

Plano de aula 2x50 min.

Nível:	A2
Domínio	Público/profissional
Tema	viagens
Subtema	ecoturismo
Objetivos	<p>Compreensão oral Texto agravado (CD)</p> <p>Compreensão escrita Texto sobre ecoturismo e ofertas (folhetas) de agências de turismo</p> <p>Produção escrita Texto informativo – oferta da própria agência Frazes curtas, linguagem específica para mercado de turismo</p> <p>Produção oral/interação oral Apresentação da oferta/diálogo com o cliente</p>
Conteúdos	<p>Gramática Revisão: condicional, infinitivo pessoal e interrogativos Conectores e marcadores discursivos (conjunções, locuções conjuncionais, advérbios, locuções adverbiais)</p> <p>Léxico Vocabulário profissional usado na area de turismo; Turismo (tipos de turismo, infraestrutura turistica, equipamento turistico)</p>
Estratégias	<p>Motivação <u>Compreensão oral (1)/interação oral (2)</u> 1. Textos da CD – Tipos de turismo – relacionar com as imagens; 2. TG - Na mapa da Polónia os alunos devem marcar os atividades turísticas que corespondem com as características da região fazendo perguntas: Onde se pode praticar ...? Porquê essa região é boa para esse tipo de atividade?</p> <p>Desenvolvimento <u>Compreensão escrita (1)/produção escrita (2)</u> 1. Leitura dos textos sobre ecoturismo 2. 2 colunas A e B: A-tipos de atividades ecoturísticas, B-definições. Os alunos devem relacionar A com B 3. vocabulário dado (equipamento característico para diferentes tipos do ecoturismo) – relacionar com tipos, por ex.: - <i>ao praticar rafting precisa-se</i></p> <p><u>Conhecimento explícito da língua</u> 1. Infinitivo Pessoal 2. Introdução dos conectores e marcadores discursivos</p> <p><u>Compreensão escrita (1)/produção escrita (2)</u> 1. TG - Contribuição exemplos de ofertas (folhetos) das agências de turismo para diferentes formas de ecoturismo; 2. TG - criar o nome da agência corespondente com o perfil ecoturístico; - desenvolver uma oferta profissional especializada para formas do ecoturismo escolidas pela agência (ca 150 palavras)</p> <p><u>Produção oral (1)/interação oral (2)</u> 1. Apresentação das ofertas incl. o nome da agência; 2. Diálogo com o cliente (ao telefone, na agência, na Feira de Turismo);</p> <p>Sistematização</p>
Recursos	Audio (CD), textos fabricados, fotos, mapas, folhetos, quadro, giz
Avaliação	Presencial