



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE MEDIAÇÕES INTERCULTURAIS

PROGRAMA

Disciplina: Francês Aplicado ao Turismo

Curso: LEA-NI – Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais

Código: GDMI 0204

Período: 2019.1

Carga Horária: 60 horas/aula

Créditos: 04

Pré-Requisito: *Língua Francesa Aplicada às Negociações Internacionais IV*

Horário: 2T34 – 4T56 (Segunda, das 15h às 17h, e Quarta, das 17h às 19h).

Professora: Ana Cristina Bezerril Cardoso – anacristinaufpb@gmail.com

Permanência: 2^a. 13h30 às 15h – 4^a. 13h30 às 17h (favor confirmar antecipadamente)

Ementa:

Uso da língua francesa como instrumento de comunicação em situações específicas. Língua Francesa aplicada a atividades profissionais no turismo. Documentos da área do turismo. Termos técnicos relacionados com a área de estudo específica. Temas complementares, atuais e emergentes, e tendências na área.

Objetivos:

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 aluno para enfrentar situações profissionais cotidianas na área do turismo. Aprimoramento de conhecimentos adquiridos no nível 4.

Objetivos específicos:

- A) **Linguístico:** Dar acesso às competências compatíveis ao nível B2 do Referencial Europeu de Aprendizagem de Línguas, tais como compreender artigos e relatos do contexto turístico; acompanhar conferências e debates, mesmo que complexos, sobre assuntos ligados ao meio profissional da área do turismo; dominar o vocabulário específico da área.
- B) **Comunicativo:** Levar o aluno a agir, através de uma abordagem ativa, co-acional, ao entrar em contato com situações concretas, realizando atividades úteis na sua vida cotidiana e profissional na área do turismo, levando em conta os desejos e demandas de seu interlocutor; conduzir 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, exercícios de compreensão oral e escrita, seminários, 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:

2 provas escritas

Seminários

Criação de um pacote turístico

Conteúdo:

- as diferentes profissões do setor turístico e o mercado de trabalho;

- tipos de turismo;
 - a acolhida e a assistência ao turista;
 - transportes e programas turísticos;
 - concepção de produtos turísticos: oferta de itinerários/circuitos; programação cultural; hospedagem e alimentação;
 - o setor de venda e pós-venda dos produtos;
- Promoção do produto e fidelização dos clientes.
- estruturas linguísticas do discurso descritivo e do discurso narrativo presentes nos textos turísticos (orais e escritos);
 - produção escrita: e-mails/cartas comerciais para reservas/ cancelamentos/oferta de produtos, pacotes de viagem...
 - estruturas linguísticas do discurso descritivo e do discurso narrativo presentes nos textos turísticos (orais e escritos): dêiticos, pronomes relativos compostos, passé composé/imparfait/futur, expressões de tempo...

Bibliografia:

CALMY, A.M. *Le Français du Tourisme*. Paris: Hachette, 2004.

MINRAN, R. POISSON-QUINTON, S. *Grammaire Expliquée du Français*. Paris : CLE International, 2003.

Complementar:

BÉRARD, E., LAVENNE C. *Grammaire Utile du Français*. Paris : Didier, 1991.

BOTTI, L. et al. *Ingénierie du Tourisme. Concepts, méthodes et applications*. Paris : Éditions De Boeck, 2008.

BTS Tourisme. Paris; Nathan, 2015.

CORBEAU, S. et al. *Hôtellerie-restauration.com*. Paris : CLE International, 2006.

CORBEAU, S. et al. *Tourisme.com*. Paris : CLE International, 2004.

EURIN, S. et al. *La Voyagerie. Pratique du Français du Tourisme*. Grenoble : PUG, 1992.

PETR, C. *Le Marketing du Tourisme*. Paris: Dunod, 2010.

TEMPESTA, G. et al. *Le Français du Tourisme*. Paris : CLE International, 1993.

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/>

www.dictionnaire.sensagent.com