Centro di Istruzione per l'Adulto e l'Adolescente A. Manzoni

Comune di Milano

Direzione Educazione
Area Servizi Scolastici ed Educativi

PROGRAMMAZIONE MODULARE

Percorso di istruzione: II LIVELLO - 2°.PERIODO Classe ..3/4 AFM a/b.

Disciplina: …INGLESE.

Testi adottati: …IN BUSINESS…Digital Ed...Bentini, Richardson, Vaugham (Pearson Longman)

Curricolo composto da N. Moduli o UdA: ……

COMPETENZE trasversali e disciplinari
• Essere in grado di riferire avvenimenti accaduti in un passato determinato • Essere in grado di parlare di fatti passati che hanno attinenza col presente • Essere in grado di riferire fatti futuri certi e di esprimere previsioni • Essere in grado di comunicare le proprie intenzioni in contesti familiari e lavorativi • Essere in grado di esprimere capacità/abilità, possibilità e probabilità • Essere in grado di formulare ipotesi con diversi gradi di realizzazione • Essere in grado di parlare di obblighi e divieti • Essere in grado di cogliere il senso globale di un testo relativo all'indirizzo • Essere in grado di identificare le informazioni principali di un testo specifico • Essere in grado di utilizzare il linguaggio settoriale (microlingua) • Essere in grado di identificare, completare e produrre semplici testi commerciali • Essere in grado di esporre una semplice relazione scritta

MODULO (UdA) N.1: Titolo ……– classe ……..		
ORE IN PRESENZA: …..	ORE A DISTANZA: ……	TOTALE ORE:……..
ABILITA'	**CONOSCENZE**	
Usare I tempi narrative per riferire di fatti passati e che hanno rilevanza sul presente Esprimere previsioni, intenzioni, fatti futuri certi e che accadranno in un tempo previsto secondo un	I tempi narrativi: *Past Simple; Past Continuous; Present Perfect Simple; Present Perfect Continuous; Past Perfect Simple* I tempi futuri: *Present Tenses for the Future (Present*	

programma Esprimere azioni senza precisare il soggetto con cause ed effetti Formulare ipotesi con diversi gradi di realizzazione	*Simple and Continuous); the Future with* 'Will'*; the Future with* 'BE going to'*; Future Continuous* I verbi modali: *Can/Could/Be Able To; May/Might/To Be Allowed; to Be expected, to Be supposed to; Must/Have To; Mustn't/Needn't/do not have to* I tempi passivi: present and past Il periodo ipotetico: 1st , 2nd , 3rd Conditional The Infinitive and the –ing Form

MODULO (UdA) N.2: Titolo …… classe ……		
ORE IN PRESENZA: …..	ORE A DISTANZA: ……	TOTALE ORE:……..
ABILITA'	**CONOSCENZE**	
Reperire informazioni nel WEB; raccogliere e selezionare informazioni rilevanti; presentare una breve e semplice relazione orale; completare un diagramma Comprendere il significato generale di messaggi scritti e orali di vario tipo; interagire in conversazioni su argomenti relativi al lavoro; leggere e analizzare le informazioni contenute in un sito WEB Comprendere gli elementi fondamentali di conversazioni dirette e telefoniche commerciali; realizzare una conversazione telefonica commerciale; analizzare email, fax, lettere, ed evidenziarne parti ed elementi; completare un email o un fax; ricostruire e produrre testi commerciali	**Business Theory** Unit 1: Commerce and Trade, Channels of Distribution, The Four Factors of Production, The Three Sectors of Production, The Chain of Production, The Internet Revolution, E-Commerce Unit 2: The Organisation of Business, Multinationals **Business Communication** Unit 1: The Business Transaction, Speaking Business, Writing Business Unit 3: Enquiries and Replies	

Centro di Istruzione per l'Adulto e l'Adolescente A. Manzoni

Comune di Milano

Direzione Educazione
Area Servizi Scolastici ed Educativi

MODULO (UdA) N.3: titolo …….. –classe .3/4 AFM a/b		
ORE IN PRESENZA: …..	ORE A DISTANZA: ……	TOTALE ORE:……..
ABILITA'	**CONOSCENZE**	
Discutere e confrontare dati emersi dalla somministrazione di un questionario; presentare una relazione orale; identificare gli elementi che rendono efficace un messaggio pubblicitario; analizzare un questionario Effettuare confronti; focalizzare i punti chiave di un argomento; identificare cause ed effetti	**Business Theory** Unit 7: Marketing, Market Research, The Marketing Mix **Our Changing World**	