



**EMNEBESKRIVELSE**  
**EFB1100 English for Business Communication**  
Studieløpsemne

1. Studieløp	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. Krav til forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskaper</b></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><b>Ferdigheter</b></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><b>Generell kompetanse</b></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>

8. Innhold	<p>Studenten skal etter endt emne beherske profesjonell kommunikasjon på engelsk innen følgende områder:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Skrive forretningsbrev og -mail</li><li>• Telefonsamtaler</li><li>• Kunderelasjoner i reiselivet (klagebehandling, kunderådgivning etc.)</li><li>• Markedsføring og promotering av reisemål</li><li>• Markedsundersøkelse av et turistsegment</li><li>• Motivasjon og problemløsning på arbeidsplassen</li><li>• Muntlig presentasjonsteknikk</li><li>• Møter</li></ul>
9. 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>
10. 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>
11. 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. (176 s.) Pris: 194,-</p> <p><b>Kompendium for EFB1100 English for business communication selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</b></p> <p>Blundel, Richard og Kate Ippolito. 2008. <b>Utdrag.</b> <i>Effective organisational communication : perspectives, principles and practices</i>, 3. utg. Harlow FT/Prentice Hall. ISBN: 978-0-273-71375-3. (s. 201-228, 317-348)</p> <p>Gesteland, Richard. 2005. <b>Utdrag.</b> <i>Cross-Cultural Business Behavior. Negotiating, Selling, Sourcing and Managing Across Cultures</i>. Copenhagen Business School Press. (s. 17-45)</p>

	<p>Gómex-Majía, Luis R., David B. Balkin og Robert L. Cardy. 2010. <b>Utdrag.</b> <i>Managing Human Resources</i>. Pearson. ISBN: 0-13-507301-4. (s. 76-114)</p> <p>Harding, Keith. 2007. <b>Utdrag.</b> I <i>Going International. English for Tourism</i>. Oxford University Press. (s. 43-46, 52-56, 150-155)</p> <p>Littlejohn, Andrew. 2005. <b>Utdrag.</b> I <i>Company to company : a task-based approach to business emails, letters and faxes : student's book</i>. 4. utg. Cambridge professional English. Cambridge : Cambridge University Press. ISBN: 978-0-521-60975-3. (s. 7-23, 34-36).</p> <p>Rodgers, Drew. 1995. <b>Utdrag.</b> I <i>Business communications : international case studies in English</i>. New York : St. Martin's Press. ISBN: 0-312-11171-1. (s. 97-101, 60-67).</p> <p>Strutt, Peter, Horner, D., og Jacob, Miriam. 2003. <b>Utdrag.</b> I <i>English for international tourism</i>. Harlow: Longman. (s.10-11, 36-37, 65-69, 108-109)</p> <p>Torvik, Judith. 2009. <b>Utdrag.</b> I <i>Business Communication Skills in English, Fall-2009</i>. Kompendium produsert for Høgskolen i Telemark. (s. 11-13, 37-77)</p>
12. 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: 0-521-53762-2.</p> <p>Oxford Advanced Learner's Dictionary (tillatt til eksamen), og en god Norsk-Engelsk/Engelsk-Norsk ordbok (ikke tillatt til eksamen)</p>