CLASSE: 3 RIM MATERIA:FRANCESE DOCENTE:PROF.SSA D'ALESSANDRO AS:26-27

1. Premessa e finalità

La presente programmazione è destinata alla classe 3ª che riunisce in un unico gruppo di francese gli studenti dell'indirizzo Amministrazione, Finanza e Marketing (AFM) e dell'indirizzo Relazioni Internazionali per il Marketing (RIM). Poiché i due indirizzi seguono le lezioni di lingua francese insieme, la programmazione è stata concepita come un percorso unico e coerente, che integra fin dall'inizio gli elementi comuni ai due profili (il francese commerciale di base, la corrispondenza aziendale, la cultura d'impresa) con aperture specifiche alla dimensione internazionale, valide e significative per entrambi i gruppi di studenti.

Tiene conto delle Linee Guida per gli Istituti Tecnici del settore economico, del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCER). La classe 3ª segna l'inizio del secondo biennio e l'avvio dello studio del francese settoriale (francese commerciale e degli affari), che si affianca e integra il francese generale già consolidato nel primo biennio.

Al termine del terzo anno gli studenti dovranno possedere una competenza comunicativa generale tra A2+ e B1 del QCER, saper gestire semplici situazioni comunicative professionali — anche in ottica internazionale — (presentarsi, presentare un'azienda, redigere una lettera commerciale semplice) ed essere stati introdotti ad alcuni riferimenti storico-culturali sulla nascita del commercio moderno, della pubblicità e degli scambi internazionali, in continuità con le discipline caratterizzanti di entrambi gli indirizzi (Economia aziendale, Marketing, Relazioni Internazionali).

1.1 Finalità generali

- Sviluppare la competenza comunicativa in lingua francese nelle quattro abilità, con progressivo avvicinamento al livello B1 del QCER.
- Consolidare le strutture morfosintattiche di base e ampliare il repertorio lessicale relativo alla vita quotidiana e al primo lessico professionale/commerciale.
- Avviare lo studio del francese settoriale (francese commerciale e degli affari), comune ai due indirizzi e propedeutico alla microlingua che sarà approfondita nel triennio, con progressive aperture alla dimensione internazionale.
- Promuovere la conoscenza della cultura d'impresa francese e francofona, con attenzione sia al commercio e alla vendita (AFM) sia alle relazioni commerciali internazionali (RIM).
- Offrire un primo, semplificato contatto con la storia del commercio moderno, della pubblicità e degli scambi internazionali in Francia, come apertura culturale comune, collegata alle materie caratterizzanti di entrambi gli indirizzi.
- Sviluppare competenze trasversali di cittadinanza professionale ed europea: puntualità, precisione, collaborazione, apertura interculturale, rispetto delle regole comunicative.
- Valorizzare la compresenza dei due indirizzi come risorsa didattica, favorendo il confronto tra prospettiva aziendale/nazionale (AFM) e prospettiva internazionale (RIM) su temi comuni.

2. Competenze attese (livello A2+/B1 — QCER)

Descrittori generali di riferimento (Consiglio d'Europa, QCER):

Abilità	Descrittore A2+/B1
Ascolto	Comprende gli elementi principali in un discorso chiaro in lingua standard su argomenti familiari, anche in ambito professionale semplice, nazionale o internazionale (presentazione di un'azienda, annuncio, breve telefonata di lavoro).
Lettura	Comprende testi che contengano lessico frequente, comprese semplici lettere commerciali, e-mail professionali e brevi documenti aziendali o relativi a scambi internazionali.
Parlato	Comunica con sufficiente sicurezza in compiti di routine, anche professionali (presentarsi, presentare un'azienda o un prodotto, anche a un interlocutore straniero); racconta esperienze ed esprime brevemente opinioni.
Scrittura	Scrive testi semplici e coerenti su argomenti noti; inizia a redigere semplici lettere ed e-mail commerciali, nazionali e internazionali, seguendo un modello dato.

2.1 Competenze disciplinari specifiche

- Comprendere testi orali e scritti semplici su temi quotidiani, scolastici e di primo ambito professionale/commerciale, nazionale e internazionale.
- Produrre testi orali brevi ma organizzati (presentazione personale, presentazione di un'azienda o di un prodotto, anche rivolta a un partner straniero).
- Produrre testi scritti semplici, comprese lettere ed e-mail commerciali di base (richiesta di informazioni, ordine, reclamo semplice), seguendo un modello.
- Utilizzare correttamente le principali strutture morfosintattiche del francese di livello A2+/B1.
- Riconoscere i tratti essenziali del mondo del commercio, della pubblicità e degli scambi internazionali in Francia, anche in prospettiva storica.
- Ampliare il lessico relativo alla scuola, al lavoro, all'impresa, alla vendita, al marketing e agli scambi internazionali di base.
- Mettere in relazione semplici testi in lingua francese con concetti già affrontati nelle materie di indirizzo (Economia aziendale e Marketing per l'AFM; Relazioni Internazionali e Marketing per il RIM).

3. Articolazione annuale in moduli

La programmazione è organizzata in 7 moduli comuni ai due indirizzi, distribuiti nei quadrimestri secondo il calendario scolastico. Ogni modulo integra grammatica, lessico, civiltà d'impresa e produzione (orale/scritta), e prevede.

La programmazione è organizzata in 7 moduli, distribuiti nei quadrimestri secondo il calendario scolastico. Ogni modulo integra grammatica, lessico, civiltà e produzione (orale/scritta), e prevede una verifica formativa e una sommativa.

N.	Titolo del modulo	Contenuti principali	Competenze linguistiche	Periodo
1	Au resto,	Lexique sur la nourriture, commander au restaurant	Ripasso presente/passato; il condizionale presente , les pronoms interrogatifs variables et la localisation temporelle , les indéfinis : personne,rien,aucun.	Settembre–Ottobre
2	Allo docteur	Parler de la santé, chez le médecin, le corps humain	Les pronoms démonstratifs , l'accord du PP avec avoir la forme restrictive ne…que, les indéfinis, les pronoms démonstratifs neutres	Novembre–Dicembre
3	Ensemble pour la planète	L'environnement, les catastrophes naturelles, rédiger un article, la pollution. Discuter avec quelqu'un.	Les indéfinis, Le plus que parfait, l'expression de la cause et de la conséquence.	Gennaio-Febbraio
4	Les sentiments	Exprimer des sentiments	Les pronoms possessifs, le conditionnel passé, les pronoms personnels doubles	Mars- avril
5	Tous solidaires	Les rapports sociaux, exprimer un désir, un souhait, la certitude, l'incertitude, interviewer quelqu'un	L'hypothèse avec SI, le subjonctif présent, les emplois du subjonctif	Aprile-Maggio
6	Projets d'avenir	Reprocher, s'excuser, parler des projets, écrire une lettre de motivation, un CV	Les pronoms interrogatifs, la condition, le futur antérieur	Maggio–Giugno

4. Contenuti grammaticali e lessicali per l'anno

4.1 Strutture morfosintattiche

- Consolidamento del présent, passé composé, imparfait
- Uso contrastivo di passé composé e imparfait nel racconto
- Il futuro semplice (futur simple) e il futuro prossimo (futur proche)
- L'imperativo affermativo e negativo; l'espressione dell'obbligo (il faut, devoir, être obligé de)
- I pronomi relativi semplici (qui, que, où, dont)
- I pronomi complemento (COD/COI) e i pronomi y/en
- Comparativi e superlativi (plus... que, le plus, aussi... que)
- Il condizionale presente: forma e primi usi (consiglio, cortesia, desiderio)

4.2 Aree lessicali

- Vita scolastica, primo orientamento professionale, presentazione di sé
- Racconto autobiografico, ricordi, esperienze passate, primo stage o scambio linguistico
- Regole di convivenza a scuola e in ufficio, puntualità, cittadinanza professionale ed europea
- L'impresa: tipologie, organigramma, ruoli di base; import/export elementare
- La corrispondenza commerciale: la lettera e l'e-mail (richiesta, ordine, reclamo semplice)
- Il commercio, la vendita, il prodotto, il cliente; primo lessico di marketing, anche internazionale
- La pubblicità: l'affiche, lo slogan, il messaggio pubblicitario
- Le istituzioni europee di base, il mercato unico, la moneta comune
- Ambiente, sviluppo sostenibile, consumo e commercio responsabili

5. Primo approccio alla storia del commercio, della pubblicità e degli scambi internazionali

Nella classe 3ª viene proposto un primissimo, semplificato contatto con la storia del commercio moderno, della comunicazione pubblicitaria e degli scambi internazionali in Francia, con funzione di apertura culturale comune ai due indirizzi e di raccordo con le rispettive discipline caratterizzanti (Economia aziendale e Marketing per l'AFM; Relazioni Internazionali e Marketing per il RIM). L'obiettivo non è l'acquisizione di una storia esaustiva, ma la familiarizzazione con alcuni luoghi, figure, tappe e parole-chiave, attraverso brevissimi estratti semplificati, immagini, mappe e racconti dell'insegnante in lingua accessibile (livello A2+/B1).

5.1 Metodologia e modalità di lavoro

- Narrazione e contestualizzazione a cura dell'insegnante, in francese semplice (input comprensibile)
- Uso di mappe, immagini d'epoca, brevi video, linee del tempo per facilitare la comprensione del contesto storico
- Lettura guidata di brevissimi estratti semplificati, non dei testi originali integrali
- Attività ludiche e creative: quiz, ideazione di uno slogan pubblicitario, gioco di ruolo su una semplice trattativa commerciale
- Possibilità di lavoro differenziato a piccoli gruppi misti AFM/RIM, con approfondimenti mirati (storia del commercio e della pubblicità / storia degli scambi internazionali) che confluiscono in una restituzione comune a tutta la classe

- Collegamento interdisciplinare sistematico con Economia aziendale, Marketing e Relazioni Internazionali

6. Metodologia, strumenti e valutazione

6.1 Metodologia

- Approccio comunicativo, con attenzione costante alla comprensibilità dell'input (input semplificato e ricco di supporti visivi)
- Didattica per competenze, con cicli di lavoro su documenti semi-autentici e su modelli di corrispondenza commerciale adattati al livello A2+/B1
- Cooperative learning, lavori a coppie e piccoli gruppi eterogenei (AFM/RIM) per favorire la produzione orale e la simulazione di situazioni professionali
- Flipped classroom per i contenuti grammaticali più semplici, con esercitazione guidata in classe
- Educazione alla cittadinanza quotidiana, professionale ed europea, integrata nei contenuti del modulo 3, in continuità con le competenze di Educazione Civica
- Uso di strumenti digitali: piattaforma didattica, modelli di e-mail commerciali, eventuale corrispondenza simulata o reale.
- Nei momenti in cui i contenuti si differenziano per indirizzo (es. approfondimenti in Sezione 4 bis), il lavoro a piccoli gruppi consente a ciascuno studente di approfondire l'aspetto più vicino al proprio indirizzo, per poi condividerlo con l'intera classe

6.2 Strumenti e materiali

- Manuale in adozione, integrato con dossier di francese commerciale e schede predisposte dall'insegnante
- Documenti semi-autentici: modelli di lettere/e-mail commerciali, brevi video aziendali, articoli semplificati
- Materiale audio per le attività di ascolto in preparazione a certificazioni di francese commerciale
- Risorse online (Le Point du FLE, siti di Camere di Commercio francofone, siti istituzionali europei semplificati)

6.3 Verifiche

- 2 verifiche scritte e 2 verifiche orali a periodo (quadrimestre), secondo quanto deliberato dal Dipartimento
- Tipologie: comprensione scritta e orale, produzione scritta guidata , interazione e produzione orale, esercizi grammaticali e lessicali
- Simulazione di semplici situazioni professionali (presentazione d'impresa, redazione di un'e-mail commerciale, anche rivolta a un partner estero) almeno una volta nell'anno

7 Criteri di valutazione

La valutazione tiene conto di: correttezza morfosintattica di base, ampiezza e proprietà lessicale, pronuncia e intonazione, efficacia comunicativa, coerenza del racconto/della descrizione, capacità di collegamento con i temi di indirizzo, partecipazione e progressi rispetto al livello di partenza. Si fa riferimento alla griglia di valutazione comune di Dipartimento, coerente con i descrittori del QCER, valida per entrambi gli indirizzi.

8. Differenziazione e inclusione

- Per studenti con DSA/BES: schede grammaticali semplificate con esempi visivi, mappe per l'imperativo, tempi aggiuntivi nelle verifiche scritte, possibilità di presentare oralmente con supporto di immagini/scalette
- Per studenti più avanzati: redazione di un piccolo regolamento più articolato, con connettori più vari (donc, c'est pourquoi) e un breve confronto tra regolamenti scolastici o aziendali di paesi diversi
- Lavoro a coppie/gruppi eterogenei, con composizione mista AFM/RIM, per favorire il tutoraggio tra pari e lo scambio di prospettive

9. Educazione civica e raccordo con gli indirizzi

L'unità concorre al curricolo di Educazione Civica per l'asse 'Ambiente e sostenibilità', avviando la riflessione sul valore delle regole condivise per la vita comune, sul rispetto reciproco e sulla responsabilità individuale all'interno di una comunità. L'attività si presta inoltre a un raccordo diretto con Economia aziendale (organizzazione del lavoro, regole d'impresa) e con Relazioni Internazionali (norme condivise tra paesi, cittadinanza europea), in una prospettiva comparata tra Italia e Francia valida per entrambi gli indirizzi.

10. Griglie di valutazionie scritte / orale verranno utilizzate quelle deliberate in dipartimento.