UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Further Language Knowledge (communication Skills)

2425-1-F7702M071

Obiettivi formativi

Il corso propone un approccio tematico all'acquisizione di competenze di lettura, ascolto e conversazione, rilevanti per il settore del marketing. Accanto a queste competenze settoriali si consolidano sia le competenze comunicative che quelle linguistiche. Il corso fornirà strumenti linguistici, utili per interagire nell'ambito del marketing.

Lo studente sarà in grado di;
• Conoscere bene le strutture linguistiche per poter affrontare situazioni comunicative nel settore del marketing e possedere il vocabolario necessario per esprimersi in situazioni sociali, aziendali e commerciali.
• Approfondire l'uso e la comprensione del linguaggio specifico a livello intermedio-avanzato, al fine di costruire la propria autonomia linguistica nelle situazioni professionali.
• Acquisire il vocabolario fondamentale del settore attraverso gli articoli presentati in aula.
• Il corso si propone di sviluppare la capacità recettiva della lingua scritta praticando le diverse strategie di lettura per affrontare testi di carattere specialistico nella materia.
• Si svilupperà inoltre la capacità di parlare attraverso la discussione dei temi trattati in classe. Ha lo scopo di fornire allo studente una solida base linguistica focalizzata sul linguaggio del settore.

Contenuti sintetici

Il corso si propone di sviluppare le capacità ricettive e produttive praticando le diverse strategie di lettura per affrontare testi di carattere specialistico in ambito turistico. Tali temi verranno poi discussi in classe. Ha lo scopo di fornire allo studente una solida base linguistica focalizzata sul linguaggio del settore.

Programma esteso

Il processo di globalizzazione dei mercati richiede che chi opera nel settore aggiorni continuamente capacità e competenze. Il marketing è uno dei settori trainanti dell'economia italiana. La crescita del settore offre notevoli opportunità occupazionali ma richiede anche la formazione di operatori qualificati, in grado di comprendere e affrontare un mercato molto competitivo. Di fronte a un settore sempre più complesso e competitivo, un mondo in cui i consumatori richiedono prodotti nuovi, personalizzati e sostenibili, le aziende si trovano ad affrontare cambiamenti nelle loro culture del lavoro, nell'organizzazione e nella gestione per fornire servizi adeguati all'industria. Essi devono adeguarsi alla costante richiesta di miglioramento della qualità del servizio e devono essere in grado di misurare l'efficacia e l'efficienza dei sistemi di gestione utilizzati in un'ottica di crescita e sviluppo. La padronanza della lingua inglese consente agli studenti di accrescere la propria validità professionale a livello nazionale e internazionale.

Il corso si propone di sviluppare le capacità ricettive e produttive praticando le diverse strategie di lettura per affrontare testi di carattere specialistico nel campo del marketing. Ha lo scopo di fornire allo studente una solida base linguistica focalizzata sul linguaggio del settore. Il corso si propone di presentare i seguenti argomenti analizzando la lingua sia dal punto di vista grammaticale che lessicale. I temi verranno utilizzati anche per stimolare la discussione.

Loro includono:
Diversità culturale e "differenza" sul posto di lavoro
Problemi di marketing globale
Le problematiche occupazionali in Italia e all'estero
Problemi di leadership e gestione
Sviluppo dei mercati asiatici
Istituzioni finanziarie
Sistemi sostenibili

Prerequisiti

Gli studenti dovranno aver già raggiunto il livello B2 (Quadro comune europeo di riferimento per le lingue/Quadro comune europeo di riferimento per le lingue)

Metodi didattici

Il corso è suddiviso in aree tematiche (vedi sopra), che verranno affrontate in classe con l'obiettivo di sviluppare le competenze linguistiche di ascolto, lettura e conversazione. Le lezioni propongono attività interattive che richiedono la partecipazione attiva degli studenti.
Il corso si compone di 14 ore di didattica (lezioni frontali con l'utilizzo di diapositive, audio e video). Le lezioni si tengono in inglese. Lezioni frontali. Letture, discussioni su argomenti e ascolti.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Il test di accertamento linguistico è una prova scritta della durata di 60 minuti, volta ad accertare la conoscenza della lingua inglese specialistica per il settore turistico. Si compone di 30 domande standard;
• TEST A RISPOSTA CHIUSA (Vero/Falso, Corrispondenze, Scelta Multipla, ecc.).

Il voto ottenuto è espresso in PASS o FAIL.

L'esame si basa sugli argomenti trattati nel corso, reperibili nella dispensa pubblicata nel mese di maggio dell'anno accademico.

Testi di riferimento

Al termine del corso sarà disponibile una raccolta degli articoli e degli esercizi svolti durante le lezioni. Il titolo della raccolta è; "Business amd Marketing issues", del prof. Robin Anderson. Si rinnova ogni anno.

2 “Working with Economic and Business English’; Robin Anderson. Maggioli Editore. ISBN: 978-88-387-6578.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Il corso si svolge nel 2° semestre del secondo anno – 2 ore settimanali

Lingua di insegnamento

Inglese

Sustainable Development Goals

SALUTE E BENESSERE | ISTRUZIONE DI QUALITÁ | PARITÁ DI GENERE | LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI