



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2018-2019

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

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

Gli studenti con un livello di conoscenza della lingua Inglese inferiore devono colmare le lacune fino al raggiungimento del livello 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).

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 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 il livello di lingua dovrà raggiungere il livello C1.

CONTENUTO DEL CORSO

Il corso si struttura in due parti:

1. Business English e ESP (English for Special Purposes) nell'area professionale, finanziaria, corrispondenza commerciale, marketing, legale, assicurativa, contrattuale e della negoziazione.
2. Promozione del *Made in Italy* nel mondo. Saranno trattati dei *case-studies* 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.

METODI DIDATTICI

Per gli 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 a presentazioni professionali, esercitazioni di tecniche di scrittura, di comunicazione e negoziazione, 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 preparazione all'esame (per studenti Frequentanti e Non-Frequentanti)
- Documenti (word, Pdf, web link ecc.) relativi ai *Topics* e alle singole lezioni del Docente (riservati a studenti Frequentanti)

METODI DI ACCERTAMENTO

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

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

Durante la prova scritta, della durata di 90 minuti, verranno verificate 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. La parte orale verificherà 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 'negoziazione' nell'ambito della *job-interview*.

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

Grammatica: 30 *items* (programma del Lettorato)

Terminologia: 30 *items* (Glossario di riferimento inserito in *Webclass*)

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 (*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: *Webclass*.

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.

INOLTRE, PER GLI STUDENTI FREQUENTANTI:

Il Docente usa materiali propri, integrati con filmografia reperibile in formato digitale e anche online (INDICATI NELLA SPECIFICA SEZIONE DELLA WEBCLASS) e temi tratti 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 È FONDAMENTALE LA CONSULTAZIONE CONTINUA DELLA PAGINA WEBCLASS, dove saranno fornite agli studenti indicazioni su ulteriori testi e risorse (sitografia, sussidi audiovisivi, altro).

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.

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

- 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