



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
INGLÊS

Ano Lectivo 2020/2021

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 ANA SOFIA MASCARENHAS PROENÇA PARENTE DA COSTA

12. Assistentes

13. Língua de ensino

Inglês

14. Objectivos Gerais

A unidade curricular tem como objectivo a aprendizagem do vocabulário de língua inglesa, escrito e oral aplicado à área nuclear do curso de Marketing.

15. Objectivos Específicos

- Aplicar em inglês o vocabulário técnico utilizado em Marketing
- Adequar a produção verbal, oral e escrita, a diferentes situações de comunicação
- Usar com correção a terminologia na produção de documentos escritos em inglês sobre Marketing

16. Competências a adquirir

- Desenvolver a capacidade de:
- Compreender um texto de Marketing em inglês
- Analisar uma estratégia de marketing concreta ou um problema de marketing e conseguir elaborar uma avaliação escrita e oral da situação e defender oralmente a solução proposta

17. Metodologia de ensino

- Aulas teórico-práticas leccionadas em inglês em que serão abordados conceitos relacionados com o programa da unidade curricular, recorrendo a slides e a exemplos actuais e reais.
- Aulas de orientação tutorial leccionadas em inglês em que serão analisados casos práticos que permitam aos alunos desenvolverem a sua capacidade de resolução escrita e apresentação oral do problema analisado.



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

1. Introduction
2. Marketing Planning
3. Strategic Marketing Management
4. Value, Consumer Satisfaction and Loyalty
5. Blue Ocean Strategy
6. The Marketing Environment
7. Consumer Buying Behaviour
8. Competitor Analysis
9. Segmentation, Targeting and Positioning
10. Marketing-mix: Product, Price, Communication and Place strategies

19. Métodos de Avaliação

A avaliação da unidade curricular será composta de:

- 2 testes
- Assiduidade e participação nas aulas

20. Recursos Didáticos

Serão utilizados como recursos didáticos:

- Leccionação acompanhada de slides que serão disponibilizados aos alunos antes das respectivas aulas
- Artigos científicos e casos que serão disponibilizados no moodle
- Bibliografia recomendada da unidade curricular

21. Palavras Chave

Marketing strategy
Market environment



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Philip Kotler and Kevin Lane Keller
Título: Marketing Management
Edição: 15^a Ano: 2016
Local:
Editora: Pearson

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

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

24. Bibliografia Complementar

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

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



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Ficha técnica MIP	
Título	Programa da unidade curricular 'INGLÊS': Ano Lectivo 2020/2021
Autor	Prof. Doutora ANA SOFIA MASCARENHAS PROENÇA PARENTE DA COSTA
Classificação	-
Descritores	-
Colaborador(es)	-
Data/Hora	30-01-2021 18:36:00
Formato de dados	Texto, PDF
Estatuto de utilização	Acesso público
Relação	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2021	