



EMNEBESKRIVELSE
EFB1100 English for Business Communication
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Reiseliv
2. Semester	2.semester/1.studieår
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Høgskolelektor Hanne Stavelie
5. Antall timer	45 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskaper</p> <p>Studenten skal etter endt emne ha kunnskaper om profesjonell engelsk tilpasset et utvalg aktuelle situasjoner i arbeidslivet. Etter endt emne skal studentene ha kunnskap om adekvat uttrykksmåte og struktur i både muntlige og skriftlige kommunikasjonsformer, som i forretningsbrev og -mail, telefonsamtaler, muntlige presentasjoner, i kontakt med kunder, kollegaer og partnere. Videre skal studentene ha kunnskap om grammatikk og korrekt setningsoppbygging på engelsk.</p> <p>Ferdigheter</p> <p>Med fokus på det profesjonelle språket, skal emnet gi både en plattform for å mestre krevende utfordringer på engelsk samt å gi praktisk språktrening. Gjennom praktiske språkøvelser, rollespill og case skal studentene oppøve ferdigheter i formell kommunikasjon på engelsk både muntlig og skriftlig innen en rekke profesjonelle kommunikasjonsområder. Videre skal studentene opparbeide ferdigheter i språkstruktur og grammatikk, samt utvikle et profesjonelt ordforråd relatert til reiseliv og forretningsliv, slik at de kan fremstå som dyktige og profesjonelle i interaksjon med kunder og forretningspartnere.</p> <p>Generell kompetanse</p> <p>Studenten skal etter endt emne være i stand til å kommunisere effektivt, formelt og profesjonelt på engelsk i internasjonalt arbeidsliv i en rekke aktuelle situasjoner og roller. Emnet skal gjøre studentene i stand til å mestre muntlige og skriftlige utfordringer på engelsk i forretningslivet og i reiselivsbransjen.</p>

7. Innhold	<p>Studenten skal etter endt emne beherske profesjonell kommunikasjon på engelsk innen følgende områder:</p> <ul style="list-style-type: none">• Skrive forretningsbrev og -mail• Telefonsamtaler• Kunderelasjoner i reiselivet (klagebehandling, kunderådgivning etc.)• Markedsføring og promotering av reisemål• Markedsundersøkelse av et turistsegment• Motivasjon og problemløsning på arbeidsplassen• Muntlig presentasjonsteknikk• Møter
8. Gjennomføring	<p>Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger, gruppeøvelser (skriftlige og muntlige), rollespill og presentasjoner. Det beregnes en betydelig egeninnsats i løpet av kurset, og det legges opp til en interaktiv undervisningsform der studentene deltar aktivt i diskusjoner, simuleringer og andre klasseromsaktiviteter på engelsk.</p>
9. Vurdering	<p>Individuell muntlig eksamen teller 40 % av karakteren i emnet. Studenten fremfører en muntlig presentasjon på 10 minutter. Påfølgende spørsmål kan stilles til presentasjonen og/eller øvrig gjennomgått pensum i emnet. Individuell 3 timers skriftlig slutteksamen teller 60 % av karakteren i emnet.</p>
10. Pensumlitteratur	<p>Sweeney, Simon. 2003. <i>English for business communication: A short course consisting of five modules: Cultural diversity and socialising, telephoning, presentations, meetings and negotiations: Student's book</i>. 2. utg. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 9780521754491. Sider: 176. Pris: 299,-</p> <p>Kompendium for EFB1100 English for business communication selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</p> <p>Blundel, Richard og Kate Ippolito. 2008. Utdrag. I <i>Effective organisational communication: Perspectives, principles and practices</i>, 201-228, 317-348. 3. utg. Harlow: FT/Prentice Hall. ISBN: 9780273713753.</p> <p>Gesteland, Richard R. 2005. Utdrag. I <i>Cross-cultural business behavior: Negotiating, selling, sourcing and managing across cultures</i>, 17-45. København Oslo: Copenhagen Business School Press Universitetsforl. ISBN: 9788215010953.</p>

	<p>Gómex-Majía, Luis R., David B. Balkin og Robert L. Cardy. 2010. Utdrag. I <i>Managing human resources</i>, 76-114. 6. utg. Boston: Prentice Hall/Pearson Education. ISBN: 9780136093527.</p> <p>Harding, Keith. 1998. Utdrag. I <i>Going international: English for Tourism</i>, 43-46, 52-56, 150-155. Oxford University Press. ISBN: 9780194574006.</p> <p>Littlejohn, Andrew. 2005. Utdrag. I <i>Company to company: A task-based approach to business emails, letters and faxes: Student's book</i>, 7-23, 34-36. 4. utg. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 9780521609753.</p> <p>Rodgers, Drew. 1995. Utdrag. I <i>Business communications: International case studies in English</i>, 97-101, 60-67. New York: St. Martin's Press. ISBN: 0312111711.</p> <p>Torvik, Judith. 2009. Utdrag. I <i>Business Communication Skills in English, Fall-2009</i>, 11-13, 37-77. Kompendium produsert for Høyskolen i Telemark.</p>
11. Anbefalt litteratur	<p>Murphy, Raymond. 2004. <i>English grammar in use: A self-study reference and practice book for intermediate students of English: With answers</i>. 3. utg. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 0521537622.</p> <p>Oxford Advanced Learner's Dictionary (tillatt til eksamen), og en god Norsk-Engelsk/Engelsk-Norsk ordbok (ikke tillatt til eksamen)</p>