# English for Food Marketing

## Prof. Simona Anselmi

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si propone di sviluppare la capacità di comprensione di testi scritti e orali inerenti tematiche di marketing e advertising 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.g. *e-mails, letters, reports, presentation slides*) e l’acquisizione di funzioni comunicative spendibili in varie situazioni professionali *(negotiating*, *managing meetings*, *giving presentations*).

Al termine del corso lo studente sarà in grado di:

* utilizzare appropriate strategie per comprendere ed esaminare testi autentici, tra cui articoli specialistici e materiale audiovisivo riguardanti il settore d’indirizzo.
* interagire in contesti professionali, prendendo parte attiva in discussioni, meeting e presentazioni orali.
* redigere brevi testi per presentarsi, descrivere esperienze e progetti, riportare e confrontare fatti/risultati.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

STRUTTURE LESSICALI E TERMINOLOGICHE

Si prevede l’ampliamento delle conoscenze del lessico specialistico del marketing nel settore agroalimentare attraverso l’esame di materiale autentico inerente tematiche quali strategie di marketing, *brands*, *advertising*, internazionalizzazione, *customer satisfaction*, la grande distribuzione, sostenibilità alimentare.

STRUTTURE MORFOSINTATTICHE E DISCORSIVE

Particolare enfasi verrà data alle tecniche di formazione delle parole, all’utilizzo di *collocation* e ai tratti linguistici tipici del linguaggio economico quali *language of trends*, *cause and results*, *modality*.

ABILITÀ COMUNICATIVE

Si eserciteranno le abilità e le strategie richieste nei meeting, nell’esposizione di presentazioni orali, nella discussione di campagne pubblicitarie e nella stesura di testi quali *report* e comunicati stampa.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

*Testi obbligatori*

* *Business English for Food Marketing*, dispensa disponibile presso la copisteria.
* Articoli su Blackboard tratti da giornali o riviste specialistiche su tematiche legate al marketing nel settore agroalimentare.

*Testi consigliati* (soprattutto per gli studenti con un livello inferiore a B2):

O’Driscoll, N. *Marketing*, Market Leader, Pearson, ISBN 9781408220078.

m. duckworth, r. turner, *Business Result Upper-Intermediate Student’s Book* (con DVD-ROM), Oxford University Press. ISBN 9780194739405.

p. emmerson, *Business Grammar Builder, second edition*, Macmillan, ISBN 9780230732544. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/emmerson/business-grammar-builder-grammarcd-9780230732544-223310.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso prevede lezioni frontali, lavori in coppia e di gruppo, discussione di ‘case studies’. Verrà incoraggiata in particolare la comunicazione orale.

Durante il corso verrà distribuito via Blackboard il materiale per permettere l’approfondimento e la discussione in aula e per poter svolgere esercitazioni.

***METODO E CRITERI 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 o a scelta multipla; 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 6 esercizi di lessico, produzione e comprensione scritta (completamento di testi con vocaboli specialistici, formazione delle parole, riformulazione di frasi, completamento/stesura di un breve testo sulla base di traccia e/o formati indicati, risposte vero/falso o a scelta multipla, sinonimi) 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 nell’esposizione e nella discussione degli argomenti contenuti nella dispensa e degli articoli specialistici discussi a lezione e disponibili online, 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.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Lo studente dovrà possedere una conoscenza di livello *upper-intermediate* della lingua inglese.

***ORARIO E LUGO 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 al seguente indirizzo di posta elettronica: [simona.anselmi@unicatt.it](file:///C%3A%5CUsers%5Cselda-pc%5CAppData%5CLocal%5CMicrosoft%5CWindows%5CTemporary%20Internet%20Files%5CContent.IE5%5CNADS3KPK%5Csimona.anselmi%40unicatt.it)

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)