



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2016-2017

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Promozione dell' Italia e del
Made in Italy**

Insegnamento: **Lingua inglese - Business English
(a scelta)**

Anno di corso: **II**

Semestre: **II**

Docente: **Renato Tomei**

SSD: **L-LIN/12**

CFU: **9**

Carico di lavoro globale: **225 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **60 ore di lezione e
165 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

PREREQUISITI

Livello MINIMO di conoscenza della lingua Inglese: **B2.**

Gli studenti con un livello inferiore devono colmare le lacune fino al raggiungimento del B2. **Ciò attraverso le lezioni di LETTORATO con il Lettore madrelingua** (per studenti frequentanti) e attraverso il supporto delle Webclass del Docente e del Lettore (per studenti non frequentanti).

Per accedere al corso con il Docente, gli studenti dovranno dimostrare di avere raggiunto il livello B2 attraverso il superamento di un test scritto con il Lettore (Dr.ssa Loredana Fabbri).

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso ha come obiettivo principale potenziare e consolidare le capacità già acquisite nel triennio e sviluppare nuove competenze professionali nel campo del Business English, con particolare riferimento all'area del Marketing, Advertising, Financial, Management e Professional English.

Nello specifico:

- acquisire conoscenze culturali ed abilità nella lingua Inglese per l'intermediazione, la negoziazione commerciale
- stimolare la capacità di organizzazione finalizzata ad espandere il fenomeno del 'Made in Italy - Made in USA', e di 'trasportarlo' all'estero e nei paesi di origine.

Alla fine del corso il livello di lingua dovrà raggiungere il livello C1.

CONTENUTO DEL CORSO

Il corso si struttura in due parti:

- a. parte su Business English e ESP (English for Special Purposes) nell'area professionale, finanziaria, corrispondenza commerciale, marketing, legale, assicurativa, contrattuale e della negoziazione.
- b. Seminario sul *Lusso nel Made in Italy - Made in USA*. Verranno trattati dei case-studies emblematici del Made in Italy e Hollywood.

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).

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 del *Business English* e *l'International English for Communication*.

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.

WEB- CLASS:

Sulla Web-Class saranno disponibili:

- Documenti ed informazioni relativi al corso del Docente (per studenti Frequentanti e Non-Frequentanti)
- Glossario, Esercitazioni e test 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).

NON SI CONCEDONO APPELLI STRAORDINARI.

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 E UN DOCUMENTO DI IDENTITA' E/O IL PERMESSO DI SOGGIORNO.

SCRITTO

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

Si basa su:

Grammatica: in raccordo con Lettorato.

Terminologia: Glossario di riferimento: v.Web-Class

ORALE

Lo studente dovrà consegnare una lista STAMPATA A COMPUTER di n.5 argomenti (dal testo di riferimento per Non Frequentanti e dalla 'List of Topics' per Studenti Frequentanti).

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

Studenti Frequentanti:

- Parte grammaticale (in raccordo con attività svolte durante il Lettorato)
- n.5 (minimo) Topics a scelta dalla lista degli argomenti trattati durante le lezioni (Webclass – 'List of Topics')
- Glossario definito durante le lezioni (WebClass)

Studenti Non Frequentanti:

- Parte grammaticale (fare riferimento al Lettore)
- n.5 Units a scelta dal libro *MARKET LEADER* – Upper Intermediate - (Unit complete: reading - listening - writing - language)
- Glossario di riferimento: v.Web-Class

TESTI DI RIFERIMENTO

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

MARKET LEADER – Upper Intermediate. Business English Course Book. – 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.

INOLTRE, PER GLI STUDENTI NON FREQUENTANTI:

PER I TESTI RELATIVI ALLA PREPARAZIONE DELL'ESAME SCRITTO CONSULTARE IL LETTORE.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

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.).

Inoltre, si raccomanda l'approfondimento attraverso i seguenti testi:

- Business Letter Writing. Hoepli. Milano

- Bob Dignen and Ian McMaster, Effective International Business Communication, Collins, London 2013.

Utili per esercitazioni (da livello B1 fino al C2):

- Nick Brieger, English for Business: Writing. Collins, London.
- James Schoefield and Anna Osborn, English for Business: Speaking,(cd) Collins, London,2013.
- Ian Badger, English for Business: Listening, Collins, London, 2013 (cd)

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