

32 Business English		
Business English		
Semester	Wahlpflichtbereich	
Credit Points	5	
Pflicht/ Wahlpflicht	Wahlpflicht	
Häufigkeit des Angebotes/ Verwendbarkeit	Das Modul beinhaltet eine Lizenz von LinguaTV.	
Modulverantwortliche(r)	Dipl.-Betriebswirtin (FH) Nicola Claussen-Roelfs, Fachhochschule Lübeck	
Lerngebiet	Fremdsprachen	
Lernergebnisse	<p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Business-Situationen und können in diesen Situationen sicher und angemessen sowohl schriftlich als auch mündlich auf Englisch kommunizieren.</p> <p>Die Studierenden können die erforderlichen Fachbegriffe und Vokabular einsetzen, um über wirtschaftliche Zusammenhänge auf Englisch zu reden.</p> <p>Die Studierenden können die grammatischen Regeln, die im Kurs aufgefrischt und geübt werden, weitgehend fehlerfrei einsetzen.</p> <p>Die Studierenden können relevante Fachtexte analysieren und zusammenfassen.</p> <p>Die Studierenden können kurze, fachrelevante Texte (E-Mails, kurze Geschäftsbriefe usw.) erfassen und selbst korrekt formulieren.</p> <p>Die Studierenden können sich mündlich in den bearbeiteten Themenbereichen problemlos und fließend verständigen. Hierzu beherrschen sie die notwendigen Redewendungen und können sie sicher und flüssig verwenden.</p> <p>Die Studierenden können in Gruppen zusammen arbeiten und auch einzeln die Ergebnisse der Gruppenarbeit präsentieren.</p> <p>Die Studierenden sind sich bewusst, dass eine erfolgreiche Kommunikation mit Individuen und Gruppen immer auch vor dem Hintergrund ihres jeweiligen kulturellen Hintergrunds erfolgen muss (interkulturelle Kompetenz).</p>	
Lernziele nach Bloom	Fachübergreifende Kompetenzen	
	<table border="1"> <tr> <td>Wissen</td> <td>Wissen Die Studierenden lernen grundlegende Situationen aus der englischsprachigen Geschäftswelt kennen. Dabei werden Bereiche wie Vorstellen einer Firma, Verhandlungen, Marketing, Konferenzen, Logistik, Import/Export, Zahlungsbedingungen, Geschäftsreisen, Beschwerden und Werbung/Vertrieb abgedeckt.</td> </tr> </table>	Wissen
Wissen	Wissen Die Studierenden lernen grundlegende Situationen aus der englischsprachigen Geschäftswelt kennen. Dabei werden Bereiche wie Vorstellen einer Firma, Verhandlungen, Marketing, Konferenzen, Logistik, Import/Export, Zahlungsbedingungen, Geschäftsreisen, Beschwerden und Werbung/Vertrieb abgedeckt.	

	Verstehen	Verstehen Die Studierenden beherrschen grundlegendes Fachvokabular. Die Studierenden werden in der Fremdsprache mit Themen wie z.B. die Struktur einer Firma, eigene Arbeitserfahrungen oder das Unternehmen im Wettbewerb auf Englisch vertraut gemacht (Schwerpunkt Phraseologie, flüssiges Sprechen). Die Studierenden werden – mittels dargebotenen Hörübungen – auf muttersprachliche Varianten und non-native Akzente aufmerksam gemacht (Förderung des Hörverstehens).
	Anwenden	wiederholt und vertieft werden, wie z.B. die korrekte Verwendung von Aktiv- und Passivkonstruktionen, weitgehend fehlerfrei umsetzen (Schwerpunkt Grammatik). Die Studierenden können aus einem relevanten Fachtext (z.B. einem Zeitungsartikel oder einer Anzeige) die gewünschten Informationen herausfiltern (Förderung des Leseverstehens). Die Studierenden können erste kürzere fachrelevante Texte (z.B. ein kurzes Memo, einen kurzen Bericht) formulieren (Förderung der Schreibfertigkeit in der Fremdsprache). Die Studierenden sind in der Lage, nach Vorgabe Geschäftskorrespondenz (Brief, Fax, E-Mail) zu ausgewählten Geschäftsvorgängen wie Anfrage oder Angebot korrekt zu formulieren. Die Studierenden können unter Verwendung von gängigen „telephone phrases“ geschäftsbezogene Telefongespräche auf Englisch führen
	Synthetisieren	Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Redemittel zur Beschreibung von Datei und Statistik anhand Graphen, Diagrammen und Tabellen („graph language“). Die Studierenden lernen, mit angebotenen Hilfsmitteln wie Grammatiken, Internetseiten, zwei- und einsprachigen Wörterbüchern und Fachwortschatz mit kommunikativen Konflikten und Missverständnissen auseinanderzusetzen.
Soziale Kompetenz und Selbstkompetenz		
	Evaluieren, Bewerten	Studierenden beteiligen sich an Peer Feedback, d.h. sie wenden eine Evaluationsrubrik an, um die Präsentationen von Mitstudierenden sowie

		ihre eigenen Präsentationen zu kommentieren. Weiterhin beobachten die Studierenden ihre Handlungen während des Prozesses der Gruppenarbeit, um ein ergänzendes Selbstwissen zu erwerben.
Prüfungsvorleistung	Präsenzteilnahme (mindestens 270 Minuten)	
Medien-/ Lernform	Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online-Betreuung (E-Mail, Videokonferenzen, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphase.	
Arbeitsaufwand	Selbststudium: ca. 132 h Webkonferenzteilnahme: ca. 8 h Präsenzteilnahme: ca. 8 h Prüfung: 120 Minuten	
Präsenzart	erfordert physische Anwesenheit	
Präsenzinhalte	Kennenlernen, Besprechung der vorhergegangenen Lernobjekte und Übungsaufgaben, Gemeinsame Bearbeitung weiterer Aufgaben und Übungen, Klärung inhaltlicher Fragen Gemeinsames Ziel aller Aktivitäten ist es, die im Online-Kurs vermittelte Sprache zu ergänzen, zu variieren, zu üben. Dies wäre generell auch online möglich (Chats, Videokonferenzen).	
Prüfungsform	Klausur (120 min.) oder ggf. andere Prüfungsform	
Literatur	Vom Hueber Verlag weitgehend erstelltes Modul, Literaturangaben über das Modul.	
Vertiefungsrichtung	Wahlpflichtfächer	
weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Englisch angeboten	

Studieninhalte

Delegating Tasks

Preparing an agenda for a meeting, participating effectively in a meeting, expressing an opinion, agreeing and disagreeing with a case or fact, being assertive in a meeting, leading a meeting

Scheduling Appointments

Scheduling meetings, managing dates and times, dealing with clients on the phone, accommodating clients' wishes

Greeting Visitors and Guests

General conversation training, making guests feel comfortable, leading visitors to the meeting room, conducting small talk

Negotiating Deals

Structuring and leading a negotiation, expressing an opinion appropriately, agreeing and disagreeing, recognizing and dealing with a range of tactics used by your partners, making concessions where

necessary, handling conflicts within a negotiation

General Inquiries

Talking calls form clients and delaing with people on the phone, clearly introducing oneself, setting out appropriate demands, negotiating costs and terms

Making Offers

Submitting an offer, negotiating on a superior´s behalf, confirming details, decision making, giving and taking personal details

Sending Acknowledgements

Commercial correspondence, composition of letters of conformation and enquiry, business procedure and customs, dictation, customer service

Dealing with Customers

Airing grievances, dealing with complaints, clarifying complicated issues, smartly accepting demands, coming to a common agreement

Booking Accommodations

Telephone reservation, clarifying and confirming arrangements, credit card payments, discussiing a company´s policies and practices

Giving Presentations

Introduction the company, yourself and the topic, preparing a well-structured presentation, answering questions clearly and effectively, developing a discussion with your audience