

TeSP - Marketing Digital

Técnico Superior Profissional

Plano: Despacho n.º 4719/2022 de 21/04/2022

Ficha da Unidade Curricular: Inglês

ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, TP:14.0; PL:28.0; OT:14.0;

Ano | Semestre: 1 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 60592

Área de educação e formação: Línguas e literaturas estrangeiras

Docente Responsável

Marta Margarida Santos Dionísio

Professor Adjunto

Objetivos de Aprendizagem

Os alunos devem ser capazes de

- desenvolver um conjunto de competências orais e escritas em situações comunicativas diversas;
- interpretar e produzir textos de acordo com as regras estruturais e gramaticais;
- reconhecer e aplicar adequadamente vocabulário específico.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

Os alunos devem ser capazes de:

- reconhecer e aplicar adequadamente o vocabulário específico da área do marketing digital;
- aplicar um conjunto de competências linguísticas e socioculturais em situações comunicativas específicas;
- utilizar capacidades de interpretação e produção textual de forma correta de acordo com as regras estruturais e gramaticais;
- comunicar de forma fluente e reproduzir situações de contexto real.

Conteúdos Programáticos

A - Conteúdos temáticos

1 - Marketing Mix

2 – Swot analysis

- 3 – Marketing ethics
- 4 – Branding and Merchandising
- 5 - Online Shopping and the internet
- 6 - The world of work

B - Conteúdos Gramaticais

- 1. Artigos e determinantes
- 2. Adjetivos e advérbios
- 3. Preposições
- 4. Tempos verbais
- 5. Condicionais

Conteúdos Programáticos (detalhado)

A- Conteúdos Temáticos

- 1. Marketing Mix
 - 1.1 The 4 Ps
 - 1.2 The 4 Cs, As and Os
- 2. SWOT analysis
 - 2.1 Marketing strategy and the marketing plan
- 3 – Marketing ethics
 - 3.1 Social marketing
 - 3.2 Corporate social responsibility
- 4 – Branding and Merchandising
 - 4.1 Brand management and brand strategy
 - 4.2 Brand values
 - 4.3 Promotional merchandise
- 5- Online Shopping and the internet
 - 5.1 The sales process
 - 5.2 Images and graphic design
 - 5.3 Web design
- 6- The world of work
 - 6.1 Curriculum Vitae
 - 6.2 Motivation letter
 - 6.3 Job interviews

B - Conteúdos Gramaticais

- 1. Artigos e determinantes
- 2. Adjetivos e advérbios
- 3. Preposições
- 4. Tempos verbais
- 5. Condicionais

Metodologias de avaliação

* Avaliação por Frequência (abrange todos os alunos exceto aqueles abrangidos por outros estatutos legais.)

- Um teste escrito - nota mínima 8 valores - (50%)
- Um trabalho escrito com apresentação oral - (30%);
- Avaliação contínua: participação nas aulas nas componentes escrita e oral/trabalhos práticos realizados em contexto de sala de aula (20%).

Todos os objetos de avaliação são obrigatórios. Na falta de algum deles, o estudante é automaticamente admitido a exame.

* Trabalhador estudante:

- Um teste escrito - nota mínima 8 valores - (70%)
- Um trabalho escrito com apresentação oral - (30%)

* Avaliação por Exame (Normal e Recurso)

- Um teste escrito - nota mínima 8 valores - (70%)
- Um trabalho escrito com apresentação oral - (30%)

Os estudantes são aprovadas à UC se obtiverem uma classificação superior a 10, de acordo com as ponderações atribuídas a todos os objetos de avaliação.

Em Época Especial aplica-se o definido em Avaliação por Exame.

Software utilizado em aula

NA

Estágio

NA

Bibliografia recomendada

- Evans, V. e Dooley, J. (2018). *On Screen B1+*. Express Publishing. Berkshire
- Farral, C. e Linsdley, M. (2008). *Professional English in Use - Marketing*. Cambridge University Press. Cambridge
- Robinson, N. (2010). *Cambridge English for Marketing*. Cambridge University Press. Cambridge

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos programáticos preveem a aquisição e desenvolvimento da língua inglesa em contexto específico de modo a alcançar os objetivos definidos. O ensino da Língua Inglesa, através da exploração de temas relacionados com o Marketing Digital, permitirá a consciencialização dos estudantes para a necessidade de aperfeiçoamento de um conjunto de competências para aplicação em situações comunicativas, ao mesmo tempo que desenvolvem capacidades de interpretação e produção textual usando a língua de forma fluente de acordo com as suas regras.

Metodologias de ensino

Metodologia comunicativa centrada no aluno, recorrendo a documentos autênticos e desenvolvendo competências comunicativas próximas do contexto profissional através de atividades de leitura, audição, oralidade e produção escrita.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

As metodologias de ensino serão adaptadas aos conteúdos programáticos e às necessidades dos estudantes, baseando-se essencialmente em aulas práticas com recurso a atividades orais e escritas de forma a atingir os objetivos determinados. Os trabalhos individuais e de grupo irão fomentar o uso da Língua Inglesa, quer escrito quer oral, dentro do contexto específico do Marketing Digital, sendo assim possível alcançar os objetivos determinados.

Língua de ensino

Inglês

Pré-requisitos

NA

Programas Opcionais recomendados

NA

Observações

Toda a documentação da unidade curricular será disponibilizada na plataforma do Microsoft Teams.

Em situações de cópia ou plágio, nas provas/trabalhos de avaliação, aplica-se o artº 21º do Regulamento Académico das Escolas do IPT.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 5 - Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas;
- 10 - Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países;

Docente responsável
