



Università  
per Stranieri  
di Perugia

**Anno Accademico 2019-2020**

## **PROGRAMMA D'ESAME**

Laurea: **Comunicazione Internazionale,  
Interculturale Pubblicitaria (Comiip)**

Insegnamento: **Professional English**

Curriculum: **Internazionale, Pubblicitario**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Renato Tomei**

SSD: **L-LIN/12**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezione e  
110 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Inglese**

## **PREREQUISITI**

---

**Livello MINIMO di conoscenza della lingua Inglese: B1.**

Gli studenti sono tenuti a frequentare il **LETTORATO DI PREPARAZIONE ALLA CATTEDRA PER LAUREE TRIENNALI, CHE VIENE SVOLTO NEL PRIMO SEMESTRE** da un Lettore madrelingua (per studenti frequentanti) e/o accedere e registrarsi alle Webclass del Docente e del Lettore (per studenti non frequentanti).

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

### **Conoscenze e comprensione**

- Consolidare le strutture linguistico-grammaticali dell'Inglese già acquisite, fino al raggiungimento del livello B2 (QCER);
- sviluppare la *critical language awareness* e la consapevolezza delle diversità degli usi linguistici dell'inglese in contesti comunicativi diversi.

### **Capacità di applicare conoscenze e comprensione**

- acquisire le abilità comunicative richieste nei contesti d'uso dell'inglese internazionale, del mondo del business, del marketing e della pubblicità;
-

## CONTENUTO DEL CORSO

---

### **Parte linguistico-grammaticale**

La parte grammaticale, svolta in raccordo con il lettore madrelingua, verterà su temi trattati dalle unità del testo adottato (Market Leader – Intermediate). In particolare:

#### **Unit 1.**

Language Review - Present Simple and Present Continuous

Useful language

#### **Unit 2**

Language Review - Future forms

Skills - Telephoning: Making arrangement

Useful language

#### **Unit 5**

Reading - A New Kind of Campaign

Listening - How advertising works

Language Review - Articles

#### **Unit 7**

Vocabulary - Idioms

Reading - Culture Shock

Language Review - Advice, obligation and necessity

Skills - Social English

#### **Unit 9**

Reading - Trade between China and the US

Language Review - Conditionals

Useful language

### **Parte specialistica**

Il corso è incentrato sullo studio e sull'analisi della comunicazione nell'inglese professionale, sia pratica che teorica.

Vengono introdotte le pratiche dell'inglese argomentativo e le tecniche di 'negoiazione', nell'ambito della job-interview, e del business English (scrittura professionale e interazione nell'ambito del discorso professionale).

Il corso prevede un percorso di preparazione incentrato sulle abilità e le competenze comunicative in ambito professionale che si conclude con una fase finale di *professional presentations* in lingua Inglese su una delle tematiche a scelta da parte di uno studente/un gruppo di studenti (attività non obbligatoria).

**Si ricorda agli studenti che le competenze acquisite per mezzo di questo insegnamento saranno consolidate mediante il LETTORATO OBBLIGATORIO DI INGLESE che per gli iscritti al curriculum Pubblicitario (ComIP-P) si terrà al II anno e per quelli iscritti al curriculum Internazionale (ComIP-**

**I) si terrà al III anno. Le competenze acquisite al termine di tale lettorato costituiscono parte integrante degli obiettivi formativi del presente insegnamento.**

## **METODI DIDATTICI**

---

### PRESENZE:

La presenza dello studente verrà accertata da parte del docente all'inizio e fine di ogni lezione.

Saranno considerati Frequentanti gli studenti che raggiungono il 50% delle presenze.

### Studenti Frequentanti

Lezioni frontali teorico-pratiche in lingua inglese del docente, con controllo periodico e continuo.

Oltre al testo di riferimento, il corso si avvale di supporti digitali e di video, di materiali autentici sviluppati su social and professional media legati al discorso professionale (Professional English) e all'inglese della pubblicità (Advertising English).

Oltre ad esercitazioni di tecniche di scrittura, di comunicazione e di negoziazione, attraverso presentazioni professionali, gli studenti sono tenuti a compilare un glossario condiviso in Web-class, sulla base della terminologia specifica affrontata durante le lezioni.

### Studenti Non Frequentanti

Il punto di riferimento principale per gli studenti non frequentanti è la Webclass.

Inoltre, per gli studenti lavoratori/convenzionati, verranno organizzati n.2 seminari di 1 ora ciascuno nei quali verranno illustrati programma, contenuto e metodi del corso e modalità di preparazione all'esame (scritto/orale).

### WEB- CLASS:

Sulla Web-Class saranno disponibili:

- Documenti ed informazioni relativi al corso del Docente (per studenti Frequentanti e Non-Frequentanti)
- Glossario, Esercitazioni e tests interattivi per preparazione all'esame (per studenti Frequentanti e Non-Frequentanti)
- Documenti (word, Pdf, web link ecc.) relativi ai Topics ed alle singole lezioni del Docente (riservati a studenti Frequentanti)

## **METODI DI ACCERTAMENTO**

---

E' OBBLIGATORIA LA PRENOTAZIONE ONLINE. GLI STUDENTI CHE, UNA VOLTA PRENOTATI, DECIDESSERO DI NON PRESENTARSI, SONO TENUTI A CANCELLARSI DAL SISTEMA SSWEB PRIMA DELL'APPELLO

### **L'ESAME E' SOLO SCRITTO**

Si basa su: nozioni di grammatica (cfr. Sezione "Contenuto del corso – Parte linguistico-grammaticale") e di terminologia (contenuti del Glossario su Web-Class).

**Il superamento dell'esame costituisce requisito indispensabile per la frequenza al Lettorato obbligatorio di inglese previsto al II anno per gli iscritti al curriculum Pubblicitario (ComIP-P) e al III anno per quelli iscritti al curriculum Internazionale (ComIP-I).**

### **TESTI DI RIFERIMENTO**

---

PER STUDENTI FREQUENTANTI E NON FREQUENTANTI il testo adottato per lo studio individuale e di classe:

***MARKET LEADER – Intermediate. Business English Course Book – WITH MY ENGLISH LAB. –***  
D.Cotton, D.Falvey, S.Kent 3<sup>rd</sup> Edition. PEARSON, 2010.

INOLTRE:

PER GLI STUDENTI FREQUENTANTI: Il Docente utilizza materiali propri autentici, integrati con filmografia reperibile in formato digitale e anche online (INDICATI NELLA SPECIFICA SEZIONE DELLA WEB-CLASS) e tematiche tratte dal testo adottato.

PER GLI STUDENTI NON FREQUENTANTI: CONSULTARE IL LETTORE MADRELINGUA.

### **TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO**

---

- *Advertising Culture and Translation.* R. Tomei (Ed.), Newcastle, CSP, 2017.
- *Letter Writing.* K. Cullen, Milano, Hoepli, 2004.
- *New International Business English.* L. Jones, R. Alexander, Cambridge University Press, 2011<sup>2</sup>. Student's Book (cd o audiocassette).
- *The Discourse of Advertising,* G. Cook, London/N.Y., Routledge, 2001<sup>2</sup>.
- *Internet Linguistics,* D. Crystal, London/N.Y., Routledge, 2011.

PER STUDENTI **FREQUENTANTI E NON FREQUENTANTI** E' FONDAMENTALE LA CONSULTAZIONE CONTINUA DELLA PAGINA WEB-CLASS, dove verranno fornite agli studenti indicazioni su ulteriori testi e risorse

(sitografia, sussidi audiovisivi etc.).

Per la parte grammaticale e di uso della lingua, si prega di consultare i lettori madrelingua che consiglieranno i testi considerando il livello del singolo studente.

## **ALTRE INFORMAZIONI**

---

Si ricorda di fare riferimento ai programmi e le regolamentazioni dei lettori di Lingua Inglese per il raggiungimento del livello adeguato della lingua.

**EMAIL: [renato.tomei@unistrapg.it](mailto:renato.tomei@unistrapg.it)**