

I anno - Lingua francese I A

Anno	Sem.	ETCS	Docente	Insegnamento
I	1	6	Prof.ssa Simonetta Valenti	Lingua francese I A

Presentazione generale del corso

Il Corso mira ad aiutare gli studenti del primo anno ad avvicinarsi in modo progressivo alla lingua francese. A tal fine, una parte di esso (Modulo 1) sarà dedicata alla revisione sistematica del sistema morfo-sintattico di base della lingua francese, mediante lezioni frontali, dettati, esercizi in laboratorio, lavoro domestico ed esercitazioni guidate dalla Docente.

Una seconda parte del Corso (Modulo 2) riguarderà l'approfondimento della micro-lingua del "Français des Affaires", competenza indispensabile e caratterizzante in un Corso di Laurea in Lingue e Comunicazione. Tale studio sarà affrontato in un'ottica sostanzialmente comunicativa, mirante a mettere i discenti in condizione di esprimersi "in situazione" e a costruire nel tempo una adeguata conoscenza del francese utilizzato nel commercio e nell'impresa.

Programma dettagliato del corso

Nel quadro della riflessione linguistica, saranno toccati con particolare attenzione i seguenti argomenti: Morfologia (livello A1/A2).

1. Sintassi.
2. Lessico generale.
3. Lessico specialistico: 'Français des Affaires'.
4. Competenze ed abilità di scrittura.
5. Competenze ed abilità di lettura.
6. Competenze ed abilità comunicative(strategie del codice orale).
7. Traduzione dal francese all'italiano.

Libri di testo

Modulo 1:

- J. GARDE-TAMINE, La Grammaire, A. Colin, Paris, 2005, vol. I et II .
- Dif, Dizionario francese-italiano e italiano-francese, Hachette-Paravia, Torino, ult. ed..
- Le Nouveau Petit Robert de la langue française, Le Robert, Paris, 2007.
- M. GRÉGOIRE, O. THIÉVENAZ, Grammaire progressive du Français avec 600 exercices, Clé International, Paris, 2003, ISBN : 978-2-09-033848-5.
- E. SIRÉJOL, D. RENAUD, Grammaire – 450 nouveaux exercices Niveau intermédiaire, Clé International/SEJER, Paris, 2004, ISBN : 209-033741.

Modulo 2

- J.-L. PENFORNIS, Vocabulaire progressif du Français des Affaires. Clé International/SEJER, Paris 2004, ISBN : 209-033803-2.
- L. RIGAUD, Dictionnaire encyclopédique du Français des Affaires, La Maison du Dictionnaire, Paris, 2005, ISBN : 2856081576.

Esame

L'esame finale conterà delle seguenti parti:

Esercizi grammaticali (25% del voto complessivo); Dettato (25% del voto complessivo); Lettura e comprensione di un testo scritto a indirizzo commerciale (25% del voto complessivo); Traduzione di un testo dal francese all'italiano (25% del voto complessivo).

L'Esame Scritto è propedeutico alla Prova orale di Pratica comunicativa, che verterà sostanzialmente sulla lettura e il commento sintetico di un articolo assegnato e sulla conoscenza del lessico specialistico affrontato durante il Corso. Sono previste prove intermedie, aventi lo scopo di abituare gli studenti al metodo adottato e di prepararli all'esame finale.

Durante la Prova Scritta non è consentito l'uso del Dizionario Bilingue, né del Dizionario di francese commerciale.

I anno - Lingua e cultura francese I B

Anno	Sem.	ETCS	Docente	Insegnamento
I	2	6	Prof. Olivier Bivort	Lingua e cultura francese I B

Presentazione generale del corso

Le français du tourisme. Structures syntaxiques du français moderne.

Programma dettagliato del corso

1. Lingua:
 - la phrase simple ;
 - la phrase complexe ;
 - juxtaposition ;
 - coordination ;
 - subordination ;
 - syntaxe des modes et des temps.
2. Turismo:
 - se présenter et présenter son entreprise ;
 - accueillir des clients ;
 - décrire un lieu et un itinéraire ;
 - concevoir un produit touristique.
3. Les métiers du tourisme.
4. Les produits touristiques.
5. Typologie et formules.
6. Tourisme et société.

Libri di testo

Lingua:

- J. GARDES-TAMINE, La Grammaire, A. Colin, Paris, 2 t., 2002.
- Le Nouveau Petit Robert de la langue française, Le Robert, Paris, 2007.
- DIF, Dizionario Francese-Italiano e Italiano-Francese, Hachette-Paravia, Torino, 2000.

Turismo:

- F. BRIERE-CUZIN et al., Lexitour, Bréal, Paris, 2002.
- A.-M. CALMY, Le Français du tourisme, Hachette, Paris, 2004.
- S. CORBEAU, C. DUBOIS, J.-L. PENFORMIS, Tourisme.com, CLE international, Paris, 2004.

Ulteriori indicazioni bibliografiche verranno fornite durante il corso.

Esame

Parte scritta: comprensione orale>scritto (25%); traduzione italiano-francese di un brano di argomento turistico (25%). Il superamento delle prove scritte è propedeutico alla presentazione della parte orale. Non è consentito l'uso di alcun dizionario.

Parte orale: Colloquio sugli argomenti sviluppati durante l'anno e prova pratica: descrizione di un itinerario, presentazione di un'agenzia o promozione di una destinazione a partire da documenti autentici (50%).

I anno - Lingua inglese I A

Anno	Sem.	ETCS	Docente	Insegnamento
I	1	8	Prof. Carlo Maria Bajetta	Lingua inglese I A

Presentazione generale del corso

Il corso comprende lezioni frontali ed esercitazioni in regime self-access in laboratorio. Oltre a proporre una iniziale revisione della grammatica della lingua inglese, verranno approfondite le conoscenze dei linguaggi settoriali e la comprensione / produzione scritta / orale attraverso un metodo eminentemente comunicativo.

Programma dettagliato del corso

Le unità tematiche affrontate includeranno i seguenti argomenti:

1. "English" and International English.
2. Grammar revision.
3. Making contacts (writing business letters, faxes, and e-mails).
4. Making calls; desk work.
5. Meetings skills.
6. Business travel.
7. Decision-making.
8. Small talk.
9. Time management.
10. Presentations.
11. The technological world.
12. The world of business (retailing, franchising, banking, business and the environment).

Libri di testo

Testi obbligatori:

- M. POWELL, In Company Intermediate. Student's Book with CD-ROM Pack, Macmillan, Oxford, 2007, ISBN-10: 0230020607; ISBN-13: 978-0230020603.
- R. MURPHY, English Grammar In Use with Answers and CD ROM: A Self-study Reference and Practice Book for Intermediate Students of English, Cambridge University Press, Cambridge, 2004, ISBN-10: 0521537622; ISBN-13: 978-0521537629.

Testi consigliati:

Vocabolari:

Si consiglia allo studente di dotarsi di almeno un vocabolario di recente pubblicazione, indicativamente:

Un vocabolario bilingue, ad esempio:

- Garzanti Hazon nuova edizione, inglese-italiano, italiano-inglese (con CD, ISBN 8848000215, senza CD, ISBN 8848000207), Garzanti Linguistica 2003 o ultima ed.
- Il Ragazzini 2004 Dizionario inglese-italiano, italiano-inglese, Zanichelli, Bologna, 2003 (o ultima ed., con CD).

Un vocabolario monolingue, ad esempio:

- Oxford Advanced Learner's Dictionary, Oxford University Press, Oxford, ultima ed.
- Macmillan English Dictionary for Advanced Learners, Macmillan, London, ultima ed. (con CD).
- Longman Dictionary of Contemporary English, Longman, Harlow, ultima ed. (con CD).
- Cambridge International Dictionary of English, Cambridge University Press, Cambridge, ultima ed. (con CD).

Un vocabolario specialistico bilingue oppure monolingue, ad esempio:

- Longman Business English Dictionary, Pearson Education, London-New York, 2000.
- F. PICCHI, Economics and Business dizionario enciclopedico economico e commerciale inglese-italiano italiano-inglese, Zanichelli, Bologna, ultima ed., (con CD).

Grammatiche e volumi di interesse specialistico:

- P. EMMERSON, Business Grammar Builder, Macmillan, Oxford, 2002 (con CD), ISBN:0333754921.
- P. STRUTT, Longman Business English Usage, Longman, Harlow, 2001.

Esame

L'esame finale sarà composto da due parti: Reading and Writing (50% del punteggio totale); Listening (50% del punteggio totale). Sono previste alcune prove intermedie (pop quizzes) e test incentrati sugli speaking skills / conversazione durante il corso.

I anno - Lingua e cultura inglese I B

Anno	Sem.	ETCS	Docente	Insegnamento
I	2	8	Prof. Carlo Maria Bajetta	Lingua e cultura inglese I B

Presentazione generale del corso

Il corso si articola in tre moduli (English for business and work, British and American language and culture, English for tourism) che comprendono lezioni frontali, esercitazioni in laboratorio ed esercitazioni di conversazione. Particolare rilievo verrà dato allo sviluppo di skills comunicativi legati al linguaggio del commercio e del turismo.

Programma dettagliato del corso

Le unità tematiche affrontate nei tre moduli includeranno i seguenti argomenti:

1. Modulo 1: English for business and work:
 - the world of business;
 - the stock market, import-export;
 - company performance;
 - marketing;
 - product and corporate advertising;
 - the business media.
2. Modulo 2: British and American language and culture
 - British and American History and Geography;
 - British and American Institutions;
 - The English Language and its literary/cultural discourses.
3. Modulo 3: English for tourism:
 - Types of holiday;
 - travel agents and tour operators;
 - recruitment and job hunting;
 - trends in tourism;
 - tourists boards, information centres;
 - advising a client, promoting a destination;
 - responsible tourism (ecological and economic issues, national and local government);
 - mapping an itinerary;
 - dealing with claims of compensation, writing memos, describing hotel facilities; tra

Libri di testo

Testi obbligatori:

- M. POWELL, In Company Intermediate. Student's Book with CD-ROM Pack, Macmillan, Oxford, 2007, ISBN-10: 0230020607; ISBN-13: 978-0230020603
- R. MURPHY, English Grammar In Use with Answers and CD ROM: A Self-study Reference and Practice Book for Intermediate Students of English, Cambridge University Press, Cambridge, 2004, ISBN-10: 0521537622; ISBN-13: 978-0521537629.
- C. GARWOOD, G. GARDANI, E. PERIS, Aspects of Britain and the USA, Oxford University Press, Oxford, 1998, ISBN: 0194542459. [da integrare con i materiali on-line disponibili sul sito del corso].
- P. STRUTT, English for International Tourism, Intermediate Student's Book, Longman, Harlow, 2003, ISBN-10: 0582479835; ISBN-13: 978-0582479838.

Testi consigliati:

- D. McDOWALL, Britain in Close-Up, Longman, Harlow, 2000 (o ultima ed., con lista siti Internet).
- E. FIEDLER, R. JANSEN, M. NORMAN-RISCH, America in Close-Up, Longman, Harlow, ultima ed.
- M. VAUGHAN-REES, P. BYSTRM, S. BATEMAN, In Britain: 21st Century Edition, Cideb, Genova, 2000.

Esame

L'esame finale sarà composto da tre parti: Reading and Writing (35% del punteggio totale), Listening (25% del punteggio totale), Speaking (40% del punteggio totale e così diviso: 20% role-play o dialogo su situazione, 20% colloquio incentrato sul volume Aspects of Britain and the USA). Si può accedere alla parte di Speaking solo dopo aver superato le altre prove. Sono previste alcune prove intermedie (pop quizzes) e test incentrati sugli speaking skills / conversazione durante il corso.

I anno - Lingua spagnola I

Anno	Sem.	ETCS	Docente	Insegnamento
I	2	6	Prof. Marcela Olmedo	Lingua spagnola I

Presentazione generale del corso

Il corso sarà basato sulla grammatica, la lettura e la scrittura con una particolare enfasi nella conversazione. Una buona confidenza nell'uso della lingua spagnola sarà raggiunta mediante esercitazioni in classe e l'uso del Centro Linguistico dell'Università. Si eserciteranno i concetti base della grammatica affrontando temi specifici del mondo del lavoro, del turismo e della pubblicità, pensati ed adattati ad un livello principiante. Il lessico specifico del settore imprenditoriale e turistico sarà introdotto mediante giochi di ruolo e la discussione in classe di testi e strumenti multimediali autentici (CD-ROM, video, registrazioni radiofoniche, internet, giornali, riviste), fornendo in questo modo allo studente le basi di una sicura competenza tecnico-linguistica nel suo campo.

Programma dettagliato del corso

1. Introducción general de gramática y comunicación: presentándonos, gustos y preferencias, rutina diaria, expectativas profesionales.
2. El mundo hispanoparlante – cultura y lengua: nociones básicas de geografía, situación socio-política, literatura ed ecosistemas de España y Latinoamérica.
3. Vacaciones: viajando al exterior, restaurantes, bares, hoteles, reservas, clima, salidas, viajes de negocios, centros de información.
4. Entablando una conversación: opiniones, sugerencias, ecc.
5. El mundo laboral: profesiones, desocupación, avisos publicitarios de trabajo, entrevistas de trabajo, solicitud de empleo, cartas formales e informales.
6. La publicidad y el turismo: marketing y turismo, ecoturismo, turismo responsable, ecc.
7. Oltre ai compiti da eseguire settimanalmente, il corso prevede la consegna (durante il semestre) in lingua spagnola delle seguenti esercitazioni:
 - creazione di un percorso turistico a scelta e ideazione linguistica di un depliant a 3 ante;
 - pratica sulla scrittura del proprio CV in spagnolo;
 - una traduzione di ca.500 parole sui argomenti trattati nel corso.

Libri di testo

- M. A. ALVAREZ MARTINEZ, A. BLANCO CANALE, M. L. GOMEZ SACRISTAN, N. PEREZ DE LA CRUZ, Sueña 1, ANAYA, Madrid, 2004.
- M. A. ALVAREZ MARTINEZ, A. BLANCO CANALE, M. L. GOMEZ SACRISTAN, N. PEREZ DE LA CRUZ, Sueña 1, Libro de ejercicios, ANAYA, Madrid, 2004.
- Facoltativo: M. FAJARDO, S. GONZALEZ, Marca registrada: español para negocios, Santillana-Universidad de Salamanca, 1997.

Saranno fornite ulteriori dispense dalla docente.

Esame

L'esame finale sarà composto dalle seguenti parti: Scritta (25% del punteggio): scrivere una lettera, completare frasi, domande a risposte multiple. Comprensione di un testo ascoltato (25%). Orale (30%). Valutazione delle 3 esercitazioni svolte durante il semestre (vedere punto 7 del programma) (20%). Il corso prevede una prova intermedia di valutazione del livello raggiunto che non conterà ai fini dell'esame finale.

I anno - Lingua tedesca I

Anno	Sem.	ETCS	Docente	Insegnamento
I	2	6	Prof. Laura Balbiani	Lingua tedesca I

Presentazione generale del corso

Il corso intende consolidare le conoscenze morfosintattiche di base della lingua tedesca ed è finalizzato alla comprensione e alla produzione orale e scritta di testi adeguati alle situazioni comunicative della vita quotidiana e del mondo del lavoro (livello B1 del Quadro di Riferimento Europeo). L'articolazione in unità tematiche permette il progressivo ampliamento del lessico e la familiarizzazione con diverse microlingue, e si darà particolare importanza alla produzione orale, privilegiando argomenti relativi alla comunicazione, all'impresa e al turismo. Le lezioni si svolgeranno anche nel Laboratorio linguistico multimediale (CLA), dove gli studenti potranno approfondire le loro competenze anche in modalità self-access.

Programma dettagliato del corso

1. Verifica sistematica delle competenze linguistiche.
2. Consolidamento delle strutture linguistiche e ampliamento del lessico.
3. Comunicazione orale:
 - impostazione e correzione di pronuncia e intonazione;
 - conversazione su argomenti quotidiani e su temi relativi a impresa e turismo.
4. Preparazione alla comunicazione scritta:
 - lettura di testi appartenenti a diverse tipologie;
 - sviluppo delle abilità di lettura;
 - (ri-)produzione di diverse tipologie testuali.
5. Le unità tematiche includeranno i seguenti argomenti:
 - Menschen und Familie;
 - Natur und Umwelt;
 - Reisen und Tourismus;
 - Schule, Arbeit und Freizeit.
6. Landeskunde.

Libri di testo

Il testo di riferimento **OBBLIGATORIO**, che verrà usato a lezione, è il seguente:

- em neu – Brückenkurs. Kursbuch. Ismaning, Max Hueber Verlag. ISBN 001696-9.

Per lo studio personale si consiglia un manuale di grammatica fondamentale, ad esempio:

- H. DREYER, R. SCHMITT, Grammatica tedesca con esercizi, Ismaning, Max Hueber Verlag. ISBN 3-19-047255-6.

Eventuale dizionario bilingue consigliato:

- DIT, Dizionario Tedesco-Italiano/Italiano-Tedesco, Paravia, Torino.

Esame

Durante il semestre verranno svolte due prove scritte intermedie (da svolgersi senza dizionario); la media dei punteggi ottenuti costituirà la base di ammissione all'esame finale, che sarà costituito da un colloquio orale orientato alla verifica delle competenze comunicative e interazionali.

III anno - Lingua francese III A

Anno	Sem.	ETCS	Docente	Insegnamento
III	1	6	Prof. Olivier Bivort	Lingua francese III A

Presentazione generale del corso

Les variétés du français.

Programma dettagliato del corso

1. Partie théorique :
 - le français ou les français ?
 - variétés et variations ;
 - niveaux et registres ;
 - usage, norme, référence ;
 - correction et acceptabilité.
2. Partie pratique :
 - les variétés du français dans les médias : presse écrite, radio et télévision, cinéma.

Libri di testo

- C. BLANCHE-BENVÉNISTE, *Approches de la langue parlée en français*, Ophrys, Paris, 2004.
- P. BOURDIEU, *Ce que parler veut dire*, Fayard, Paris, 2004.
- F. GADET, *Le Français ordinaire*, A. Colin, Paris, 1997.
- F. GADET, *La Variation sociale en français*, Paris, nouvelle éd. revue, Ophrys, 2007.
- H. WALTER, *Le Français dans tous les sens*, Le livre de poche, Paris, 1997.

Ulteriore materiale bibliografico verrà fornito durante il corso

Esame

Colloquio orale sugli argomenti sviluppati durante il corso.

III anno - Lingua inglese III A

Anno	Sem.	ETCS	Docente	Insegnamento
III	1	6	Prof. Bryan Weston Wylly	Lingua inglese III A

Presentazione generale del corso

Lo scopo del corso è quello di preparare il discente a passare dall'apprendimento della lingua inglese svolto in ambienti esplicitamente didattici allo sviluppo di tecniche autodidattiche tramite le quali lo studente può proseguire con il suo sviluppo linguistico per tutta la sua carriera professionale.

Durante il corso, la didassi impartita sarà rigorosamente 'comunicativa', in quanto richiede dai partecipanti, oltre ai contributi al discorso emergenti dalle loro proprie conoscenze ed opinioni, il rendiconto degli interessi e delle capacità degli interlocutori per creare un vero scambio interpersonale di idee ed esperienze.

Programma dettagliato del corso

I seguenti temi vengono applicati tramite l'elaborazione di brevi composizioni scritte e la preparazione di presentazioni orali da svolgere in gruppi di lavoro di tre o quattro persone:

1. Qualità delle informazioni.
2. Argomento ed analisi.
3. Esempificazione.
4. Attenzione dell'interlocutore.
5. Logica scorrevole.
6. Conclusione organica.
7. Rapporto retorico con l'interlocutore.
8. Persuasione.
9. Anticipazione e riconciliazione del dissenso.

La metodologia didattica prevede tre ambiti concentrici in cui vengono sviluppati gli argomenti del discorso. Le composizioni scritte forniscono allo studente il veicolo più autonomo per esprimersi. Tramite l'elaborazione delle presentazioni orali, il gruppo di lavoro diventa il foro primario per cui le conoscenze possono essere calibrate secondo una dinamica interpersonale. In terzo luogo, le presentazioni alla classe stimolano un dialogo allargato nonché permettono la valutazione in modo costruttivo da parte di tutti i partecipanti sulla base dello svolgimento della presentazione evidenziata.

Quando possibile, le lezioni si terranno nel laboratorio linguistico multimediale del CLA.

Libri di testo

Per promuovere la conoscenza della linguistica cognitiva tramite l'applicazione pratica di queste teorie, una parte delle lezioni sarà dedicata al seguente testo, obbligatorio per gli iscritti al corso:

- B. RUDZKA-OSTYN, Word Power: Phrasal Verbs and Compounds, Mouton de Gruyter, Berlin, 2003, [ISBN-13: 3 11 017704 8].

In quanto l'elaborazione degli argomenti proposti per i principali compiti di classe richiede una ricerca personalizzata, non verranno adottati altri libri di testo per se. Lo sviluppo della conoscenza linguistica ad alto livello necessita, però, che lo studente si munisca di strumenti scientifici adeguati. Tra questi, vale sottolineare un vocabolario monolingue (ad esempio, il primo dei titoli sotto elencati) nonché uno bilingue (il secondo, con varianti italofono e francofono) ed una grammatica di riferimento (il terzo perlustra la metodologia linguistica integrata dalla didattica di questo corso, mentre il quarto ed il quinto impostano le materie secondo teorie tradizionali e di ampia diffusione, rispondendo a complementari metodi di presentazione). L'applicazione pratica ed efficace di tali strumenti si verifica essenziale alla padronanza di un seconda lingua.

Visto che l'ampio mercato di questi materiali permette allo studente di scegliere gli strumenti più adatti al proprio stile di apprendimento, l'elenco seguente propone titoli consigliati dal docente, ma non necessariamente obbligatori per il corso.

- J. SINCLAIR et al., eds, Collins cobuild Advanced Learner's English Dictionary, 5th edition (Glasgow: HarperCollins, 2006), [ISBN-13: 978-0-00-721012-1 (hdbk + CD-ROM)].
- E. WALTER et al., eds, Cambridge Word-Routes: Italiano-Inglese (Cambridge: Cambridge Univ. Pr., 1995), [ISBN: 0512-48025-6] vs. Anglais-Français [-42583-2].
- G. RADDEN, R. DIRVEN, Cognitive English Grammar, Cognitive Linguistics in Practice 2 (Amsterdam: Benjamins, 2007), [ISBN-13: 978 90 272 1904 6].
- Collins cobuild English Grammar, 2nd edition (Glasgow: HarperCollins, 2005), [ISBN-13: 978-0-00-718387-6].
- Collins cobuild English Usage, 2nd edition (Glasgow: HarperCollins, 2004), [ISBN-13: 978-0-00-716346-5].

Esame

L'obiettivo dell'esame è quello di valutare il discente nella gestione di un discorso professionale, sia scritto che parlato. L'enfasi sarà posta sulla capacità di partecipare attivamente e proattivamente nel dialogo per arrivare alla soglia del livello c. e. f. C2 [upper advanced].

L'esame finale sarà articolato in due parti: una prova scritta ed una orale. Lo scritto consiste nell'elaborazione di un tema scelto fra quelli presentati in seduta d'esame. L'orale inizierà con la presentazione da parte dello studente di un tema fra due precedentemente approvati dal docente. Segue una discussione dell'argomento elaborato. La scelta del tema viene determinata tramite sorteggio.

Non ci saranno prove intermedie, ma la didassi interattiva fornirà ampie opportunità di feedback durante il semestre.

III anno - Lingua spagnola III A

Anno	Sem.	ETCS	Docente	Insegnamento
I	2	6	Prof. Marcela Olmedo	Lingua spagnola IIIA

Presentazione generale del corso

Il corso è finalizzato a far raggiungere agli studenti una conoscenza linguistica al livello C1 del Quadro di Riferimento Europeo per le Lingue, con particolare riferimento al linguaggio settoriale economico-turistico, pubblicitario, comunicazione ed esercitazioni di traduzione per l'ambito cinematografico. Le lezioni combineranno l'insegnamento tradizionale attraverso lo studio accurato di grammatica e sintassi con l'utilizzo di materiali multimediali, audiovisivi, articoli di giornali e documenti prodotti da organizzazioni e ricercatori di Spagna e America Latina. Le lezioni saranno svolte utilizzando il Centro Linguistico di Ateneo.

Il corso sarà integrato da discussioni scritte (relazioni) ed orali (dibattiti) durante le quali gli studenti svilupperanno e potranno mettere in pratica le strategie di critica e il linguaggio di opinione, sostenendo una ipotesi e lo sviluppo nel discorso, utile per la preparazione alla tesi.

Parte del corso sarà dedicata alla traduzione dei sottotitoli per la rassegna di cortometraggi spagnoli "España en corto" (Aosta, Febbraio 2009). Questo percorso didattico ha anche una finalità lavorativa in quanto si tratta di un vero e proprio lavoro di organizzazione di un festival progettato in modo tale da far partecipare gli studenti in tante delle varie tappe organizzative. Per questo non solo ci saranno le traduzioni per i sottotitoli dei cortometraggi, ma è anche prevista la partecipazione degli studenti alla mediazione linguistica fra soggetti locali e gli ospiti spagnoli che saranno presenti all'evento.

Programma dettagliato del corso

1. Comunicación y Marketing:
 - los servicios y la atención al cliente. Definición de cliente y de servicio. Decálogo de la atención al cliente. Componentes básicos para brindar un buen servicio de atención al cliente. Relación costo-beneficios en la atención al cliente. Medición y análisis de la satisfacción al cliente.
 - Elaboración de un ensayo basado en el análisis de la atención al cliente de las compañías de telefonía móvil.
2. Turismo y economía:
 - definición de turismo; tipos de turismo. El impacto del turismo en la sociedad receptora. El intercambio cultural entre visitante y visitado. Las contribuciones del turismo al enriquecimiento cultural local. Turismo y preservación del patrimonio. Turismo y autenticidad. Sostenibilidad ambiental, social y económica.
 - Análisis de itinerarios turísticos en España y America Latina.
3. Análisis lingüístico de la Publicidad:
 - definiciones: diferencia entre Publicidad y propaganda; sociedad de consumo; campaña de publicidad; publicidad subliminal; eslogan publicitario; la publicidad escrita y la publicidad oral.
 - El lenguaje de la publicidad: se analiza el plano del contenido y el plano de la expresión.
 - Análisis objetivo y subjetivo de los mensajes publicitarios, la "veracidad" y la "autenticidad" en la publicidad.
 - Análisis de la oferta turística escrita (Internet, revistas, catálogos, posters, folletos).
4. El mundo del cine y el trabajo de traducción:
 - teoría de la traducción en el ámbito cinematográfico.
 - La variación intralingüística: análisis de casos de España y América Latina.
 - La traducción de lenguas afines: problemas lingüísticos y extralingüísticos.
 - Subtitulado vs doblaje.
 - Metalenguaje, lenguaje juvenil y jerga.
 - Trabajo de traducción para la preparación de los subtítulos para los cortometrajes españoles proyectados en la Reseña España en corto, de Aosta (febrero 2009).
5. Gramática:

los ejercicios gramaticales incluyen: presente subjuntivo, pretérito imperfecto del subjuntivo, pretérito perfecto, pretérito pluscuamperfecto, futuro perfecto, condicional simple, condicional compuesto, gerundio simple, gerundio compuesto.

Libri di testo

Comunicación y Marketing

- L. MARTINEZ MUNOZ. Consideraciones teóricas sobre atención al cliente, www.monografias.com
- FERRER, E. Publicidad y comunicación. De la comunicación telefónica. Fondo de Cultura Económica. México, 2002

El lenguaje de la publicidad

- Patricio Bonta & Mario Farver. 199 preguntas sobre marketing y publicidad. p. 109-142
http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=sJikTspq7iUC&oi=fnd&pg=PA19&dq=lenguaje+de+la+publicidad&ots=gC2gviXP5i&sig=w1YrbDXHN0baQABwfFvN_67AHhE#PPP1,M1
- Mónica Flores Klarik. "Salta a través de las imágenes: Las representaciones de 'lo tradicional' y 'lo popular' en el lenguaje de la folletería turística". Universidad Nacional de Salta, Argentina, Facultad Humanidades, Escuela de Antropología
<http://www.naya.org.ar/congresos/contenido/4rosario/jornadas/ANTROPOLOGIA%20VISUAL/antropologia%20visual%20Klarik.pdf>
- Javier Santacruz y Antonia Camacho. La publicidad, una experiencia en el aula. Sevilla. Comunicar: colectivo andaluz para los medios de comunicación.
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/158/15802020.pdf>
- Nuria Rodríguez Martín. Ocio, consumo y publicidad. España: 1898-1920. Universidad Complutense de Madrid <http://www.ucm.es/info/hcontemp/leoc/taller/ocio.pdf>
- Manuel Garrido, Marina Ramos. La evolución del eslogan en la publicidad gráfica española. Universidad de Sevilla
http://congressos.blanquerna.url.edu/spucp/Pdfs/Garrido_MaqCong05.pdf

Turismo

- M.V.Calvi, N. Provoste. 2002. Amigo viajero: cuaderno de español para el turismo. Zanichelli.
- Ana Salom. El viaje: una oportunidad para aprender a ver: Turismo cultural: revalorización de lo "diferente" en el contexto de un mensaje uniformizante. Consejo de Educación Técnico Profesional. U.T.U. A.N.E.P. R.O., Uruguay http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/jujuy/ponencias/ana_salom.htm
- Jorge Gobbi. Turismo y autenticidad: hacia una propuesta relacional para el estudio de la interacción entre nativos y turistas en las comunidades locales. III Encuentro de Turismo Cultural-NayA, Buenos Aires, 30-31 octubre y 1º noviembre de 2003. "El turismo: espacio de diálogo intercultural".
- D. Botelho, P.R. Rodrigues Soares, V.Ueda. Nuevos escenarios y nuevos actores en el turismo: pensar y actuar desde una perspectiva sostenible.

Traducción

- M. Romero Frías y A. Espa. Problemas lingüísticos y extralingüísticos en la traducción de lenguas afines. Università di Sassari.
www.ucm.es/info/especulo/numero_29/1_afines.html
- M.Paolinelli, E. Di Fortunato. Tradurre per il doppiaggio. Hoepli.
- R, Baccolini, R.M., Bollettieri Bosinelli, L. Gavioli, 1994. Il doppiaggio: Trasposizione linguistiche. Biblioteca della Scuola Superiore di Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori. Forlì. Clueb, Bologna.
- Teoría y práctica de la subtitulación inglés-español □ Díaz Cintas, Jorge. 2003. Barcelona:
- M J Moraza Pulla El reto de traducir una película multilingüe: "Tierra y Libertad"
<http://www.aber.ac.uk/mercator/images/maria.pdf>
- M.Pavesi. La traduzione filmica. Carocci.
- S. Hervey, I. Higgins, L.M. Haywood. 1995. Thinking Spanish Translation. Routledge, London, N.Y.
- Steiner y la comprensión como traducción
http://www.logos.it/pls/dictionary/linguistic_resources.cap_2_22?lang=es
- Il doppiaggio e il sottotitolaggio in Spagna e in America Latina
<http://www.eurologos.com/newsletter/2006-01/It/page5.htm>
- E. Cámara Aguilera. La traducción como acto intercultural. El español y la variación intralingüística
<http://www.elcastellano.org/ecamara.html>

Esame

Come prova scritta sarà richiesta la consegna di una relazione (1500 parole) su UNO dei seguenti argomenti (30%):

l'analisi del rapporto servizio-cliente

l'analisi linguistico di un aspetto all'interno della pubblicità

l'analisi linguistico di un aspetto turistico.

Inoltre, come prova scritta, ogni studente dovrà consegnare una traduzione per i sottotitoli di uno o due cortometraggi (spagnolo-italiano, con un totale di circa 2500 parole) che sarà proiettato durante la rassegna "España en corto" (40%).

L'esame orale consisterà in una presentazione in Power Point di un argomento a scelta accordato preventivamente con la docente su argomenti trattati durante il corso (30%).

III anno - Lingua tedesca III A

Anno	Sem.	ETCS	Docente	Insegnamento
III	1	6	Prof. Laura Balbiani	Lingua tedesca III A

Presentazione generale del corso

Il corso intende sviluppare e approfondire le competenze linguistico-comunicative sia nell'ambito lavorativo, sia dal punto di vista teorico, ed è orientato al consolidamento di una competenza linguistica di livello B2/C1 del Quadro di Riferimento Europeo, con particolare riferimento alle microlingue del mondo del lavoro.

Le differenti unità tematiche che compongono la prima parte del corso sono mirate all'acquisizione del lessico utile per affrontare situazioni concrete di ricezione, interazione e produzione di testi nel mondo del lavoro, con particolare attenzione al settore economico e turistico, anche mediante simulazioni di situazioni tipiche dell'ambiente aziendale (Gesprächstraining).

La seconda parte del corso sarà invece dedicata alla comunicazione in ambito specialistico e al suo funzionamento, con elementi di introduzione all'analisi del testo. Partendo dall'analisi di testi reali tratti da Internet e riviste specializzate saranno quindi approfonditi gli elementi macro e microstrutturali dei testi e i principi basilari della comunicazione.

Programma dettagliato del corso

Le unità tematiche affronteranno in particolare i seguenti ambiti:

1. Menschen und Berufe, Kontaktaufnahme.
2. Lebenslauf und Vorstellungsgespräch.
3. Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen.
4. Wirtschaft und Arbeitsmarkt in Deutschland.
5. Werbung, Messen und Ausstellungen.
6. Reisen und Tourismus.

Per quanto riguarda la comunicazione specialistica saranno trattati i seguenti argomenti:

1. Il modello della comunicazione.
2. Le caratteristiche del testo.
3. Requisiti della comunicazione specialistica.
4. Elementi introduttivi all'analisi del testo.
5. La traduzione specialistica.

Libri di testo

I materiali saranno messi a disposizione di volta in volta dalla docente e raccolti in una dispensa.

Bibliografia di riferimento per la comunicazione specialistica e l'analisi del testo:

- W. HEINEMANN, M. HEINEMANN, Grundlagen der Textlinguistik, Niemeyer, Tübingen, 1991.
- T. ROELCKE, Fachsprachen, Schmidt, Berlin, 2003.
- C. DI MEOLA, La linguistica tedesca. Un'introduzione con esercizi e bibliografia ragionata, Bulzoni, Roma, 2007.
- R.-A. DE BEAUGRANDE, W. DRESSLER, Introduzione alla linguistica testuale, Il Mulino, Bologna, 1994.
- C. ANDORNO, Linguistica testuale. Un'introduzione, Carocci, Roma, 2003.
- Per l'approfondimento personale degli aspetti linguistici, si consiglia:
- H. DREYER, R. SCHMITT, Grammatica tedesca con esercizi, Ismaning, Max Hueber Verlag.

Dizionari bilingui:

- DIT, Dizionario Tedesco-Italiano/Italiano-Tedesco, Torino, Paravia (generale).
- Dizionario del tedesco economico & commerciale, Hoepli, Milano, 2005.

Esame

La prova d'esame consiste in un colloquio sugli argomenti affrontati durante il corso.