INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

| | | | |
|---|---|---|---|
| Unidade Curricular | Inglês Técnico e Comercial | Área Científica | Línguas e Literaturas Estrangeiras |
| Licenciatura em | Marketing | Escola | Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela |
| Ano Letivo | 2022/2023 | Ano Curricular | 1 |
| Nível | 1-1 | Créditos ECTS | 6.0 |
| Tipo | Semestral | Semestre | 1 |
| Código | 9205-714-1103-00-22 | | |

| Horas totais de trabalho | 162 | Horas de Contacto | T - | TP 60 | PL - | TC - | S - | E - | OT - | O - |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s): Maria de Lurdes da Silva M Neves

## Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
1. Compreender e analisar textos mais longos e complexos da área de especialização;
2. Identificar terminologia específica e ser capaz de aplicá-la em função de necessidade de contexto profissional;
3. Produzir textos escritos de extensão e complexidade crescentes no âmbito da área específica;
4. Compreender e responder textos orais, de nível linguístico mais elevado, sobre assuntos geral e específico;
5. Ser capaz de aplicar estruturas gramaticais de maior relevância;
6. Comunicar efetivamente no contexto social, profissional e académico, equivalente ao nível B2 do QECR.

## Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Ter bons conhecimentos da língua inglesa, adquiridos no ensino secundário.

## Conteúdo da unidade curricular

Negócios. Marketing. Correspondência comercial. Socialização.

## Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. NEGÓCIOS:
   - Introdução aos negócios;
   - Como estabelecer/iniciar um negócio;
   - Organização de negócio;
   - Estrutura de uma empresa;
   - Empresa global/Multinacionais;
2. MARKETING: Conceitos de marketing:
   - Breve história de marketing;
   - A evolução de marketing;
   - O departamento de marketing;
   - O marketing mix;
   - Estratégia e plano de marketing;
   - Marca comercial;
   - Publicidade;
   - Marketing internacional;
   - Franchising;
   - Marketing e a sociedade.
3. CORRESPONDÊNCIA COMERCIAL:
   - Curriculum vitae;
   - Carta de candidatura a emprego;
   - Solicitar detalhes sobre produtos e serviços;
   - Fornecer informações sobre produtos e serviços
   - Carta de reclamação;
   - Carta para fazer uma reserva;
   - Memorando;
   - Fax e e-mails formais.
4. SOCIALIZAÇÃO:
   - Conhecer pessoas: saudar e responder a saudações;
   - Apresentar pessoas;
   - Informar sobre dados pessoais;
   - Dar boas-vindas a visitantes;
   - Entreter-se com visitantes;
   - Ir ao restaurante;
   - Fazer chamadas telefónicas;
   - Marcar um encontro de negócios por telefone.

## Bibliografia recomendada


1. Cotton, D. , Falvey, D. & Kent, S. (2011). Market Leader Upper intermediate (3rd ed.). Pearson.
2. Mann, M. & Taylore-Knowles, S. (2006). Destination B2- Grammar & Vocabulary. Macmillan.
3. Mascull, B. (2002). Business Vocabulary in Use. Cambridge University Press.
4. O'Driscoll, N. (2010). Business ENglish Marketing. Person.


## Métodos de ensino e de aprendizagem

As aulas teórico-práticas são conducentes a desenvolver as quatro macro-capacidades linguísticas necessárias: ler, compreender, escrever, ouvir e falar. As aulas terão prioridade na utilização de atividades interativas e diversificadas que levem os estudantes a adquirir uma crescente autonomia no uso da língua, ligada a exercícios tipo Cambridge B2.

## Alternativas de avaliação

1. Avaliação contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.

## Alternativas de avaliação

- Prova Intercalar Escrita - 30% (Prova com gramática e vocabulário; compreensão de textos orais e escritos)
- Exame Final Escrito - 50% (Prova com composição; gramática e vocabulário; compreensão de textos orais e escritos; oralidade.)
- Apresentações - 20% (Apresentação oral de um trabalho individual)

2. EXAME RECURSO E ALUNOS EM MOBILIDADE - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
   - Exame Final Escrito - 100% (Exame com composição-15%; gramática, vocab. e leitura de texto-60%; audição-10%, oralidade-15%)

## Língua em que é ministrada

Inglês

## Validação Eletrónica

| Maria de Lurdes da Silva M Neves | Luisa Margarida Barata Lopes | Carlos Sousa Casimiro da Costa | Luisa Margarida Barata Lopes |
|---|---|---|---|
| 07-10-2022 | 09-10-2022 | 12-10-2022 | 13-10-2022 |

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.