

ITALIANO PER GLI AFFARI

Il corso si rivolge a studenti che hanno una conoscenza a livello intermedio della lingua italiana e che desiderano ampliare la loro competenza in ambito professionale attraverso l'acquisizione di vocabolario e fraseologia di tipo economico/commerciale. Particolare attenzione sarà data alla comprensione dei fenomeni socio-economici italiani (la percezione dello spazio e del tempo, la comunicazione non verbale, imitazioni e contraffazioni, il "made in Italy" ...). Inoltre sarà fornito un glossario di terminologia economica.

METODO DI ISTRUZIONE

- lezioni frontali
- esercitazioni
- lettura di articoli di giornale
- lavori di gruppo
- presentazione orale individuale

VALUTAZIONE

Partecipazione	10%	
Compiti a casa	10%	
Presentazione Orale	20%	
Prova scritta	40%	
Prova Orale	20%	

SILLABO

MODULO	LINGUA	DOCUMENTI	GRAMMATICA
L'AZIENDA	Descrivere il distretto industriale, il fatturato, l'organico, il settore, funzioni e competenze	Le regole generali della corrispondenza commerciale. - il memo	Comparativi e superlativi
IL PRODOTTO	- Presentare un prodotto a un cliente potenziale -descrivere le applicazioni di un prodotto - descrivere il processo produttivo	- Richiesta di catalogo, listino, campione; - ordine, conferma dell'ordine - preventivi	Fare+ infinito Forma impersonale del verbo
IL LAVORO	Prepararsi a un colloquio selettivo (come gestire la convocazione telefonica, descrivere la propria esperienza professionale, le motivazioni, le aspettative; fare domande)	- curriculum vitae - lettera di accompagnamento	Passato prossimo/imperfetto

VIAGGI DI LAVORO	Prenotare treni, aerei, alberghi	<ul style="list-style-type: none"> - Modulo per rimborso spese - scheda online per prenotazione alberghiera o aerea o noleggio auto 	Il futuro
TELEFONARE IN AZIENDA	<ul style="list-style-type: none"> - gestire conversazioni telefoniche; - verificare la comprensione - mostrare interesse - lasciare messaggi sulle segreterie telefoniche 	Prendere e lasciare messaggi scritti	Il condizionale
RIUNIONI DI LAVORO	Relazioni e presentazioni orali. Illustrare grafici e tabelle, paragonare dati	<ul style="list-style-type: none"> - Rendiconti di riunione - Relazioni scritte su visite ai clienti 	Il discorso indiretto
LA COMUNICAZIONE AZIENDALE E PROMOZIONALE	<ul style="list-style-type: none"> - La pubblicità, opuscoli, cataloghi - organizzare eventi, partecipare a fiere, convegni, congressi 	<ul style="list-style-type: none"> - e-mail di invito a convegni - e-mail per accettare o declinare l'invito 	Il congiuntivo; il periodo ipotetico