



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2016-2017

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea: **Comunicazione Internazionale e Pubblicitaria (Comip)**

Insegnamento: **Inglese professionale**

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**.

All'inizio del primo semestre è previsto uno screening test, la cui data di svolgimento sarà pubblicata sul sito dell'Ateneo entro il mese di settembre:

- gli studenti che, in sede di test, potranno esibire certificazioni comprovanti il possesso di un livello di inglese pari a B1 o superiore saranno esentati dal test e automaticamente ammessi a frequentare l'insegnamento nel secondo semestre;
- gli studenti che, a seguito del test, risulteranno possedere un adeguato livello di competenza saranno ammessi a frequentare l'insegnamento nel secondo semestre, senza necessità di ulteriori verifiche;
- gli studenti che, a seguito del test, risulteranno avere un livello inferiore a B1, sono vivamente consigliati di colmare le lacune attraverso le lezioni del LETTORATO PREPARATORIO offerto dall'Ateneo e tenuto da un Lettore madrelingua (per studenti frequentanti) e/o attraverso il supporto delle Webclass del Docente e del Lettore (per studenti non frequentanti). Per accedere all'insegnamento, questi studenti dovranno comunque sostenere un test di verifica del recupero, che si terrà nella pausa didattica tra I e II semestre, in date tempestivamente pubblicate sul sito di Ateneo.

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 With My Englishlab). 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 'negoziazione', 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)

MODALITA' DI VALUTAZIONE

Gli appelli di esame sono cinque l'anno (giugno-luglio-settembre-gennaio-febbraio).

L'esame si divide in due parti: scritto ed orale. Il voto è unico, registrato sul libretto al momento dell'orale.

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

SI ACCEDE ALL'ESAME, SCRITTO E ORALE, ESCLUSIVAMENTE PRESENTANDO IL LIBRETTO O UN DOCUMENTO DI IDENTITA' IN CORSO DI VALIDITA'.

SCRITTO

L'esame scritto è **propedeutico** alla prova orale ed ha validità di 12 mesi.

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

ORALE

N.B. Lo studente dovrà consegnare una LISTA STAMPATA A COMPUTER di n.3 argomenti (dal testo di riferimento per Non Frequentanti e dalla 'List of Topics' per Studenti Frequentanti), **il TESTO ADOTTATO ed il GLOSSARIO stampato.**

La prova orale, in lingua Inglese, si divide in tre parti:

Studenti Frequentanti:

- Parte grammaticale (v.Contenuti del Corso)
- n.4 (minimo) Topics a scelta dalla lista degli argomenti trattati durante le lezioni (v.Webclass – 'List of Topics')
- Glossario definito durante le lezioni (v. Web-Class)

Studenti Non Frequentanti:

- Parte grammaticale (v.Contenuti del Corso)
- n.4 Units a scelta dal libro *MARKET LEADER* – Intermediate - (Unit complete: reading - listening - writing - language)
- Glossario di riferimento (v. 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 3rd Edition. PEARSON.

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

- *Letter Writing*, Hoepli, Milano.
- *New International Business English*. Cambridge University Press. Student's Book (cd o audiocassettes).
- *The Discourse of Advertising*, Routledge.
- *Internet Linguistics*, Routledge.

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.

Si informa inoltre che è stata attivata presso la nostra Università la convenzione con il British Council per la certificazione della Lingua Inglese e si ricorda che gli studenti potranno inoltre usufruire di stage e borse di studio già previste dal corso di studi, compatibilmente con i criteri di selezione e partecipazione degli stessi.

EMAIL: renato.tomei@unistrapg.it