

Italien 4 (Avancé)

Domaine	Economie et Services
Filière	Economie d'entreprise
Orientation	Economie d'entreprise (EE)
Mode de formation	Temps partiel/En emploi

Informations générales

Nom:	:	Italien 4 (Avancé)
Identifiant:	:	HEG-Ita4AV
Année académique	:	2019-2020
Responsable:	:	Elisabeth Paliot
Charge de travail:	:	60 heures d'études
Périodes encadrées:	:	30 (= 22.5 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6	E4	S7	S8
Cours						30						

Connaissances préalables recommandées

Minimum niveau B2.2

Objectifs

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant-e doit avoir acquis et consolidé les compétences linguistiques sur les plans de la compréhension orale et écrite, ainsi que de l'expression orale et écrite, correspondant au niveau B2 + – appliquées au domaine économique –, telles qu'elles ont été définies par le Cadre européen commun de référence pour les langues.

Ainsi l'étudiant-e doit être capable de :

1. Comprendre le contenu essentiel de sujets concrets ou abstraits dans un texte complexe, y compris une discussion technique dans sa spécialité ;
2. Communiquer avec un degré de spontanéité et d'aisance tel qu'une conversation avec un locuteur natif ne comportant de tension ni pour l'un ni pour l'autre ;
3. S'exprimer de façon claire et détaillée sur une grande gamme de sujets;
4. Emettre un avis sur un sujet d'actualité et exposer les avantages et les inconvénients de différentes possibilités » ;
5. S'exprimer sur des sujets complexes de façon claire et bien structurée6. Utiliser la langue de façon efficace et souple dans sa vie sociale, professionnelle ou académique.

(Source(URL) :http://www.coe.int/T/DG4/Portfolio/L=F&M=/main_pages/levels.html)

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Cours: 30 périodes

- Le monde de la publicité : la pensée convergente et divergente, la marque, le brevet, l'image de l'entreprise, emballage du produit, le langage publicitaire, la télévision comme support publicitaire : publicités, campagnes publicitaires, téléachat italien. 20
- Marketing d'entreprises : imitations et contrefaçons : Made in Italy, storytelling d'entreprise 10

Bibliographie

Références bibliographiques et webographie distribuées en classe.

Contrôle de connaissances

Cours:

Une évaluation orale consistant en une animation d'un débat sur un thème économique choisi par les étudiants et basé sur des support dynamiques (vidéo, jeux de rôle, sondages, expériences vécues, etc.).

Examen:

L'atteinte de l'ensemble des objectifs de formation sera vérifiée lors d'un contrôle final commun écrit d'une durée de 90 minutes.

Matériel autorisé:

- Aucun matériel, ni documentation autorisés

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 0.5 + moyenne examen x 0.5

Fiche validée le 12.09.2019 par Borter Silna