

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ДЕПАРТАМЕНТ „ЕЗИКОВО ОБУЧЕНИЕ“
КАТЕДРА „ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИ ЕЗИЦИ“

Приета от СД (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол №/ дата):

Директор:

(доц. д-р Вл. Досев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: **“ЧУЖД ЕЗИК - ФРЕНСКИ”;**

ЗА СПЕЦ: **„Всички специалности; ОКС „бакалавър“**

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 3;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 90 ч.; в т.ч. аудиторна 30 ч.

КРЕДИТИ: 3

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	0	0
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	60	-

Изготвили програмата:

1.
(ст. пр. Св. Годорова)

2.
(ст. пр. С. Йоханова)

Ръководител катедра:
„Западноевропейски езици“ (ст. пр. С. Щерева)

I. АНОТАЦИЯ

Целта на курса е да разшири придобитите познания и умения на студентите в специализираната терминология на икономическия френски език, като едновременно ги въведе в езика на маркетинга и рекламата. Курсът е съставен от текстове и диалози, включващи ключови термини от съответната област, разнообразни упражнения, затвърждаващи специфичната терминология, текстове за превод от автентични документи и други източници, а също така и упражнения, свързани с решаване на казуси от професионалния живот. Предвидено е също и усъвършенстване на езиковите умения на студентите чрез интерактивни упражнения и решаване на казуси. Очакваните резултати са овладяване на основните термини от областта на маркетинговото дело, рекламата и др., както и усвояване на умения за самостоятелна работа, като всичко това подготвя студентите за преминаване към следващото, по-високо ниво в специализирания език.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
1.	Produire		7	
1.1	Décrire un processus		3	
1.2	Espionner et contrefaire		2	
1.3	Informatiser et robotiser		2	
2.	Etudier l'environnement économique et le cadre international		8	
2.1	Les flux commerciaux		2	
2.2	Les pôles d'échange		3	
2.3	La nature des échanges		3	
3.	Détecter les besoins, prospector et adapter les produits		6	
3.1	Définir les différents types de besoins		2	
3.2	Analyser et classer les marchés		2	
3.3	Etablir le budget de prospection et les objectifs de vente		2	
4.	Organiser la promotion des ventes et animer l'équipe commerciale		9	
4.1	Adapter et organiser la promotion des ventes à l'exportation		2	
4.2	Animer, motiver, évaluer		2	
4.3	La campagne publicitaire		3	
4.4	Test		2	
	Общо:		30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой в сем.	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Превод на специализиран текст	1	10
1.2.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	1	20
Общо за семестриален контрол:		2	30
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (текуща оценка)	1	30
Общо за сесиен контрол:		1	30
Общо за всички форми на контрол:		3	60

IV. ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Delphine J., Rapsillo M.-P. Quartier d'affaires, 2 B1. Paris : CLE International, 2014
2. Girardeau, B., Misticelli, M. Travailler en français en entreprise. Paris : Didier, 2009
3. Dimitrova, T., Ilarionova, S., Le français de l'économie, Maison d'édition « Science et économie », 2003

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Penformis J.L., Vocabulaire progressif du français des affaires, éd. CLE INTERNATIONAL, 2004
2. Dimitrova, T., Todorova, S. Exercices de lexique et de grammaire éd. « Science et économie », 2010