



EMNEBESKRIVELSE
EFB1101 English for Business Communication
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Reiselivsledelse
2. Semester	2.semester
3. Antall studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Hanne Stavelie
5. Antall timer	45 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap</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 uttryksmåte 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

	<ul style="list-style-type: none">• Skrive jobbsøknad og CV• Telefonsamtaler• Kunderelasjoner i reiselivet (klagebehandling, kunderådgivning etc.)• Motivasjon og problemløsning på arbeidsplassen• Internasjonale forhandlinger
8. Gjennomføring	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.
9. Samfunns-/ næringslivskontakt	Case, situasjoner og eksempler fra virkeligheten.
10. Vurdering	<p>Muntlig gruppeeksamen. Gruppe på 2-3 studenter fremfører en muntlig presentasjon på 15 minutter som skal være pensumrelevant. Påfølgende spørsmål kan stilles til presentasjon og/eller øvrig gjennomgått pensum. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.</p> <p>Skriftlig individuell tre (3) timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Hjelpemidler tillatt: Engelsk-engelsk og tospråklige ordbøker.</p> <p>Eksaminering skriftlig og muntlig foregår på engelsk.</p>
11. Pensumlitteratur	<p>Kompendium for EFB1101 English for Business Communication 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>Fisher, Roger, og William Ury. 1999. Don't bargain over positions. I Fisher og Ury, Patton (red.) I <i>Getting to yes: negotiating an agreement without giving in</i>, 3-14, 154. 2. utg. London: Random House.</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>Jacob, Miriam og Peter Strutt. 2003. Utdrag. I <i>English for international tourism : course book</i>. Harlow: Longman.</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. 1998. Utdrag. I <i>Rodgers, English for international negotiations : a cross-cultural case study approach</i>, 21-35, 77-88. Cambridge: Cambridge University Press.</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>
12. Anbefalt litteratur	<p>Murphy, Raymond. 2012. <i>English grammar in use: A self-study reference and practice book for intermediate students of English: With answers</i>. 4. utg. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 9780521189064</p> <p>Oxford Advanced Learner's Dictionary (tillatt til eksamen), og en god Norsk-Engelsk/Engelsk-Norsk ordbok (ikke tillatt til eksamen)</p>