



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

COMUNICAÇÃO MARKETING EM LÍNGUA INGLESA

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

MARKETING AND COMMUNICATION IN ENGLISH LANGUAGE

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

EPM

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

135

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

T: 15; TP: 30

% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS



ECTS

5

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Patrícia Oliveira Silva

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Patricia Oliveira Silva

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

n.a. - Não aplicável

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

n.a. - Não aplicável

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

Permitir aos alunos o desenvolvimento das competências de expressão oral e escrita em língua inglesa na área do Marketing e da Comunicação, assim como a sua compreensão no âmbito específico das suas potenciais saídas profissionais.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

Foster the development of written and spoken English skills within the fields of Marketing and Communication, while enabling students to develop necessary working skills.



CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Expressão oral e escrita aplicada a diferentes formas de comunicação na área do Marketing, incluindo Marketing Digital.

Criação de conteúdos específicos da área da Comunicação de Marketing e Publicidade.

Expressão oral e escrita aplicada a documentos estratégicos da área do Marketing e da Comunicação Publicitária, incluindo análise de artigos científicos.

Aperfeiçoamento da capacidade de compreensão através de leituras de artigos e *case-studies* e de análise crítica de exposições orais.

SYLLABUS:

Verbal and written expression applied to different forms of communication in the field of Marketing, including Digital Marketing.

Creation of specific content in the areas of Marketing Communication and Advertising.

Verbal and written expression applied to strategic documents in the field of Marketing and Advertising Communication, including the analysis of scientific articles.

Enhance critical thinking skills through the analysis of articles, case studies and oral presentations.



DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

Objectivo: desenvolver competências de expressão oral em diferentes áreas da comunicação de Marketing.

CONTEÚDO:

Expressão oral aplicada a áreas específicas de Marketing e da Comunicação Publicitária.

Objectivo: Desenvolver competências de expressão escrita:

CONTEÚDO: Expressão escrita aplicada a documentos estratégicos da área do Marketing e da Comunicação Publicitária. Criação de conteúdos escritos para diversas formas de comunicação em Marketing e Publicidade.

Objectivo: Aperfeiçoar a capacidade de compreensão

CONTEÚDO: Leitura de artigos e *case-studies* e análise crítica de exposições orais.

DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

Objective: To develop oral expression skills in different areas of Marketing communication.

Syllabus: Oral expression applied to specific areas of Marketing and Advertising Communication.

Objectives: To develop writing skills

Syllabus: Written expression applied to strategic documents in the field of Marketing and Advertising Communication. Creation of written content for various forms of communication in Marketing and Advertising.

Objective: To enhance critical thinking skills

Syllabus: Analysis of articles, case studies and oral presentations.



METODOLOGIAS DE ENSINO:

Entre as diferentes metodologias destacam-se:

- exploração e análise de casos práticos, em trabalho individual, de pares ou de grupo;
- apresentação de trabalhos individuais sobre temáticas da unidade curricular
- criação de conteúdos

(marketing, publicidade e comunicação)

- exploração de material de carácter linguístico, sócio-cultural, comunicativo.

A Avaliação é adequada à diversidade de metodologias usadas, com as seguintes ponderações:

Teste Individual Escrito 40%

Trabalhos de Grupo: 30%

Trabalho Individual 30%



TEACHING METHODOLOGIES:

Among the different methodologies, we highlight:

- critical analysis of practical cases, by individuals, pairs or groups;
- presentation of projects on topics around which the curricular unit is organized (marketing, advertising and communication);
- presentation of group papers on articles, chapters of referenced works, extensive reading of different texts;
- content creation
- explore linguistic, socio-cultural and communication materials;

Evaluation is appropriate to the diversity of applied methodologies, with the following weighting assessment:

Individual Written Exam: 40%

Group Projects: 20%

Individual Project: 30%

Class Participation 10%

AVALIAÇÃO

Teste Individual Escrito 40%

Trabalhos de Grupo: 20%

Trabalho Individual 30%

Participação na Aula 10%



EVALUATION

Individual Written Exam: 40%

Group Projects: 20%

Individual Project: 30%

Class Participation 10%

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

Objectivo: Desenvolver Competências de Expressão Oral

METODOLOGIAS: Expressão oral aplicada a áreas específicas do Marketing e da Comunicação Publicitária.

Objectivo: Desenvolver Competências de Expressão Escrita

METODOLOGIAS: Expressão escrita aplicada a documentos estratégicos e áreas do Marketing e da Comunicação Publicitária.

DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

Objective: To develop oral skills

Methodologies: Oral expression applied to specific areas of Marketing and Advertising Communication.

Objective: To develop writing skills

Methodologies: Written expression applied to the field of Marketing and Advertising Communication.



**BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:**

De Pelsmacker, P., Geuens, M., Van den Bergh, J., *Marketing Communications: A European Perspective*. Pearson Education, 2013;

Dusenberry, Phil, *One Great Insight is worth a Thousand Good Ideas*, Penguin Books, 2006;

Goddard, Angela, *The Language of Advertising*, Routledge, 2001;

Halligan, David and Dharmesh Shah, *Inbound Marketing, Revised and Updated: Attract, Engage, and Delight Customers Online*, Wiley, 2014;

Heath, Robert L., Bryant, Jennings, *Human Communication Theory And Research- Concepts, Contexts, and Challenges*, Routledge, 2012;

Mooj, Marieke de, *Consumer Behavior and Culture*, Sage, 2019;

Mooj, Marieke de, *Global Marketing and Advertising-Understanding Cultural Paradoxes*, Sage Publications, 2018;

Smith, PR and Ze Zook, (8th Ed) *Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies*, KoganPage, 2024;

Usunier, Jean-Claude; Lee, Julie Anny, *Marketing Across Cultures*, Pearson Education Limited, 2009.

Artigos de publicações científicas, em língua inglesa, da área de Marketing, Publicidade e da Comunicação

Scientific Articles in English: Marketing, Advertising & Communication

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) / SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)



OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

Optativa

OBSERVATIONS

Optional

Inválido para efeitos de certificação