AMPLIACIÓN DE IDIOMA FRANCÉS

Curso: TERCERO
Asignatura optativa de 4,5 créditos
Segundo cuatrimestre: Ma de 9:30 a 11 y Mi de 10 a 11:30

Profesora: Dra. Anna Raventós Barangé
Correo electrónico: annaraventos@us.es
Teléfonos: 954 556131 (EUEE) y 954550982 – 954551510 (F. Filología)

Horas de consulta

Durante el 1er cuatrimestre		Durante el 2º cuatrimestre	
En el despacho nº 31 de la E.U.E.E.: Lu: de 8,30 a 10,30. Mi: de 10,30 a 12,30.	En el Dpto. de Filología Francesa: Mi: de 13 a 14. Ju: de 12 a 14.	En el despacho nº 31 de la E.U.E.E.: Ma: de11 a 12,30. Mi: de 8,30 a 10.	En el Dpto. de Filología Francesa: Vi: de 10 a 13. Ju: con cita previa.

1 – OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

1.1 Objetivo general:

Avanzar en el desarrollo de las competencias comunicativas en francés. Con este curso se pretende que el alumno alcance ya un cierto grado de familiarización con la lengua francesa y las convenciones de sus hablantes en la interacción social, el suficiente para una comprensión y expresión básica pero eficaz, tanto oral como escrita, en diferentes situaciones de la vida profesional, principalmente las que se producen a diario en hoteles y agencias de viaje.

1.2 Objetivos específicos

- Afianzar en el alumno un vocabulario de uso frecuente, progresando al mismo tiempo en la adquisición del vocabulario propio de la industria turística y en la correcta interpretación de abreviaturas y convenciones usuales.
- Familiarizar al alumno con las convenciones de la lengua francesa en la comunicación directa, telefónica, por correo electrónico, por fax o por carta.
- Desarrollar, en francés, conocimientos socio-culturales (geográficos, gastronómicos, idiosincrásicos, protocolarios, *etc*.) y funcionales (instrucciones de viaje, interpretación de signos y abreviaturas convencionales de la industria hotelera, *etc*.) de uso corriente en el sector turístico.
- Mejorar la fluidez y la precisión (en francés y mediante una selección adecuada de las situaciones comunicativas) en la comunicación simétrica entre profesionales de la industria turística (alojamiento, intermediación, transporte, restauración o actividades complementarias), y en la comunicación asimétrica entre profesionales y consumidores del producto turístico.
- Fomentar las destrezas comunicativas propias de los diversos espacios especializados del sector turístico (presentación de productos, folletos publicitarios, correspondencia

Diligencia para hacer constar que el presente programa es el depositado por el Dpto. en este Centro.
El Secretario del Centro: José Ángel Pérez López

Código Seguro De Verificación	FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Fecha	06/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Página	1/9

comercial, solicitud de información, reservas, anulaciones, etc.), teniendo siempre en cuenta cuáles son los medios actuales de comunicación sustitutiva.

2. METODOLOGÍA

Las clases serán sistemáticamente teórico-prácticas. En ellas, el uso del manual (véase «Libro de texto» bajo el epígrafe 5º) se alternará con la presentación y el análisis lingüístico de otros documentos, tales como folletos turísticos, programas de viajes, programaciones culturales, impresos de solicitud de reservas, formularios varios, instrucciones aeroportuarias, horarios de trenes y vuelos, *etc*.

El manual y su correspondiente cuaderno de ejercicios resultarán imprescindibles para el correcto seguimiento de las clases, por lo que se recomienda encarecidamente su adquisición antes del inicio del período lectivo.

Especial importancia reviste el hecho de que esta asignatura se integra en el Plan de Adaptación Piloto al ECTS (European Credit Tranfer System). Ello significa que el aprendizaje clásico en el aula se combinará con prácticas que el alumno llevará a cabo fuera de ella, aunque siempre bajo la tutela del profesor.

Dichas prácticas serán obligatorias y se realizarán en grupo (2 a 4 personas). La nota obtenida en ellas computará un 30% sobre la nota final.

Su organización será la siguiente:

1. Búsqueda y análisis esquemático de ofertas vacacionales publicadas en la web por agencias francófonas (ej. http://www.nouvelles-frontieres.fr/nf, http://www.voyagermoinscher.com, etc.). Para ello, podrá comenzarse por introducir en un buscador (ej. www.google.com) una palabra o secuencia clave -escrita en francés- correspondiente al tipo de vacaciones que se desea analizar (ej. «balnéothérapie», «spéléologie», «voyages à thème», «châteaux de la Loire», *etc.*). Una vez localizadas las ofertas deseadas, se seleccionará un grupo de entre 2 y 3 propuestas de vacaciones que presenten, al menos, un descriptor común (ej. turismo cultural, temático, verde, de aventura, de sol y playa...). Esta selección será objeto de un breve análisis comparativo, expresado de forma esquemática, que deberá comportar, como mínimo:

a) Subdescriptores (ej. **Descriptor:** turismo verde. **Subdescriptores:** senderismo, turismo ecuestre, esquí, cicloturismo, alpinismo, escalada, espeleología...)
b) Tipo de público al que va dirigida (edad, tipo de profesión, centros de interés, expectativas, presupuesto vacacional, *etc.*).
c) Atractivo y comodidad de los transportes propuestos.
d) Tipo de alojamiento (camping, albergue, pensión, hotel, grado de comodidad, instalaciones, prestaciones...)
e) Tipo de restauración.
f) Precios y relación calidad-precio (muy buena, buena, aceptable, caro, muy caro)
g) ¿En qué medida es la oferta novedosa, imaginativa, etc.?

2. Elaboración, en francés, de una oferta de vacaciones en Andalucía (estancia, circuito monumental, ruta temática, descubrimiento de la naturaleza ...) para viajeros francófonos. Esta oferta deberá responder a los mismos descriptores que se hayan elegido para el trabajo anterior.

Código Seguro De Verificación	FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Fecha	06/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Página	2/9

Para su elaboración, se reutilizarán el vocabulario y las estructuras adquiridas durante la práctica anterior, empleando este saber lingüístico para expresar la información que se posea de primera mano o bien se extraiga de folletos turísticos españoles, enciclopedias, diarios de viajes, *etc.* En lo que respecta al vocabulario específico, los diccionarios deberán complementarse con la consulta de guías turísticas en francés, ya sean éstas publicaciones en papel (ej. Michelin: *Guide vert*, *Guide rouge*; Hachette: *Guide bleu*, *Guide du routard*; Bibliomonde*; Le petit futé*) o virtuales (URL). Dicha propuesta se subdividirá en las siguientes fases:

a) Descripción general del tipo de vacaciones (descriptores y subdescriptores) y del marco específico en que van a desarrollarse. Según la orientación de la oferta, este último podrá describirse en términos:
- Geográficos (situación, climatología, población, *etc.*)
- Ecológicos (características de la flora y de la fauna, grado de conservación del paisaje, *etc.*)
- Histórico-artísticos (historia, edificios civiles, iglesias y conventos, *etc.*)
- Folklóricos (fiestas, danzas, tradiciones, *etc.*)
- Gastronómicos (quesos, chacina, dulces, platos típicos...)

o en cualesquiera convengan a la propuesta elegida, sin olvidar que se trata únicamente de destacar los aspectos pertinentes que presenten mayor atractivo.

b) Punto de encuentro del grupo (especificando comunicaciones y vías de acceso: avión, tren, autobús, coche...)

c) Tipo de público al que va dirigida la oferta.

d) Especificación del programa vacacional. Según el tipo de vacación ofrecida, este apartado versará sobre transportes, visitas, excursiones, comidas, actividades optativas, servicios ofrecidos (ej. guardería, alquiler de bicicletas, guías), *etc.*

e) Búsqueda y breve descripción del alojamiento que vaya a ofrecerse. Para ello podrán consultarse, entre otras, las siguientes URL
http://guide.voila.fr
http://expedia.voyages-sncf.com
http://www.guidesdecharme.com
http://www.viamichelin.com, *etc.*

f) Búsqueda y breve descripción de opciones de restauración acordes con el tipo de viaje elegido. Habrá de especificarse, según los casos, el tipo de colación -y, si procede, de establecimiento-, el marco arquitectónico, antropológico o natural, las especialidades (si las hubiere) y, en general, el atractivo de la opción.

g) Precio del paquete (especificando reducciones si las hubiere).

h) Originalidad y atractivo de la oferta.

A menos que el calendario académico aconseje fechas distintas a las previstas (en cuyo caso se comunicará oportunamente), el plazo de entrega de estos dos trabajos será el siguiente:

Código Seguro De Verificación	FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Fecha	06/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Página	3/9

Miércoles 5 de abril de 2006: Análisis esquemático de ofertas vacacionales.
Miércoles 10 de mayo de 2006: Oferta de vacaciones en Andalucía.

3. ORGANIZACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

3.1 Transformación de los 4,5 créditos tradicionales a créditos ECTS

Número de horas	45
Horas de impartición clásica en el aula (70%; 0,7 . 45)	31,5
Horas no impartidas en el aula (30%; 0,3 .60)	**13,5**
Horas de carga de trabajo para el estudiante (25 .6)	112,5
Horas de carga de trabajo por la presencia a las clases de teoría	15,75
Horas de carga de trabajo por la preparación de las clases de teoría (2 . 21)	31,5
Horas de carga de trabajo por la presencia a las clases prácticas	15,75
Horas de carga de trabajo por la preparación de las clases prácticas (1 . 21)	15,75
Total de horas de carga de trabajo por clases (15,75 + 31,5 + 15,75 + 15,75)	78,75
Horas de carga de trabajo por preparación y realización de exámenes	16,5
Total de horas de carga de trabajo (105+ 22)	95,25
Diferencia de horas de carga de trabajo (150-127)	**17,25**

3.2. Especificación de las actividades que completarán el aprendizaje en el aula

Para las 17,25 horas excedentes, se prevén las siguientes actividades:

3.2.1 Análisis esquemático de ofertas vacacionales. 6h.
- Búsqueda en Internet: 1h.
- Selección de ofertas: 30 minutos
- Sistematización de la información: 1h
- Análisis comparativo: 3,30h

3.2.2 Oferta de vacaciones en Andalucía 11,25
- Concepción y estructuración general de la oferta: 2h.
- Descripción: 2h
- Indicación del punto de encuentro y del modo de acceso: 25 min.
- Búsqueda, selección y descripción de alojamientos: 1,5h.
- Búsqueda, selección y descripción de opciones de restauración: 1,5h.
- Búsqueda, planificación y descripción del transporte: 1h.
- Elaboración del programa y expresión de su originalidad: 3h.

4. TEMARIO

Además de repasar y profundizar en los contenidos impartidos en la asignatura troncal «Idioma (francés)», se impartirán los siguientes:

A - Contenidos gramaticales
- Los pronombres complemento de objeto directo e indirecto.
- Pronombres demostrativos.
- Pronombres posesivos.
- El pretérito imperfecto y el pretérito perfecto y el pasado reciente.
- El presente progresivo.
- El futuro.

Código Seguro De Verificación	FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Fecha	06/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Página	4/9

- El condicional.
- Indicación de la frecuencia y de la continuidad.
- La restricción
- Los pronombres adverbiales
- Apreciación de la importancia y de la cantidad.
- El discurso referido
- Las construcciones con el verbo «(se) faire» seguido de infinitivo.
- Comparativos y superlativos.
- El presente de subjuntivo.
- Proposiciones subordinadas relativas.

B - Contenidos léxicos
- Léxico de la descripción (color, forma, tamaño, geografía, verbos de descripción)
- Dataciones. Monumentos y elementos anejos.
- Iniciación al vocabulario de los estilos artísticos.
- Vocabulario de la climatología.
- El folklore.
- Iniciación al vocabulario gastronómico y enológico.
- Terminología hotelera.
- Vocabulario aeroportuario y del ferrocarril.
- La carretera y la autopista.

C - Contenidos comunicativos
- Proponer un itinerario
- Describir y caracterizar.
- Preparar un viaje y una estancia.
- Elaborar un programa.
- Situaciones prácticas del viaje (información, reservas, confirmaciones, anulaciones, *etc.*)
- Recomendar lugares (hoteles, espectáculos, restaurantes, *etc.*)
- Analizar y redactar contenidos publicitarios.
- Interpretar evaluaciones de viajes, estancias, hoteles, restaurantes, *etc.*
- Preguntar bien para aconsejar bien.
- Elaborar un programa personalizado.

5. LIBROS DE TEXTO

El manual de base será *Tourisme.com* (Paris, CLÉ International / SEJER, 2004), acompañado del correspondiente cuaderno de ejercicios.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1 Básica de teoría

AA.VV., *Grammaire du français: cours de civilisation française de la Sorbonne*, Paris, Hachette, 1999.

AA.VV., *La grammaire pour tous: dictionnaire de la grammaire française*, Paris, Hatier (Bescherelle), 1995.

ARRIVÉ M., *La conjugaison pour tous: dictionnaire de 12.000 verbes*, Paris, Hatier (Bescherelle), 1997.

Código Seguro De Verificación	FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Fecha	06/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Página	5/9

CALLAMAND, M., *Grammaire vivante du français*, Paris, Larousse, 1989.
CANTERA, J. & VICENTE, E. de, *Gramática francesa*, Madrid, Cátedra, 1986.
DELATOUR, Y. *et alii* (1991): *Grammaire du français*. Paris, Hachette F.L.E, 1991.
FERNÁNDEZ BALLÓN, M. et MONNERIE-GOARIN, A., *Gramática esencial del francés.* Paris-Madrid, Hachette-SGEL, 1987.
GREGOIRE, M. & KOSTUCKI, A., *Grammaire progressive du français - Niveau débutant*, Paris, CLE, 2002.
GRÉGOIRE, M. et THIÉVENAZ, O., *Grammaire progressive du français*, Paris, CLE International, 1995.
GREVISSE M. & GOUSSE A., *Nouvelle grammaire française*, Louvain-la-Neuve, De Boeck, 1999 (N.B. No se trata de un método de francés para extranjeros, sino de una gramática propiamente dicha)
WAGNER R.-L. ET PINCHON J., *Grammaire du Français classique et moderne*, Paris, Hachette supérieur, 1991.

6.2 Complementaria de teoría

6.2.1 - Lengua francesa

BORREL, J. et MELLUSO, B., *Aide-mémoire Larousse*, Paris, Larousse, 1998.
TRUSCOTT S., MITCHELL S. et TAUZIN B., *Le français a grande vitesse*, Paris, Hachette, 1994.

6.2.2 - Francés comercial en general

BRUÉZIÈRE M., et CHARON D., *Le français commercial*, Quebec, Larousse, 1989.
DANY M, REBEYROUX A. et RENTY I. de, *Le français des hommes d'affaires*, Paris, Hachette, 1978.
DANY M, FIÉVEZ-DUPAS J. et MEADURE R, *Le français des négociations commerciales*, Paris, Hachette, 1989.
DANY M, GELIO J. et PARIZET M.-L., *Le français du secrétariat commercial*, Paris, Hachette, 1977 (acompañado de un cuaderno práctico).
GÉRARD S., LIÉVREMONT P. et LADKA V., *La correspondance*, Paris, Nathan, 1992.
TRUSCOTT, S., MITCHELL M. et TAUZIN B., *Le français a grande vitesse - Cours intensif pour débutants*, Paris, Hachette, 1994.

6.2.3 - Bibliografía específica del sector turístico

AA. VV., *Espagne, guide de voyage*, Londres, Berlitz, 1999.
BARON-YELLES Y. , *Le tourisme en France , territoires et stratégies* , París, Armand Colin, coll. Prépas Géographie, 1999.
BÉTEILLE R., *Le tourisme vert*, Paris, P.U.F., 1996.
CHANTELAUVE O. *et alii*, *Les métiers du tourisme*, Paris, Hachette FLE, 1991.
DUHAMEL Ph . & SACAREAU I., *Le tourisme dans le Monde* , Paris, Armand Colin, coll. Prépas Géographie, 1998.
ORIGET DU CLUZEAU, C., *Le tourisme culturel*, Paris, P.U.F., 1998.

6.2.4 Diccionarios y léxicos especializados

AGUIRRE B. ET HERNÁNDEZ C., *El lenguaje del turismo y de las relaciones públicas*, Madrid, S.G.E.L., 1991.
Diccionario de geografía turística: http://dicotourisme.ifrance.com/dicotourisme/

Código Seguro De Verificación	FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Fecha	06/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Página	6/9

DUPONT C. et LETHUILLIER J., *Dictionnaire de l'hôtellerie et de la restauration* (inglés-francés.inglés), Montréal, Sodilis, 1981.
DUVILLIER, *Les mots clés du tourisme français-espagnol*, Paris, Bréal, 1992.
FILBIN A., LALLEMAND R. et PRUILHÈRE R., *Langage clair et bonne cuisine*, Paris, B.P.I., 1982.
QUARANTA G., *Glossaire des termes touristiques*, Paris, Bréal, 1992.
SECRETARIAT D'ETAT AU TOURISME, *Lexique inter-professionnel du Tourisme et des Loisirs* , Agence de l'Informatique édit, 1982.

6.3 De práctica

6.3.1 - Lengua francesa: ejercicios

a) Série *Entraînez-vous*

BARNOUD C. et SIRÉJOLS E., *Entraînez-vous. Grammaire. Exercices* (niveau débutant), Paris, CLE International, 1995.
SIRÉJOLS E. et TEMPESTA G., *Entraînez-vous. Grammaire. Exercices* (niveau grand débutant), Paris, CLE International, 1995.
BARNOUD C. et SIRÉJOLS E., *Entraînez-vous. Grammaire. Exercices* (niveau intermédiare), Paris, CLE International, 1994.
SIRÉJOLS E., *Entraînez-vous. Grammaire. Exercices* (niveau avancé), Paris, CLE International, 1993.
SIRÉJOLS E. et TEMPESTA G., *Grammaire: le nouvel entraînez-vous avec 450 nouveaux exercices* (niveau débutant), Paris, CLE International, 1997.
SIRÉJOLS E. et RENAUD D., *Grammaire: le nouvel entraînez-vous avec 450 nouveaux exercices* (niveau intermédiaire), Paris, CLE International, 1997.
SIRÉJOLS E. et CLAUDÉ P., *Grammaire: le nouvel entraînez-vous avec 450 nouveaux exercices* (niveau avancé), Paris, CLE International, 1997.

b) Série *Exerçons-nous*

BADY J. *et al.*, *Grammaire: 350 exercices* (niveau débutant), Paris, Hachette FLE, 1996.
c) DELATOUR Y. *et al.*, *Cours de civilisation française de la Sorbonne: 350 exercices de grammaire* (niveau moyen), Paris, Hachette FLE, 1996.

6.3.2 - Bibliografía específica del sector

AA. VV,, *Allô, jécoute: el francés al teléfono*, Paris, Hachette, 1992.
BAS L. et HESNARD C., *La correspondance commerciale française*, Paris, Nathan, 1994.
CRUZ ALONSO Mª C., GUTIÈRREZ P., LAFFARGUE L. et MORÈRE N., *Eurotime*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces, 1996.
DANY M. et LALOY J.-R., *Le français de l'hôtellerie et du tourisme*, Paris, Hachette, 1980.
DESCOTES-GENON C., *La voyagerie, pratique du français du Tourisme* , Aix-en Provence, Presses Universitaires de Grenoble, 1992, 2 vol.
DESCOTES-GENON C. et SZILAGYI E., *Service compris. Pratique du français de l'hôtellerie, de la restauration et de la cuisine*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1995.
LAFITI M.., *L'hôtellerie en français*, Paris, Didier, 1997.
MINISTÈRE DU TOURISME, *Thésaurus du Tourisme et des Loisirs* ,Observatoire national du Tourisme, 1992.

Código Seguro De Verificación	FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Fecha	06/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Página	7/9

PASQUALINI J.-P. ET JACQUOT P., *Tourismes en Europe : action touristique,* Paris, Dunod, 1992.
RENNER H., RENNER U. et TEMPESTA G., *Le français de l'hôtellerie et de la restauration*, Paris, CLE International, 1992.
URBAIN J.-D., *L'idiot du voyage : histoires de touristes*, Paris, Plon, 1991.

6.4 Otras fuentes de información

DANY M. et LALOY J.-R., *Le français de l'hôtellerie et du tourisme* [grabación sonora], Paris, Hachette, 1980 (3 cassettes).
LAFITI M.., *L'hôtellerie en français*, [grabación sonora] Paris, Didier, 1997 (2 cassettes).
Guías rojas y verdes Michelin.
Guías azules Hachette.
Le guide du routard.
Guía de hoteles con encanto: http://www.guidesdecharme.com
Guía oficial de las oficinas municipales y de información turística de Francia: http://www.annuaire_du_tourisme.com/
Guías Michelin en red: http://www.viamichelin.com/viamichelin/fra.
Página de París: http://www.paris.org/parisF.html
Página de la Secretaría de Estado de Turismo: http://www.tourisme.equipement.gouv.fr/

7. EVALUACIÓN

La evaluación combinará la calificación de las pruebas finales con la valoración de los resultados obtenidos en las prácticas anteriormente descritas.

7.1 Evaluación durante el curso (30%)

Durante el curso se realizarán dos trabajos de equipo correspondientes a las actividades descritas bajo el apartado «Metodología». La evaluación de estas pruebas constituirá el 30% de la nota final, y quedará distribuida como sigue:

a) Análisis esquemático de ofertas vacacionales: 10%
b) Oferta de vacaciones en Andalucía: 20%

7.2 Exámenes finales (70%)

Las pruebas finales constarán de un examen escrito y un examen oral. En ambos, la valoración de la competencia lingüística tendrá también en cuenta el dominio de los aspectos sociolingüísticos, discursivos, estratégicos y socioculturales de la lengua francesa.

a) Examen escrito: 50%

Se realizará un examen escrito de tipo teórico-práctico que constará de ejercicios de comprensión y expresión escrita, pruebas gramaticales y redacción. Esta última girará en torno al trabajo realizado.

b) Examen oral: 20%

El examen oral tendrá también por eje los trabajos realizados durante el curso. En él se valorarán los siguientes aspectos:

- Grado de comprensión de las preguntas 20% de la prueba oral

Código Seguro De Verificación	FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Fecha	06/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Página	8/9

- Corrección gramatical:	10%	" "	" "	" "
- Pronunciación:	20%	" "	" "	" "
- Precisión léxica y uso de vocabulario específico:	20%	" "	" "	" "
- Fluidez:	20%	" "	" "	" "
- Capacidad estratégica:	10%	" "	" "	" "

Nota importante: Los alumnos que no hayan realizado las prácticas serán evaluados sobre el 70% de la nota final. Ej. Un alumno que obtuviese 10 en el conjunto del examen final pero no tuviese calificación por prácticas tendría la calificación final de Notable (7), y uno que obtuviese 6 tendría la calificación final de Suspenso (4,2).

Se recomienda a los alumnos (y, en especial, a aquellos que no asistan regularmente a clase) la consulta periódica de la página electrónica de esta asignatura, accesible a través de la sección «Directorio» de la página principal del Departamento de Filología Francesa (http://www.us.es/dfilfran/). Tras pinchar en el recuadro «Pauta» que aparece junto al nombre, elíjase la asignatura «Ampliación de Idioma (Francés)».

Código Seguro De Verificación	FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Fecha	06/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/FXzky6RsP8qdDBvGK/0JtQ==	Página	9/9