

Programma di Lingua francese – A.S. 2025/2026 – Classe 5 AFM
Prof.ssa Monica Lisi

Libro di testo: G. Schiavi, V. Kamkhagi, D. Peterlongo, A. Walther, T. Ruggiero Boella, *Savoir affaires*, Petrini.

Altri materiali: fotocopie, presentazioni, video.

Contenuti affrontati (programma svolto)

- **Le marketing**
- **Étape A**
- **Le plan marketing**
- 1 Les études de marché
- 2 La stratégie STP
- 3 La matrice SWOT
- 4 Le marketing mix
- 5 Le produit
- 6 Le prix et la distribution

- **Le commerce**
- **Étape A**
- **Le commerce et l'E-commerce**
- 1 Les types de commerce
- 2 Le commerce de détail
- 3 La franchise
- 4 Les professions commerciales
- 5 le commerce traditionnel et l'e-commerce
- 6 La stratégie multicanale et omnicanale
- 7 la classification du commerce en ligne

- **Étape B**
- **La mondialisation**
- 1 La mondialisation : histoire et définitions
- 2 Les organisations face à la mondialisation
- 3 Les marchés émergents et les marchés matures
- 4 La responsabilité sociale des entreprises
- 5 le commerce équitable et les banques éthiques

- **La vente et la livraison**
- **Étape B**
- **La logistique**
 - 1 La démarche logistique
 - 2 Le contrat de transport
 - 3 Le choix du mode de transport
 - 4 La documentation
 - 5 Les différents modes de transport
 - 6 Les Incoterms
- **Assurances, banques et Bourses**
- **Étape B**
- **Les banques et les bourses**
 - 1 Les principales catégories de banques
 - 2 Les banques en ligne
 - 3 Les opérations bancaires
 - 4 Les formes de financement aux entreprises
 - 5 Le microcrédit
 - 6 Les bourses
 - 7 Les typologie de Bourse
 - 8 Le fonctionnement des opérations
- Le naturalisme et Zola (photocopie)
- Le symbolisme et Baudelaire (photocopie)

Educazione civica

4 ore nel trimestre

Dossier 4

- Le système politique français p. 396
- Le rôle du président p. 398
- La république française organisation et fonctionnement politique (photocopie)

3.1. Disciplina: Francese

3.1.1. Contenuti affrontati (programma svolto)

Le marketing

Étape A

Le plan marketing

- 1 Les études de marché
- 2 La stratégie STP
- 3 La matrice SWOT
- 4 Le marketing mix
- 5 Le produit
- 6 Le prix et la distribution

Le commerce

Étape A

Le commerce et l'E-commerce

- 1 Les types de commerce
- 2 Le commerce de détail
- 3 La franchise
- 4 Les professions commerciales
- 5 le commerce traditionnel et l'e-commerce
- 6 La stratégie multicanale et omnicanale
- 7 la classification du commerce en ligne

Étape B

La mondialisation

- 1 La mondialisation : histoire et définitions
- 2 Les organisations face à la mondialisation
- 3 Les marchés émergents et les marchés matures
- 4 La responsabilité sociale des entreprises

5 le commerce équitable et les banques éthiques

La vente et la livraison

Étape B

La logistique

- 1 La démarche logistique
- 2 Le contrat de transport
- 3 Le choix du mode de transport
- 4 La documentation
- 5 Les différents modes de transport
- 6 Les Incoterms

Assurances, banques et Bourses

Étape B

Les banques et les bourses

- 1 Les principales catégories de banques
- 2 Les banques en ligne
- 3 Les opérations bancaires
- 4 Les formes de financement aux entreprises
- 5 Le microcrédit
- 6 Les bourses
- 7 Les typologie de Bourse
- 8 Le fonctionnement des opérations

La république française ;

Le système politique français (la Ve République) ;

Le système politique français : l'organisation des pouvoirs.

La francophonie. La France d'outre-mer.

Le naturalisme et Zola

Le symbolisme et Baudelaire

3.1.2. Nota dell'insegnante

Criteri che hanno ispirato la scelta dei contenuti

- **Utilità pratica:** si è cercato di dare priorità ad argomenti che gli studenti potrebbero effettivamente incontrare in un futuro contesto lavorativo.
- **Semplicità e chiarezza:** i contenuti sono stati selezionati per consolidare le basi linguistiche, puntando più sulla capacità di farsi capire.
- **Interesse per l'attualità:** sono stati scelti temi vicini alla realtà economica attuale per rendere lo studio meno astratto.
- **Apertura culturale:** oltre ai temi professionali, si è dato spazio alla letteratura (Zola, Baudelaire) per permettere agli studenti di fare collegamenti con le altre materie.

Obiettivi di apprendimento (conoscenze, abilità, competenze)

- **Conoscenze:**
 - Lessico essenziale relativo al mondo del lavoro.

- Principali regole grammaticali necessarie per una comunicazione corretta.
- Conoscenza generale dei principali aspetti socio-economici della Francia.
- **Abilità:**
 - Comprendere il senso generale di un testo tecnico.
 - Riuscire a rispondere a domande dirette su temi professionali studiati.
- **Competenze:**
 - Capacità di gestire situazioni comunicative semplici in ambito commerciale.
 - Utilizzo del dizionario e degli strumenti online per risolvere dubbi linguistici in autonomia.

Obiettivi raggiunti dagli studenti

- Gli studenti hanno acquisito una sufficiente familiarità con i termini tecnici del settore AFM.
- È stata raggiunta una discreta capacità di esposizione orale, pur con qualche incertezza residua sia nella struttura grammaticale che nella pronuncia

...

Mezzi, spazi, tempi del percorso formativo

- Mezzi: Libro di testo, fotocopie di approfondimento, brevi video trovati in rete.
- Spazi: Le lezioni si sono svolte quasi interamente in aula, con l'uso della LIM per la visione di materiali multimediali.
- Tempi: Il programma è stato suddiviso in base alle scadenze scolastiche, dedicando l'ultima parte dell'anno principalmente al ripasso in vista dell'esame.