

KURSBESKRIVELSE FOR BUSINESS ENGLISH

1. Studium:	BA Internasjonal markedsføring og relasjonsledelse BA Salg og relasjonsledelse
2. Kurs:	Business English
3. Semester:	3. semester
4. Studiepoeng:	10
5. Kursansvarlig:	Høyskolelektor Hanne Stavelie
6. Antall timer undervisning:	Foreleser plikter å ha 60 timer kontakt med studentene i auditoriet/klasserommet.
7. Nødvendige forkunnskaper:	Generell studiekompetanse
8. Fagbeskrivelse:	Kurset skal utstyre OMH-studenter med den nødvendige økonomiske engelsk for studiet ved Høyskolen og for deres fremtidige arbeid i salg og markedsføring. Siden forhandlinger også er et viktig element innenfor salg og markedsføring, vil forhandlinger og forhandlingsteori også bli tatt opp.
9. Mål:	I tillegg til å være praktisk rettet mot skriftlig forretningsengelsk, økonomiske uttrykk og vendinger samt forhandlinger (teori og praksis), kommer kurset i all vesentlighet å være knyttet til emner som er viktige i studiet generelt. Målet er at studentene skal tilegne seg større spisskompetanse i engelsk samtidig som de blir bevisst på hva som må til for å gjøre språklig suksess internasjonalt, så vel i salg som i markedsføring. Det er viktig at studentene har gjort seg opp sine mål og ambisjoner når de begynner på kurset da vi vil forsøke å kjøre noe av tilleggsstoffet på ulikt nivå. Vi kommer delvis til å bruke et læreverk fra serien Cambridge Professional English som vil bli supplert med aktuelle artikler med andre vinklinger. Ved å bruke mappeevaluering, vil studentene bli fulgt opp nøye. De må også levere arbeider med jevne mellomrom. Hovedhensikten med kurset er at det vil bli mer skreddersydd til studentenes behov ved at kurset er mer praktisk rettet mot selve studieløpet.
10. Emneoversikt:	Management: art or science? Company structure Work and motivation Labour relations Product policies Marketing and promotion tools Market structure and competition Business ethics The business cycle Keynesianism and monetarism

	<p>Norway and International trade Entrepreneurs and venture capital Focus on writing: reports and letters, economic terms Negotiations: theory and practise</p>
11. Gjennomføring:	<p>Forelesninger, skriftlige obligatoriske arbeider (se mappe), diskusjoner og aktiv bruk av cases/oppgaver. Studentene må også påregne ulike former for gruppeprosjekter og presentasjoner av egne arbeider.</p>
12. Evaluering (underveis- og sluttevalueringer):	<p>Mappevurdering 40 %. Mappen inneholder skriftlige og muntlige arbeider (5 arbeider totalt). Den gir studenten kontinuerlig tilbakemelding på framgangen i faget, med karakterer underveis. Skriftlig eksamen 60 %.</p>
13. Obligatorisk litteratur med antall sider og pris per bok/hefte:	<p>McKenzie, Ian ,2004 <i>English for Business Studies</i>, Cambridge: Cambridge University Press, 208 sider, 257kr</p> <p>Fisher, Roger and William Ury, 1999, <i>Getting to Yes. Negotiating an agreement without giving in</i>. London: Random House Business Books, 207 sider, 160 kroner</p>
14. Anbefalt litteratur:	<p>Murphy, Raymond, (2003 or later editions) <i>English Grammar in Use</i>, Cambridge: Cambridge University Press.</p> <p>Oxford Advanced Learner's Dictionary, og en god norsk-engelsk/engelsk-norsk ordbok</p>