



EMNEBESKRIVELSE

EBC1100 English Business Communication I

1. Studium/studier	Bachelor i Hotelledelse Bachelor i Reiselivsledelse
2. Studieår/semester	1.studieår - 1.semester
3. Studiepoeng	10
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Hanne Stavelie
5. Antall timer	60 timer
6. Forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. Mål	<p>Emnet har flere delmål:</p> <p>Det skal gjøre studentene i stand til å mestre muntlige og skriftlige utfordringer på engelsk innenfor servicenæringen generelt, og innenfor hotell- og reiselivsbransjen spesielt. Med fokus på det profesjonelle språket, ønsker kurset å gi både en plattform for å mestre krevende utfordringer på engelsk samt å gi praktisk språktrening til den internasjonale arena.</p> <p>Teoretiske og praktiske øvelser i ”intercultural business communication” skal gjøre studentene i stand til å navigere og operere språklig i det internasjonale markedet, og bli oppmerksomme på de interkulturelle utfordringene forbundet med internasjonalt forretningsliv. Øvelser og oppgaver i ”academic writing” knyttes til denne delen, og skal øke studentenes kompetanse i skriving av akademiske oppgaver på engelsk.</p> <p>Gjennom utvalgte caseøvelser knyttet til hotell og reiseliv skal studentene lære å forhandle på engelsk samt mestre essensielle ferdigheter innen forretningskommunikasjon, slik som skriving av brev, rapporter, kommunikasjon over telefon, i møter, presentasjoner etc.</p>

8. Innhold	<p>Emnene spenner over tre områder:</p> <p>A) <u>Praktisk skriftlig og muntlig språkbruk i reiselivs- og hotellbransjen.</u> Pensum inkluderer en rekke praktiske scenarioer relatert til aktuelle temaer som kunderelasjoner og service i reiselivet og hotellnæringen, samt tar for seg viktige emner som utarbeiding av CV og jobbsøknad på engelsk. Profesjonell brevskrivning og muntlig kommunikasjon i profesjonelle sammenhenger (f. eks telefonspråk) er sentrale tema og har fokus på å utvikle relevant ordforråd og språklig stil.</p> <p>B) <u>”Intercultural business communication” og ”academic writing”.</u> Denne delen gir en innføring i interkulturell forretningskommunikasjon, og inkluderer individuelle profiler av forhandlere fra forskjellige land. Teorien knyttes til praktiske øvelser og analyser av ”critical incidents” – situasjoner der forhandlinger har brutt sammen pga kulturforskjeller. Studentene får her en innføring i skriving av akademiske essays på engelsk. Denne delen av kurset danner bakgrunn for del C, internasjonale forhandlinger.</p> <p>C) <u>Internasjonale forhandlinger.</u> To case studies relatert til hotell og reiseliv viderefører teorien studert i del B. Casene er bakgrunn for rollespill som spenner over flere undervisningsøkter, der studentene forbereder og gjennomfører forhandlinger i grupper og til slutt presenterer resultatet av forhandlingene for klassen. Begge casene er basert på teamarbeid, og inkluderer både skriftlige og muntlige øvelser som brevskrivning, telefonsamtaler, rapporter og møter.</p>
9. Gjennomføring	<p>Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger, gruppeøvelser (skriftlige og muntlige), rollespill, skriftlige innleveringer, presentasjoner, IKT-arbeid. Både muntlige og skriftlige arbeider inngår i mappeevalueringen, og studentene får jevnlig tilbakemelding på deres progresjon. Det beregnes en betydelig egeninnsats i løpet av kurset, og det legges opp til en interaktiv undervisningsform der studentene deltar aktivt i</p>

	diskusjoner, simuleringer og andre klasseromsaktiviteter på engelsk.
10. Evaluering	<p>1) <u>Individuell mappe, som teller 40 % av karakteren i faget:</u> Mappen består av seks arbeider (skriftlige og muntlige) som alle må være bestått. Det gis kun karakter på den totale mappen.</p> <p>2) <u>Slutteksamen som teller 60 % av karakteren i faget:</u> Skriftlig, individuell eksamen.</p>
11. Pensumlitteratur	<p>Gesteland, Richard R. 2005. <i>Cross-cultural business behavior: negotiating, selling, sourcing and managing across cultures</i>. 4th ed. København: Copenhagen Business School Press. ISBN: 9788763001496. (351 s.) Pris: 399,-.</p> <p>Stavelie, Hanne, red. 2008. <i>Compendium: English business communication for tourism and hospitality</i>. Oslo: Markedshøyskolen Campus Kristiania. (ca. 200 s.). Pris: ca. 100,-</p> <p><i>Compendium : English business communication for tourism and hospitality inneholder bl.a:</i></p> <p>Fisher, Roger, William Ury og Bruce Patton. 1999. Don't bargain over positions. I <i>Getting to yes: negotiating an agreement without giving in</i>. London: Random House. 3-14, 154.</p> <p>Hamp-Lyons, Liz og Ben Heasley. 2006. Unit 1: the academic writing process. I <i>Study writing: a course in written English for academic purposes</i>. Cambridge: Cambridge University Press. 15-24.</p> <p>Jacob, Miriam og Peter Strutt. 1997. Utdrag. I <i>English for international tourism</i>. Harlow: Longman.</p> <p>Jandt, Fred E. 2004. Dimensions of culture. I <i>An Introduction to intercultural communication: identities in a global community</i>. Thousand Oaks: Sage. 147-180.</p> <p>Lepp, Andrew. 2008. Attitudes towards initial tourism development in a community with no prior tourism experience: the case of Bigodi, Uganda. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> 16 (1):5-22.</p> <p>Manyara, Geoffrey og Eleri Jones. 2007. Community-based tourism enterprises development in Kenya: an exploration of their potential as avenues of poverty reduction. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> 15 (6):628-644.</p>

	<p>Rodgers, Drew. 1998. Case 1: Sun and Fun Tours vs. Hotel de la Playa: compensation for breach of agreement. I <i>English for international negotiations: a cross-cultural case study approach</i>. Cambridge: Cambridge University Press. 21-35.</p> <p>———. 1998. Case 6: tourism comes to Zanir: development of a tourist resort. I <i>English for international negotiations: a cross-cultural case study approach</i>. Cambridge: Cambridge University Press. 77-88.</p> <p>Wellemin, John. 1997. Chapter 5: complaints. I <i>Successful customer care</i>. New York: Barron's. 59-74.</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Anholt, Robert R. H. 2006. <i>Dazzle 'em with style: the art of oral scientific presentation</i>. 2nd ed. Philadelphia: Elsevier Academic Press. ISBN: 978-0-12-369452-2.</p> <p>Fisher, Roger, William Ury og Bruce Patton. 1999. <i>Getting to yes: negotiating an agreement without giving in</i>. 2nd ed., <i>Random House business books</i>. London: Random House. ISBN: 1-84413-146-7.</p> <p>Hamp-Lyons, Liz og Ben Heasley. 2006. <i>Study writing: a course in written skills for academic purposes</i>. 2nd rev ed. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 978-0-521-53496-3.</p> <p>Murphy, Raymond. 2004. <i>English grammar in use: a self-study reference and practice book for intermediate students of English with answers</i>. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 0-521-53289-2.</p> <p>Strunk, William, E. B. White og Maira Kalman. 2005. <i>The elements of style</i>. 4th ed. New York: Penguin Press. ISBN: 1-59420-069-6.</p> <p>Oxford Advanced Learner's Dictionary (tillatt til eksamen), og en god Norsk-Engelsk/Engelsk-Norsk ordbok (ikke tillatt til eksamen)</p>