

*Università degli Studi di Enna "Kore"*  
*Facoltà di Scienze Economiche e Giuridiche*  
*Anno Accademico 2020 - 2021*

A.A.	Settore Scientifico Disciplinare		CFU	Insegnamento	Ore di aula	Mutuazione		
2020/21	L-LIN/12		6	<i>Inglese per le scienze economiche e aziendali</i>	36	<b>No</b>		
Classe	Corso di studi			Tipologia di insegnamento	Anno di corso e Periodo		Sede delle lezioni	
L/18	Economia e management			Caratterizzante/Base/Affine	II Anno Secondo Semestre		Plesso Rettorato	
N° Modulo	Nome Modulo	Tipologia lezioni	Ore	Docente	SSD docente	Ruolo	Interno	Affidamento
1	Business English	Lezioni frontali, lavoro di gruppo/individuale/ esercitazioni pratiche (reading, listening, writing, speaking)	20	Anna Anselmo Anna.anselmo@unikore.it	L-LIN/12	(RTD)	Si	Istituzionale
2	Teoria della Comunicazione	Lezioni frontali	16					

### Prerequisiti

Gli studenti avranno conseguito un livello B1 (idoneità CLIK o certificazione equivalente).

## Propedeuticità

Al fine di sostenere l'esame gli studenti dovranno avere superato (e verbalizzato) l'esame di idoneità CLIK in TUTTE le sue parti (scritta e orale).

## Obiettivi formativi

Il corso si propone di perseguire i seguenti obiettivi: apprendimento di lessico specialistico (Business English: HR, Research and Development, Branding, Advertising, Cross-cultural work settings, etc...); apprendimento di functional language legata alle principali situazioni comunicative Business (email writing, meetings, negotiations, phone calls, CV writing, presentations, etc...); pratica delle 5 abilità linguistiche previste dal *Common European Framework of Reference for Languages* (CEFR): reading, listening, writing, speaking, communicative competence.

## Risultati di apprendimento (Descrittori di Dublino):

Alla fine del corso, gli studenti dovranno aver conseguito le seguenti abilità, conoscenze e competenze:

### Conoscenza e capacità di comprensione:

Gli studenti acquisiscono familiarità con e si esercitano nell'uso di lessico specialistico dei seguenti ambiti:

Brands  
Business Travel  
Change  
Organisation  
Advertising  
Money  
Cultures  
Human Resources  
International Markets  
Ethics  
Leadership  
Competition

Gli studenti svolgono pratica di Reading (articoli del *Financial Times*), Listening (sugli argomenti sopra citati, TEDTalks relativi al Business), Writing (email formali/informali), Speaking (short presentations).

Gli studenti acquisiscono alcune nozioni base di organisational communication (processi comunicativi e situazioni comunicative più rilevanti).

### **Conoscenza e capacità di comprensione applicate:**

Gli studenti saranno in grado di usare il lessico specialistico appreso, leggere testi su argomenti business di livello Intermediate (B1+/B2), comprendere inglese parlato di livello Intermediate ((B1+/B2), scrivere brevi testi (brevi mail) di livello Intermediate (B1+), presentare oralmente *case studies* (sugli argomenti sopracitati).

Gli studenti svolgeranno anche alcune attività di revisione linguistico-grammaticale da un punto di vista funzionale: cioè, la grammatica verrà rivista in base alle funzioni comunicative business che permette di esprimere.

### **Autonomia di giudizio:**

Gli studenti acquisteranno indipendenza nella gestione ed uso del lessico specialistico (legata alla competenza B1+/B2), nella produzione e fruizione di testi scritti e orali ad argomento business (in base alla competenza B1+/B2).

### **Abilità comunicative:**

Gli studenti verranno esposti alle principali situazioni comunicative business (email-writing, presenting, negotiations, phone calls, meetings) che impareranno a gestire (in base alla competenza B1+/B2).

### **Capacità di apprendere:**

Gli studenti potranno fruire in autonomia di testi scritti e orali e produrre a loro volta testi scritti o orali (in base alla competenza linguistica acquisita: B1+/B2). Saranno inoltre fornite indicazioni di studio individuale per continuare l'esercizio e l'apprendimento anche dopo la fine del corso.

## **Contenuti del corso**

Il corso presenterà una parte di lezione frontale e presentazione dei contenuti; parti di esercitazione pratica (abilità linguistiche, lessico, revisione grammaticale).

## **Testi adottati**

**Testi principali:**

David Cotton et al., *Market Leader 3<sup>rd</sup> Edition Extra* – Intermediate – Student's Book, Pearson Longman (units 1 to 12, Working across Cultures 1 to 4, Glossary, Writing File, Grammar Reference). (ISBN: 9781292134772).

AA. VV., *Business Communication for Success*, University of Minnesota Libraries Publishing, (chapters 1, 2, 3), libro di testo *open source*, disponibile gratuitamente al seguente link: <https://open.lib.umn.edu/businesscommunication/>

### **Materiale didattico a disposizione degli studenti:**

In aula verranno utilizzati materiali tratti dalle seguenti fonti:

[www.ted.com](http://www.ted.com)

[www.teded.com](http://www.teded.com)

[www.eslbrains.com](http://www.eslbrains.com)

[www.teachingenglish.org.uk](http://www.teachingenglish.org.uk)

[www.onestopenglish.com](http://www.onestopenglish.com)

[www.businessenglishpod.com](http://www.businessenglishpod.com)

Tutti i materiali aggiuntivi usati in aula saranno resi disponibili agli studenti sulla pagina dedicata al corso su [www.unikorefad.it](http://www.unikorefad.it)

Tutte le presentazioni Power Point utilizzate in aula saranno rese disponibili agli studenti sulla pagina dedicata al corso su [www.unikorefad.it](http://www.unikorefad.it)

### **Testi di riferimento:**

Raymond Murphy, *English Grammar in Use Intermediate (B1-B2) 4<sup>th</sup> Edition*, Cambridge University Press, 2015.

### **Modalità di accertamento delle competenze**

L'esame finale sarà composto nel seguente modo:

1. Parte Scritta informatizzata composta da 62 domande:
  - a. 15 domande di revisione linguistica - true/false, multiple choice (0,5 punti a domanda)
  - b. 20 domande di lessico, espressioni idiomatiche e funzionali – true/false, multiple choice (0,5 punti a domanda)
  - c. 15 domande di reading comprehension - true/false, multiple choice (0,5 punti a domanda)
  - d. 12 domande di listening comprehension - true/false, multiple choice (0,5 punti a domanda)

Ogni risposta errata comporta una penalizzazione di 0,5 punti.

L'esito positivo dell'esame scritto si riterrà valido per le due sessioni successive a quella in cui è stato sostenuto.

2. Parte orale che verterà sui seguenti contenuti:
  - a. I 12 *case studies* contenuti nel libro di testo *Market Leader*
  - b. Le 4 sezioni *Working Across Cultures* contenute nel testo *Market Leader*
  - c. I 3 capitoli del testo *Business Communication for Success*

La valutazione della parte orale terrà conto dei seguenti criteri: conoscenza accurata e capacità espositiva dei contenuti, capacità di personalizzare ed esprimere il proprio punto di vista relativamente ai contenuti studiati, conoscenze ed impiego appropriato del lessico oggetto del corso, fluency (scorrevolezza nell'esposizione orale) ed accuracy (correttezza grammaticale – sintattica, morfologica, fonologica).

**\*\*Il materiale bibliografico sopraindicato nella sua integrità, tutti i Power Point delle lezioni e tutti i materiali usati in aula e condivisi su [www.unikore.it](http://www.unikore.it) sono potenziale oggetto d'esame.\*\***

**L'esame è da considerarsi UNICO: la parte scritta e la parte orale si svolgeranno in un SOLO appello d'esame e il colloquio orale non è in alcun modo differibile.**

**Il superamento dell'esame avviene con votazione minima di 18/30.**

## **Orari di lezione e date di esame**

Gli orari di lezione saranno pubblicati sulla pagina web del corso di laurea prima dell'inizio delle lezioni:  
(<https://unikore.it/index.php/it/attivita-em/calendario-lezioni>)

Le date di esami saranno pubblicate sulla pagina web del corso di laurea prima dell'inizio della sessione d'esami:  
(<https://unikore.it/index.php/it/esami-em/calendario-sm>)

## **Modalità e orari di ricevimento**

La prof.ssa Anselmo riceve su appuntamento da prenotare scrivendo a [anna.anselmo@unikore.it](mailto:anna.anselmo@unikore.it).