

ISTITUTO ISTRUZIONE SUPERIORE "CIGNA- BARUFFI - GARELLI"

ISTITUTO TECNICO SETTORE ECONOMICO

ANNO SCOLASTICO 2025/26

PIANO DIDATTICO ANNUALE

<i>Materia:</i>	FRANCESE	<i>Ore Settimanali</i> 3
<i>Classe:</i>	4^AFM	
<i>Insegnante:</i>	Ivana Garelli	
<i>Libri di testo:</i>	"DELFB2" HACHETTE « Marché Conclu » LANG Documentazione fornita dall'insegnante e condivisa su Google Classroom	

PRESENTAZIONE DELLA CLASSE

La classe è composta da 16 allievi.

ACCORDI DISCIPLINARI

Argomenti paralleli con Inglese ed Italiano. Nell'affrontare la parte di commercio si farà spesso riferimento a quanto studiato in economia aziendale o diritto.

ACCORDO CON LA CLASSE

Alla classe è stato illustrato il piano annuale. Sono state presentate le tipologie e il numero indicativo di prove sia orali che scritte e le attività che verranno svolte in classe in modo da permettere una valutazione formativa oltre che sommativa. La valutazione terrà conto dei livelli di partenza ed incoraggerà la partecipazione attiva e l'intervento in aiuto dei compagni più deboli. Per questo si utilizzerà la valutazione positiva.

L'approccio è di tipo funzionale-comunicativo, orientato all'azione, per cui l'apprendimento avviene attraverso l'acquisizione di un modello di comportamento linguistico proposto nella sua globalità e non attraverso la presentazione di semplici elementi o frasi isolate. Gli allievi lavoreranno secondo una didattica laboratoriale, che li vuole attivi e partecipi del loro processo di apprendimento e che prevede l'acquisizione di competenze, secondo quanto indicato dal Parlamento europeo (Competenze chiave per l'educazione e la formazione durante il corso della vita – 2006) e dalla normativa italiana (Linee guida per gli Istituti tecnici – 2010).

Il livello di padronanza della lingua (CECRL) che si vuole raggiungere alla fine dell'a.s. è il B1+. Verranno comunque svolte delle attività per sviluppare le quattro competenze necessarie al superamento dell'esame DELFB2 previsto per il mese di febbraio.

Il piano di lavoro per la classe quarta prevede l'uso della lingua 2 in ambito professionale, quindi lo sviluppo di conoscenze, abilità e competenze legate al mondo degli affari, del commercio e del marketing, affiancate da una continua ripresa della riflessione sulla lingua, nei suoi aspetti grammaticali e sintattici e dallo studio di aspetti di civiltà. Gli argomenti verranno introdotti con una prima fase di stimolo, attraverso documenti di attualità e di vita quotidiana in modo da coinvolgere gli interessi degli alunni. Verranno proposti innanzitutto oralmente, con l'aiuto di strumenti multimediali, (laboratorio linguistico disponibile per due ore settimanali), facendoli precedere da una fase preparatoria che avrà lo scopo di motivare gli alunni e creare in loro delle aspettative. Si verificherà quindi la comprensione orale e scritta attraverso esercizi che mirano ad individuare in primo luogo il senso globale e, mano a mano che si procede nella comprensione, informazioni sempre più precise e dettagliate. Seguirà l'individuazione delle "Tâches", ovvero dei compiti, dei lavori da svolgere per raggiungere gli obiettivi previsti, utilizzando le funzioni comunicative, le strutture grammaticali ed il lessico da apprendere nell'UDA. Si procederà attraverso lavori a coppie o in piccoli gruppi, valorizzando gli interventi di ciascuno e favorendo l'apprendimento collaborativo e la peer education. I rimandi alle Fiches Théorie permettono la presentazione delle nozioni teoriche sui vari argomenti, mentre i box "les mots clés" permettono di sottolineare il lessico specifico. Gli esercizi della rubrica "Grammaire" propongono il ripasso delle strutture utilizzate all'interno del modello. Esercizi guidati, corrispondenza, spazi dedicati all'esposizione orale completano la fase di applicazione e sviluppo delle abilità da acquisire.

Si cercherà di stimolare i ragazzi sviluppando tutte le abilità linguistiche, in modo da permettere ad ognuno di migliorare nelle proprie criticità e di far risaltare le abilità già consolidate secondo la teoria delle "Intelligenze Multiple" di Gardner.

Agli allievi viene richiesto l'uso accurato e puntuale del quaderno per annotazioni di appunti, lessico, esercitazioni, e lo svolgimento regolare del lavoro domestico assegnato. Eventuali dimenticanze vengono indicate sul registro elettronico. Lo studio e la revisione devono essere costanti e continui; le verifiche orali di norma non richiedono particolare calendarizzazione e vengono effettuate ad ogni lezione con estrazione a sorte, tuttavia è possibile

organizzare un sistema di turnazione per determinati tipi di interrogazioni orali (presentazione di lavori di gruppo, esposizione di ricerche). Le verifiche scritte sono programmate e comunicate con almeno cinque giorni di anticipo.

UNITA' DI APPRENDIMENTO 1: Ripasso iniziale- Civilisation: Société, Économie			
COMPETENZE	OBIETTIVI SPECIFICI		PERIODO
Comprensione dello scritto Comprensione dell'orale Produzione scritta Produzione orale Saper riassumere Saper effettuare ricerche di dati in laboratorio, creare una presentazione power point	-Ripasso iniziale- correzione lavori estivi -Rielaborazione ed esposizione di letture svolte durante l'estate. -Approfondimenti di civiltà: France touristique – Les régions vinicoles françaises – Le nucléaire en France et dans le monde (actualité: l'énergie nucléaire - les nouveaux réacteurs nucléaires)		Settembre - Ottobre
CONOSCENZE	CONTENUTO	METODOLOGIA	TIPOLOGIA DI VERIFICA
Tipologie di testi: narrativi, descrittivi, informativi, argomentativi	-Esercitazioni nelle prove relative alle quattro abilità. Argomenti: \ Mon stage en entreprise \ La France, première destination touristique – les métiers du tourisme \ Types de tourisme \ Le tourisme oenogastronomique -Redazione di relazioni in laboratorio e conseguente esposizione orale senza leggere e senza studio a memoria.	Attività di esposizione orale, lavoro a coppie, dibattito, lezione frontale, Uso prevalente della L2	-Monitoraggio delle competenze attraverso dialoghi ed esercizi svolti in classe -Verifica orale
UNITA' DI APPRENDIMENTO 2 : « Marché conclu » Dossier 3, Le marketing – l'étude de marché			
COMPETENZE	OBIETTIVI SPECIFICI		PERIODO
a. identificare il mercato b. analizzare e presentare grafici c. utilizzare la rete per ricerche di mercato d. identificare la domanda e. identificare l'offerta f. presentare i risultati di una ricerca di mercato	reperire informazioni specifiche in grafici e tabelle • comprendere un testo informativo / argomentativo sull'analisi del mercato e della concorrenza • comprendere (audio) le informazioni principali di un estratto di conferenza sulle ricerche di mercato • comprendere le informazioni rilevanti in una ricerca di mercato, in un testo scritto o in una conversazione • comprendere un video in cui si discute di grafici e strumenti di analisi di mercato • analizzare un questionario • stendere un questionario • presentare un grafico, oralmente e per iscritto • presentare oralmente dei dati acquisiti durante l'ascolto o la lettura di un testo		Ottobre - Novembre
CONOSCENZE	CONTENUTI	METODOLOGIA	TIPOLOGIA DI VERIFICA
• studi e ricerche di mercato • lessico ed espressioni per descrivere dati e grafici • lessico ed espressioni per presentare una ricerca di mercato • Grammatica: comparativo e superlativo	• dati di mercato • grafici di vario tipo (settori, curve, barre, istogrammi) • grafici di Google trends • video: spiegazione del funzionamento della rete per ricerche di mercato • conferenza (audio) di formazione su come condurre un sondaggio in rete • questionario on-line • grafici relativi a quote di mercato TEORIA: L'étude de marché	Didattica multimediale, lavoro a coppie, dialogo guidato, attività di ascolto, video, lezione frontale. Uso prevalente della L2	- Verifica scritta - Monitoraggio delle competenze attraverso dialoghi ed esercizi svolti in classe - Valutazione dei lavori svolti a casa

UNITA' DI APPRENDIMENTO 3 : « Marché conclu » Dossier 3, Le marketing mix

COMPETENZE	OBIETTIVI SPECIFICI		PERIODO
<ul style="list-style-type: none"> - elaborare un'analisi SWOT - analizzare un piano di marketing - scegliere il logo di un nuovo prodotto - definire la politica di prezzo definire la politica di distribuzione 	<ul style="list-style-type: none"> • comprendere struttura e contenuti di uno schema di analisi SWOT • comprendere le informazioni principali in un piano di marketing • comprendere idee principali ed elementi di dettaglio in una riunione aziendale relativa alla scelta di un logo (video) • comprendere uno schema comparativo dei prezzi della concorrenza e le ragioni dietro a varie scelte in materia di prezzi • comprendere i risultati di un sondaggio • reperire le informazioni principali in un sito di e-commerce • compilare uno schema di analisi SWOT sulla base di informazioni date • presentare oralmente uno schema di analisi SWOT 		<p align="center">Novembre - Dicembre</p>
CONOSCENZE	CONTENUTI/DOCUMENTI	METODOLOGIA	TIPOLOGIA DI VERIFICA
<ul style="list-style-type: none"> • studi e ricerche di mercato • lessico delle pagine web di e-commerce • lessico e funzioni per presentare un piano di marketing <p>Sintassi: la conseguenza, la causa e la contrapposizione</p>	<ul style="list-style-type: none"> • schema di analisi SWOT • estratto di piano di marketing • video: discussione sulla scelta del logo (colori, messaggio) • schema relativo alla determinazione del prezzo di vendita • sito internet di vendita on-line <p>TEORIA: • Il marketing mix</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il prodotto e le sue caratteristiche • Il prezzo La distribuzione 	<p>Didattica multimediale, lavoro a coppie, dialogo guidato, attività di ascolto, video, lezione frontale.</p> <p>Usò prevalente della L2</p>	<p>Verifica scritta</p> <p>Monitoraggio delle competenze attraverso il controllo dei compiti a casa e la valutazione degli interventi e degli esercizi svolti in classe</p>

UNITA' DI APPRENDIMENTO 4: « Marché conclu » Dossier 3, La politique de communication

COMPETENZE	OBIETTIVI SPECIFICI	PERIODO
<ul style="list-style-type: none"> - analizzare una pubblicità - creare una pubblicità - fare del marketing on-line - invitare a una manifestazione commerciale - partecipare a manifestazioni commerciali 	<ul style="list-style-type: none"> • comprendere una conversazione relativa alla progettazione di una campagna pubblicitaria • comprendere un estratto di conferenza sull'e-marketing • comprendere una scheda prodotto • analizzare la pagina Facebook relativa a un prodotto • comprendere uno scambio di e-mail relativo alla partecipazione a un salone commerciale • comprendere una conversazione telefonica relativa alla partecipazione a una fiera • comprendere un documento di planning relativo alla partecipazione a una fiera • descrivere nel dettaglio un cartellone pubblicitario • presentare oralmente le caratteristiche di un prodotto 	<p align="center">Dicembre - Gennaio</p>

CONOSCENZE	CONTENUTI/DOCUMENTI	METODOLOGIA	TIPOLOGIA DI VERIFICA
<ul style="list-style-type: none"> • pubblicità • lessico specifico delle pagine Facebook • lessico e funzioni per parlare di pubblicità • lessico e funzioni per la partecipazione a manifestazioni commerciali • connettori logici e temporali • e-mail commerciale: struttura, impostazione 	<ul style="list-style-type: none"> • video: discussione in azienda su una campagna pubblicitaria • cartellone pubblicitario • social • e-mail • documento di planning TEORIA: La politique de la communication: Publicité, e-marketing, manifestations commerciales	Didattica multimediale, lavoro a coppie, dialogo guidato, attività di ascolto, lezione frontale. Uso prevalente della L2	- Verifiche orali: 1. analyse d'une publicité 2. création d'une campagne publicitaire en petits groupes

UNITA' DI APPRENDIMENTO 5: « Marché conclu », Dossier 4 – De l'offre à la livraison – L'offre et la négociation

COMPETENZE	OBIETTIVI SPECIFICI	PERIODO	
-formulare un'offerta commerciale -richiedere un preventivo -lanciare una gara di appalto e rispondere -negoziare condizioni di pagamento -negoziare condizioni di fornitura	<ul style="list-style-type: none"> • comprendere un'e-mail di offerta commerciale e di richiesta di preventivo • comprendere un'e-mail in cui si cercano fornitori per prodotti specifici e un'email su condizioni di pagamento, sconti, fornitura • comprendere una telefonata o uno scambio di e-mail in cui si concordano condizioni di pagamento • comprendere (audio / video) le informazioni principali in una discussione in cui si concordano condizioni di vendita • scrivere un'e-mail di offerta commerciale o per un preventivo • interagire oralmente per chiedere informazioni su prodotti e cataloghi e per discutere condizioni di vendita • scrivere un'e-mail circolare per cercare nuovi fornitori • comprendere una telefonata in cui si parla delle caratteristiche di prodotti e offerte • scrivere un'e-mail per chiedere di modificare delle condizioni di vendita 	Febbraio - Marzo	
CONOSCENZE	CONTENUTI	METODOLOGIA	TIPOLOGIA DI VERIFICA
<ul style="list-style-type: none"> • funzioni comunicative utili per chiedere e discutere modifiche, accettare, rifiutare • il periodo ipotetico 	<ul style="list-style-type: none"> • e-mail circolare e risposta • telefonata • video TEORIA: • L'offerta • condizioni di vendita • la negoziazione	Didattica multimediale, lavoro a coppie, dialogo guidato, attività di ascolto, video, lezione frontale. Uso prevalente della L2	- Verifica scritta e orale - Monitoraggio delle competenze attraverso dialoghi ed esercizi svolti in classe - Valutazione dei lavori svolti a casa

UNITA' DI APPRENDIMENTO 6 : « Marché conclu », Dossier 4 – De l'offre à la livraison – La commande			
COMPETENZE	OBIETTIVI SPECIFICI		PERIODO
-fare un ordine -confermare un ordine ricevuto -modificare un ordine -annullare un ordine	<ul style="list-style-type: none"> • comprendere un'e-mail di ordine • comprendere una conferma d'ordine • comprendere un'e-mail di richiesta di modifica d'ordine • comprendere una telefonata in cui si discute la modifica di un ordine • comprendere uno scambio di e-mail in cui si chiede, si accetta o si rifiuta l'annullamento di un ordine 		Aprile - Maggio
CONOSCENZE	CONTENUTI/DOCUMENTI	METODOLOGIA	TIPOLOGIA DI VERIFICA
<ul style="list-style-type: none"> • l'ordine e la vendita • funzioni per fare, modificare, confermare, annullare ordini e rispondere • l'accordo del participio passato con i pronomi COD e COI 	<ul style="list-style-type: none"> • scambio di e-mail • bon de commande • telefonata • bon de livraison/réception TEORIA: • l'ordine • il contratto di vendita • la negoziazione	Didattica multimediale, lavoro a coppie, dialogo guidato, attività di ascolto, video, lezione frontale. Uso prevalente della L2	<ul style="list-style-type: none"> - Verifica scritta e orale - Monitoraggio delle competenze attraverso dialoghi ed esercizi svolti in classe - Valutazione dei lavori svolti a casa

UNITA' DI APPRENDIMENTO 7: CIVILISATION, GEOGRAPHIE, ACTUALITÉ			
INTRODUCTION AUX ACTIVITES DE L'EXAMEN DELF B2			
MODULO DI ED. CIVICA Il pianeta e l'umanità: economia domestica oggi.			
Avec le système Drive U les supermarchés facilitent la vie de leurs clients			
COMPETENZE	OBIETTIVI SPECIFICI		PERIODO
- Lettura, ascolto, comprensione, interpretazione, rielaborazione, approfondimento di testi informativi scritti e orali provenienti dai media. - Avvio delle esercitazioni sull'esame DELF livello B2	Affrontare argomenti di civiltà, di attualità, documentarsi, dibattere, pendere posizione e difenderla, in forma orale, con eventuale rielaborazione scritta. Individuare e redigere un testo con i vantaggi e i limiti del sistema Drive U		Modulo trasversale, durante tutto l'anno scolastico, seguendo gli avvenimenti e le occasioni. 1° periodo
CONOSCENZE E CONTENUTI		METODOLOGIA	TIPOLOGIA DI VERIFICA
Attualità, temi sociali, di cittadinanza, aspetti culturali relativi alla Francia e all'Europa.		Ricerche sul Web, lavoro a coppie, lezione frontale	<ul style="list-style-type: none"> - Verifica orale - Monitoraggio delle competenze attraverso dialoghi ed esercizi svolti in classe - Valutazione dei lavori svolti a casa

Il piano prospettato è comprensivo dei tempi dedicati alle verifiche orali e/o scritte. Gli argomenti e la scansione della presente programmazione sono suscettibili di modifiche motivate da esigenze o occasioni didattiche attualmente non prevedibili, che venissero ad evidenziarsi nel corso dell'anno scolastico.

-

