



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
INGLÊS

Ano Lectivo 2024/2025

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo

1º

4. Unidade Curricular

INGLÊS (V1007)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

1º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA
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 ECTS

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. Objetivos 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. Objetivos 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
LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

1. Introduction
2. Planning a Marketing strategy: use of english
3. Discussing Strategic Marketing Management
4. How to define Value, Consumer Satisfaction and Loyalty
5. Exploring the Marketing Environment
6. Discussing Consumer Buying Behaviour
7. Competitor Analysis
8. Presenting Segmentation, Targeting and Positioning
9. Marketing decision and communication tools: the Marketing-mix

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
- Casos que serão disponibilizados no moodle
- Bibliografia recomendada da unidade curricular

21. Objetivos de Sustentabilidade

Objetivo 4

Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos.

22. Palavras Chave

Marketing strategy
Market environment



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Alexander Chernev
Título: Marketing Management
Edição: 16ª Ano: 2021
Local:
Editora: Pearson

Autor(es): Sally Dibb, Lyndon Simkin, William Pride, O. Ferrell
Título: Marketing Concepts & Strategies
Edição: 9ª Ano: 2023
Local:
Editora: Cengage

Autor(es): Sylee Gore
Título: English for Marketing & Advertising
Edição: Ano: 2008
Local:
Editora: Oxford

24. Bibliografia Complementar

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

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



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Ficha técnica MIP / MIP Datasheet	
Título / Title	Programa da unidade curricular 'INGLÊS': Ano Lectivo 2024/2025
Autor / Author	Prof. Doutora ANA SOFIA MASCARENHAS PROENÇA PARENTE DA COSTA
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	01-08-2024 17:37:00
Formato de dados / Data Format	Texto / Text, PDF
Estatuto de utilização / Usage	Acesso público / Public Access
Relação / Relation	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada, 2024	