



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular

INGLÊS

Ano Lectivo 2019/2020

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa (1º Ciclo)

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo de Estudos

1º

4. Unidade Curricular

INGLÊS (V1007)

5. Área Científica

6. Ano curricular

1º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

8. Tipo de aula e carga horária (tempo de trabalho)

Aulas Teóricas:

Aulas Práticas:

Aulas Teórico-práticas: 30,00

Orientação Tutorial: 20,00

9. Créditos

6,00

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutora MARIA MARGARIDA DE OLIVEIRA RENDEIRO

12. Assistentes

13. Língua de ensino

Inglês

14. Objectivos Gerais

A Unidade Curricular Inglês permite ao discente utilizar esta língua como uma ferramenta eficaz na comunicação escrita e oral e aplicar os seus conhecimentos técnicos com desenvoltura e confiança. A aprendizagem do Inglês em contexto empresarial corresponde a um nível intermédio/avançado.

15. Objectivos Específicos

- 1) Interpreta e analisa diferentes manifestações multiculturais, discutindo-as em inglês.
- 2) Decide, tendo em conta diferentes enquadramentos e especificidades culturais, quando promove de produtos ou serviços.
- 3) Discute em língua inglesa diferentes problemas relacionados com política e mercados internacionais

16. Competências a adquirir

Competência linguística, sócio-linguística, discursiva estratégica, sócio-cultural e competências sociais.

17. Metodologia de ensino

A metodologia é centrada na aprendizagem do discente, orientada para casos práticos e estimulando a pesquisa e prática dos tópicos constantes no Programa. Procura-se que o aluno atinja um bom nível de autonomia no uso da língua inglesa.



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

1. The Recruitment Process
 - 1.1. The Curriculum Vitae and the Letter of Application
 - 1.2. The Job Interview
2. The Political System in the United Kingdom
3. Brands
4. International Marketing and Cultural Differences
5. Charts, Graphs and Pie Charts: Describing them

19. Métodos de Avaliação

Os alunos serão avaliados pela assiduidade às aulas, participação e interesse demonstrados durante as actividades lectivas. Serão valorizados trabalhos de casa.

Serão fixados um trabalho de índole prática para aplicação do vocabulário específico e dois testes escritos.

Serão ainda avaliados por uma frequência marcada pela Universidade.

20. Recursos Didácticos

O material de apoio ao trabalho será constituído por textos e exercícios impressos, casos práticos, artigos de jornais e programas televisivos e radiofónicos.

21. Palavras Chave

Cross-culture;
Cultural Differences
Marketing;
Promotion;
Media;
Socializing



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Dignen Bob
Título: Communicating Across Cultures
Edição: 1 Ano: 2011
Local: Cambridge
Editora: Cambridge University Press

Autor(es): O' Driscoll, Nina
Título: Market Leader: Marketing
Edição: 1 Ano: 2010
Local: Essex
Editora: Pearson Education Ltd

Autor(es): Hughes, John et al
Título: Business Results
Edição: 1 Ano: 2016
Local: Oxford
Editora: Oxford University Press

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): EMERSON, Paul
Título: Business Grammar Builder
Edição: 1 Ano: 2010
Local: London
Editora: Macmillan

Autor(es):
Título:
Edição: Ano:
Local:
Editora:



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Ficha técnica MIP	
Título	Programa da unidade curricular 'INGLÊS': Ano Lectivo 2019/2020
Autor	Prof. Doutora MARIA MARGARIDA DE OLIVEIRA RENDEIRO
Classificação	-
Descritores	-
Colaborador(es)	-
Data/Hora	19-07-2019 18:24:00
Formato de dados	Texto, PDF
Estatuto de utilização	Acesso público
Relação	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2019	