# Lingua Inglese (Business English II)

## Proff. Claudia Alborghetti – Simona Anselmi

***OBIETTIVO DEL CORSO***

Il corso si propone di sviluppare la capacità di comprensione di testi scritti e orali di argomento economico attraverso un ampliamento delle conoscenze dei tratti grammaticali e lessicali tipici del linguaggio settoriale. Si propone inoltre di migliorare le capacità di produzione scritta e orale attraverso la redazione di brevi testi specialistici e l’acquisizione di funzioni comunicative spendibili in varie situazioni professionali.

***RISULTATI DI APPRENDIMENTO***

Al termine del corso gli studenti saranno in grado di:

* Utilizzare appropriate strategie per comprendere ed esaminare testi autentici, tra cui articoli specialistici e materiale audiovisivo riguardanti il settore d’indirizzo.
* Redigere brevi testi specialistici (es. *e-mails, letters, reports, minutes*) utilizzando il registro espressivo adeguato e conformandosi alle convenzioni dei vari generi testuali.
* Interagire in contesti professionali, prendendo parte attiva in discussioni, negoziazioni e meeting, e sviluppando capacità di *problem-solving*.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Gli aspetti lessicali, grammaticali, testuali e discorsivi tipici dell’inglese economico verranno indagati e approfonditi esaminando testi di carattere economico riguardanti in particolare le seguenti tematiche:

* Marketing e gestione delle relazioni con i clienti (CRM)
* Responsabilità sociale d’impresa (CSR)
* Finanza sostenibile e opportunità di investimento
* Consulenza
* Strategia aziendale
* Online business
* Le start-up e opportunità di crescita per le nuove imprese
* Project management

***BIBLIOGRAFIA***

Dubicka & M. O’Keeffe, *Market Leader coursebook*, *Advanced*, 3rd Edition Extra, Longman Pearson, ISBN 9781292135274 (disponibile anche in una versione con piattaforma online, *Market Leader coursebook with MyEnglishLab, Advanced*, 3rd Edition Extra, Longman Pearson, ISBN 9781292135274), con particolare riferimento alle unità 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12.

*Testi consigliati:*

Rogers J., *Advanced* *Market Leader Practice File with Audio CD,* 3rd Edition, Longman Pearson, ISBN 9781408237045.

Emmerson P., *Business Grammar Builder, 2nd edition*, Macmillan, ISBN 9780230732544.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso si svolgerà utilizzando il metodo comunicativo, volto a unire attività di ascolto, comprensione di testi scritti, produzione orale e abilità di scrittura.

***METODO DI VALUTAZIONE***

L’esame è scritto e orale.

La prova scritta consta di due parti:

- la prima parte è composta da 2 esercizi di ascolto (risposte vero/falso; completamento di frasi e/o tabelle) e attribuisce un punteggio massimo di 15/60 punti, la durata è di circa 15 minuti.

- la seconda parte è composta da 5 esercizi di comprensione e produzione scritta (completamento di testi con vocaboli specialistici, riformulazione di frasi, completamento/stesura di un breve testo sulla base di traccia e/o formati indicati, risposte multiple choice) e attribuisce un punteggio massimo di 45/60, la durata è di 60 minuti.

Si può accedere alla prova orale solo se il punteggio totale conseguito nella prova scritta è non inferiore a 36/60 punti.

La prova orale consiste nella discussione degli argomenti contenuti nel libro adottato, rispondendo alle domande degli esaminatori e attribuisce un punteggio compreso tra -4 e +4 punti.

L’esame ha valutazione espressa in trentesimi ed è volto a valutare innanzitutto efficacia comunicativa, precisione nel riportare elementi desunti dai testi, padronanza del lessico specialistico, nonché complessità e accuratezza espressiva.

***ORARIO E LUOGO DI RICEVIMENTO STUDENTI***

Il ricevimento studenti si svolge presso lo Studio SeLdA (piano terra, di fronte alla Copisteria) durante il periodo di lezione, tramite appuntamento, scrivendo ai seguenti indirizzi di posta elettronica [claudia.alborghetti@unicatt.it](mailto:claudia.alborghetti@unicatt.it) oppure [simona.anselmi@unicatt.it](mailto:simona.anselmi@unicatt.it)