Warum heute „betagte“ Publikationen zum Thema Handelskorrespondenz ins Netz setzen?

Weil sich das Wesen der Kommunikation und Interaktion im Handelsbereich – ob zwischen Handelspartnern, mit Vorgesetzten, Gesellschaften oder Institutionen – grundsätzlich nicht geändert hat: Die Mitteilungsabsichten, die die einzelnen Kommunikationsformen bestimmen – ob Bestellung, Nachfrage nach Informationen, Entschuldigungsschreiben, usw. – bleiben bestehen. Was heute anders ist, sind die Kommunikations*formen*: Statt Briefen werden nun E-Mails, Kurznachrichten und SMS mit einem entsprechenden anderen Stil verwendet. Der didaktische und methodische Ansatz bleibt aber weiterhin gültig und kann daher in Richtung einer Auflistung von Deskriptoren von Handlungskompetenzen in der Handelssprache im Sinne des Begleitbandes (Companion Volume) des GeRs sowie zur Gestaltung von Mediationsaufgaben und Szenarien ausgebaut werden.

Perché pubblicare oggi online testi ormai “datati” sul tema della corrispondenza commerciale?

Perché la natura della comunicazione e dell’interazione in ambito commerciale – sia tra partner commerciali, sia con superiori, aziende o istituzioni – non è sostanzialmente cambiata: le intenzioni comunicative che determinano la tipologia di comunicazione – che si tratti di ordini, richieste di informazioni, lettere di scuse, ecc. – rimangono le stesse. Ciò che oggi è diverso sono le forme di comunicazione: al posto delle lettere si utilizzano e-mail, messaggi brevi e SMS e diverso è quindi lo stile relativo. L’approccio didattico e metodologico rimane tuttavia valido e può quindi essere sviluppato in direzione di descrittori di competenze del *saper fare* mediante la lingua in ambito commerciale, sulla base del Companion Volume del QCER, con l’obiettivo per es. della creazione di compiti (*tasks*) di mediazione e di scenari.