

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, Vaughan (Pearson Longman)

Curricolo composto da N. Moduli o UdA:

COMPETENZE trasversali e disciplinari
<ul style="list-style-type: none"> • 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		
ABILITA'	CONOSCENZE	TOTALE ORE:.....
ORE IN PRESENZA:	ORE A DISTANZA:	
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: <i>Past Simple; Past Continuous; Present Perfect Simple; Present Perfect Continuous; Past Perfect Simple</i> I tempi futuri: <i>Present Tenses for the Future (Present</i>	

Direzione Educazione
Area Servizi Scolastici ed Educativi

<p>programma Esprimere azioni senza precisare il soggetto con cause ed effetti Formulare ipotesi con diversi gradi di realizzazione</p>	<p><i>Simple and Continuous); the Future with 'Will'; the Future with 'BE going to'; Future Continuous</i> I verbi modali: <i>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> I tempi passivi: present and past Il periodo ipotetico: 1st, 2nd, 3rd Conditional The Infinitive and the -ing Form</p>
---	--

<p>MODULO (UdA) N.2: Titolo classe</p>		
<p>ORE IN PRESENZA:</p>	<p>ORE A DISTANZA:</p>	<p>TOTALE ORE:.....</p>
<p>ABILITA'</p>	<p>CONOSCENZE</p>	
<p>Reperire informazioni nel WEB; raccogliere e selezionare informazioni rilevanti; presentare una breve e semplice relazione orale; completare un diagramma</p> <p>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</p> <p>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</p>	<p>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</p> <p>Unit 2: The Organisation of Business, Multinationals</p> <p>Business Communication Unit 1: The Business Transaction, Speaking Business, Writing Business Unit 3: Enquiries and Replies</p>	



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	
<p>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</p> <p>Effettuare confronti; focalizzare i punti chiave di un argomento; identificare cause ed effetti</p>	<p>Business Theory Unit 7: Marketing, Market Research, The Marketing Mix</p> <p>Our Changing World</p>	