o secvență liniară.

Conținutul cursului (materia)	<i>Denumirea temelor și a subiectelor</i>	<i>Nr de ore planificate</i>		
		<i>Seminarii</i>	<i>Studiu individual</i>	<i>Total</i>
	I. TRAVAILLER			
	1.1. S'informer sur le travail.	2	2	4
	1.2. Les motivations au travail.	2	2	4
	1.3. Réussir sa carrière.	2	2	4
	1.4. Aménager le temps de travail.	2		2
	II. RECHERCHER UN EMPLOI			
	2.1. Engager du personnel.	2	2	4
	2.2. Comprendre les petites annonces.	2	2	4
	2.3. Comparer les petites annonces.	2	2	4
	2.4. Trouver un emploi.	2	2	4
	2.5. Offrir ses services à un employeur.	2	2	4
	2.6. Poser sa candidature.	2	2	4
	2.7. Rédiger son CV.	2	2	4
	2.8. L'entretien d'embauche.	2	2	4
	2.9. Trouver le candidat idéal.	2		2
	2.10. Comparer deux candidatures.	2		2
	2.11. Prendre une décision motivée.	2		2
	III. Analyser les données du travail			
	3.1. Population du pays.	2	2	4
	3.2. Paroles d'actifs.	2	2	4
	3.3. Collectez des informations sur l'activité d'un des collègues du groupe.	2		2
	IV. DECOUVRIR L'ENTREPRISE			
	4.1. Définir l'entreprise.	2	2	4
	4.2. Classifier les entreprises.	2	2	4
	4.3. Classifier les entreprises (suite). Affaires.com	2	2	4
	4.4. Caractériser les entreprises.	2	2	4
	4.5. La fiche d'identité de l'entreprise.	2		2
	4.6. L'organisation de l'entreprise (l'organigramme)	2		2
	4.7. Les formes juridiques des entreprises.			
	4.8. Etude de cas. Choix de société. P. 43, Fr. de l'entreprise	2		2
		2		2
	V. DEFENCE DU CONSOMMATEUR			
	5.1. La consommation des ménages.	2	2	4
	5.2. Etude de cas: Publicité mensongère.	2	2	4
	5.3. Le rôle de l'Etat en tant qu'agent économique.	2	2	4



PA 7.5.1
PROGRAMA ANALITICĂ
(CURRICULUMUL CURSULUI)

RED.: 01

DATA: 19.11.2008

Pag. 3 / 3

	5.4. Les doctrines économiques sur le rôle de l'Etat.	2		2
	5.5. Participation au forum sur le rôle de l'Etat.	2	2	4
	BILAN DE COMPETENCES	4	-	4
	VI. PROFIL DE CREATEUR D'ENTREPRISE			
	6.1. Créer , oui ou non.	2	2	4
	6.2. Les dix règle d'or du créateur.	2	2	4
	6.3. Le profil du créateur.	2	2	4
	6.4. Suis-je fait pour être patron?	2	2	4
	6.5. Les formalités de création de l'entreprise.	2		2
	VII. RECHERCHE DE CAPITAUX			
	7.1. Les besoins de financement.	2	2	4
	7.2. Les sources de financement.	2	2	4
	7.3. Quel mode et quel moyen de financement? (réflexion commune, travail par groupe).	2	2	4
	7.4. Quel mode et quel moyen de financement? (réflexion commune, travail par groupe). (suite)	2		2
	VIII. LE MARKETING			
	8.1. Etude de marché.	2	2	4
	8.2. Définition du produit.	2	2	4
	8.3. Méthodes de distribution.	2		2
	Total	90	60	150

Bibliografia obligatorie	1. Jean- Luc Penformis. Affaires. com..Cle International/S.E.J.E.R.-Paris 2003. ISBN : 209033176-3. (Departamentul Limbi Moderne, sala 611, bl.B); 2. Michel Danilo. Le français de l'entreprise. Clé international, Paris, 1990. ISBN : 2.19.033580.9 (Sala de lectură „Paul Bran”, parter, bl. BC; 3. Ross Steele. Civilisation progressive du français.Clé Iternational. VUEF, 2002. ISBN : 209-033935-7. (Departamentul Limbi Moderne, sala 611, bl.B;
--------------------------	---

Tehnologiile didactice	Formele dominante de organizare frontal , în grup , individual ; Metodele de predare-învățare-evaluare :expunere, studiu de caz, exerciții practice în sală, prezentări, joc de roluri etc.) Mijloacele didactice (manuale, calculator, CD-player, video lingvistic).
------------------------	---

Modalitatea evaluării finale	Examinare scrisa
------------------------------	------------------

Stabilirea notei finale (ponderea exprimată în %)	Două teste pe parcursul semestrului	30%
	Reușita curentă (evaluarea formativă)	20%
	Studiul individual	10 %
	Rezultatul la examen	40%

Timpul total (ore pe semestru) al activităților de studiu individual pretinse studentului			
1. Activitate specifică de pregătire seminarii	12	5. Pregătire examinare finală	4
2. Realizare referate, eseuri, prezentari etc.	10	6. Elaborare portofoliu	16
3. Pregătire teste	4	7. Documentare pe INTERNET	4
4. Pregătire prezentări orale	6	8. Documentare suplimentara referitoare la utilizarea structurilor gramaticale.	4
TOTAL ore studiu individual (pe semestru) = 60			

Data completării: _____

Semnătura titularilor: _____