



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa de Unidade Curricular

- Ano Lectivo 2007/2008 -

Faculdade

Ciências da Economia e da Empresa

Licenciatura

Turismo

Unidade Curricular

Complementos de Inglês

Ano: 1º

Tipo: 2º Semestre

Nº ECTS: 6

Regente

Mestre Maria Margarida de Oliveira Rendeiro

Assistente

-

Carga Horária Lectiva Semanal

Aulas Teóricas: -

Aulas Teórico-práticas: 2

Orientação Tutorial: 1

Língua de Ensino

Inglês

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.

Objectivos Específicos

- Analisa textos de Marketing e aplica o vocabulário chave de Marketing para a elaboração de um plano de Marketing.
- Interpreta e analisa diferentes tipos de publicidade, reconhecendo a importância da especificidade cultural na elaboração e recepção de anúncios.
- Aplica o vocabulário adquirido na produção de anúncios destinados a mercados



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

internacionais.

- Aplica o vocabulário em situações de reservas, vendas e promoção de destinos turísticos

Competências a adquirir

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

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.

Programa da Unidade Curricular / Conteúdo programático

1. Marketing
Product Life Cycles and SWOT Analysis
Market Research
Consumer and Market Segmentation
2. Advertising
2.1. Printed Advertisements and Commercials
2.2. Advertising Media and Methods
3. Tourism
3.1. Tour Operators
3.2. Accommodation
3.3. Reservations and Airport Departures

Bibliografia Principal

Autor(es)

ST. JOHN, M

Título

Marketing

Edição

01

Local

Hemel Hempstead

Editora

Prentice Hall

Ano

1992



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Autor(es)

Walker, Robin and Harding, Keith

Título

Tourism

Edição

01

Local

Oxford

Editora

Oxford University Press

Ano

2006

Bibliografia Complementar

Autor(es)

ST. JOHN, M

Título

Advertising and the Promotion Industry

Edição

01

Local

Hemel Hempstead

Editora

Prentice Hall

Ano

1994

Autor(es)

MACKENZIE, I

Título

Management and Marketing



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Edição

01

Local

Hove

Editora

Language Teaching Publications

Ano

1997

Metodologia de Avaliação Contínua / Elementos relevantes

Os alunos serão avaliados pela assiduidade às aulas, participação e interesse demonstrados durante as actividades lectivas. Serão valorizados trabalhos de casa. Serão fixados dois trabalhos de índole prática para aplicação do vocabulário específico e um teste escrito. Serão ainda avaliados por uma frequência marcada pela Universidade.

Recursos Didácticos

O material de apoio ao trabalho será constituído por textos e exercícios impressos, casos práticos, entrevistas gravadas e pequenos filmes.

Palavras-chave

Marketing; Advertising; Publicity; Tourism

Isabel Pereira

11 Fevereiro 2008