



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2017-2018

PROGRAMMA D'ESAME

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

Insegnamento: **Lingua inglese - Business English**

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: **Inglese**

PREREQUISITI

Il livello MINIMO di conoscenza della lingua Inglese richiesto è il **B2**.

Gli studenti con una conoscenza della lingua Inglese inferiore al livello B2 devono colmare le lacune fino al raggiungimento del livello richiesto prima di frequentare il Corso.

Per colmare le lacune, gli **studenti frequentanti** parteciperanno alle lezioni di LETTORATO con il Lettore madrelingua, gli **studenti non frequentanti** dovranno studiare i materiali inseriti dal Docente e dal Lettore in *Webclass*, la piattaforma didattica universitaria.

Per dimostrare di aver colmato le lacune, gli studenti, frequentanti e non frequentanti, dovranno sostenere un test scritto con il Lettore; il superamento del test permetterà agli studenti di accedere al Corso di Business English.

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenze e comprensione

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 e abilità nella lingua Inglese per l'intermediazione e la negoziazione commerciale
- stimolare la capacità di organizzazione finalizzata a espandere il fenomeno del '*Made in Italy - Made in USA*', e di esportarlo a livello globale.

Alla fine del corso la conoscenza della lingua dovrà raggiungere il livello C1.

Applicazione delle conoscenze

Lo studente:

- avrà acquisito conoscenze culturali e abilità nella lingua Inglese per l'intermediazione e la negoziazione commerciale
- avrà acquisito la capacità di organizzazione finalizzata a espandere il fenomeno del '*Made in Italy - Made in USA*', e di esportarlo a livello globale
- -avrà acquisito una competenza in lingua inglese pari al livello C1.

CONTENUTO DEL CORSO

Il corso verte su due aree:

1. Business English e ESP (English for Special Purposes) nell'area professionale, finanziaria, corrispondenza commerciale, marketing, legale, assicurativa, contrattuale e della negoziazione.
2. Il *Lusso nel Made in Italy - Made in USA*. In classe saranno trattati degli studi di caso emblematici del Made in *Italy* e di Hollywood (relativamente al cinema).

Il corso prevede un percorso di preparazione dedicato alle abilità e le competenze comunicative in ambito professionale, che si conclude con una fase finale di *professional presentations* in lingua Inglese su uno dei temi a scelta da parte dello studente. Tale attività, che comunque non è obbligatoria, potrà essere svolta anche in gruppo.

METODI DIDATTICI

Per gli studenti frequentanti

Lezioni frontali teorico-pratiche in lingua inglese tenute del docente, con controllo periodico e continuo dell'apprendimento da parte degli studenti attraverso domande e riprese del tema della lezione.

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

Si aggiungono presentazioni professionali, esercitazioni sulle tecniche di scrittura di comunicazione e negoziazione. Per verificare l'apprendimento, gli studenti sono tenuti a compilare un glossario condiviso in *Webclass*, sulla base della terminologia specifica affrontata durante le lezioni.

Per gli studenti non Frequentanti

Il punto di riferimento principale per gli studenti non frequentanti è la *Webclass*, dove saranno disponibili:

- Documenti ed informazioni relativi al corso del Docente (per studenti Frequentanti e Non-Frequentanti)
- Glossario, Esercitazioni e *tests* interattivi per la preparazione all'esame (per studenti Frequentanti e Non-Frequentanti).

- Documenti (word, Pdf, web link ecc.) relativi ai *Topics* ed alle singole lezioni del Docente (solo per gli studenti Frequentanti).

METODI DI ACCERTAMENTO

L'esame si divide in due parti: scritto ed orale.

Il superamento della prova scritta consente l'accesso alla prova orale.

Durante la prova scritta, della durata di 90 minuti, saranno verificate le competenze relative alla comprensione e alla produzione di testi scritti in lingua inglese, nonché la conoscenza e il corretto uso delle strutture linguistico-grammaticali e della terminologia specifica del corso. Durante la prova orale saranno verificate le competenze relative alle abilità comunicative richieste nei contesti d'uso dell'inglese professionale, del mondo del business, del marketing e della pubblicità, nonché delle capacità di presentazione e di 'negoiazione' nell'ambito della *job-interview*.

In particolare, l'esame scritto, che ha validità di 12 mesi, si basa su:

Grammatica: 30 items (programma del Lettorato)

Terminologia: 30 items (Glossario di riferimento inserito in Web-Class)

Per quanto riguarda l'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 (Web-Class)

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: Web-Class

TESTI DI RIFERIMENTO

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

Cotton D., D. Falvey and S. Kent. 2015. *MARKET LEADER* – Upper Intermediate. Business English Course Book. 3rd Edition. PEARSON.

Nello specifico, PER GLI STUDENTI FREQUENTANTI lo studente dovrà conoscere i materiali usati dal Docente integrati con filmografia reperibile in formato digitale e anche online (INDICATI NELLA SPECIFICA SEZIONE DELLA *WEBCLASS*) e temi tratti dal testo adottato.

PER GLI STUDENTI NON FREQUENTANTI:

Richiedere al Lettore la bibliografia per la preparazione all'ESAME SCRITTO.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

PER STUDENTI FREQUENTANTI E NON FREQUENTANTI È 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:

- Tomei, R. 2017. *Advertising Culture and Translation: from colonial to global* Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Dignen B. and Ian McMaster. 2013. *Effective International Business Communication*. London: Collins.

Sono utili per le esercitazioni (da livello B1 fino al C2) i seguenti testi:

- Brieger N. 2008. *English for Business: Writing*. Collins, London.
- Schoefield J. and A. Osborn. 2013. *English for Business: Speaking*. Collins, London.
- Badger I. 2013. *English for Business: Listening*, Collins, London.

ALTRE INFORMAZIONI

Si ricorda di fare riferimento ai programmi e le indicazioni 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.

Il Docente è reperibile all'indirizzo di posta elettronica istituzionale: renato.tomei@unistrapg.it.