

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[31821180] Inglês de Negócios II [31821180] Business English II		
Plano / Plan:	Licenciatura em Marketing V3		
Curso / Course:	Licenciatura em Marketing Marketing		
Grau / Diploma:	Licenciado		
Departamento / Department:	Departamento de Gestão		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu		
Área Científica / Scientific Area:	Línguas Estrangeiras		
Ano Curricular / Curricular Year:	1		
Período / Term:	S2		
ECTS:	4		
Horas de Trabalho / Work Hours:	0106:00		
Horas de Contacto/Contact Hours:			
(T) Teóricas/Theoretical:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0039:00	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0000:00
(P) Práticas/Practical:	0000:00	(E) Estágio/Internship:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais/Practical Labs:	0000:00	(O) Outras/Others:	0000:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Docente Responsável / Responsible Teaching

[3157] Maria Jose Lisboa Antunes

Docentes que lecionam / Teaching staff

[3157] MARIA JOSE LISBOA ANTUNES

Objetivos de Aprendizagem

A unidade curricular de Inglês de Negócios II tem como objetivo geral dotar os estudantes de competências no domínio da comunicação empresarial em inglês. A aprendizagem dos conteúdos e das competências será proporcionada através da combinação de diferentes métodos e técnicas de ensino e aprendizagem, articulando diferentes espaços e recursos, sendo o principal a abordagem por ensino por projeto.

No final desta unidade curricular o estudante é capaz de:

Interagir com um grau de fluência e espontaneidade com falantes de inglês.

Destacar o significado de determinados acontecimentos e experiências e sustentar pontos de vista com argumentos pertinentes.

Emitir e pedir opiniões, interromper e lidar com interrupções, pedir e dar esclarecimentos, resumir o que foi dito, encerrar uma reunião.

Escrever um relatório breve, desenvolvendo argumentos e realçando pontos e detalhes importantes.

Providenciar descrições claras, exprimir pontos de vista e desenvolver argumentos.

Learning Outcomes of the Curricular Unit

The course unit Inglês de Negócios II aims to provide students with the necessary skills in English so that they can deal with most of the situations they will come across once working. The learning process

will be enhanced through a combination of different teaching and learning methodologies, bringing together different spaces and resources, with a special focus on project-based learning. By the end of the semester students should be able to:

- Interact with a degree of fluency and spontaneity that makes regular interaction, and sustained relationships possible.
- Highlight the personal significance of events and experiences, account for and sustain views by providing relevant arguments.
- State and ask for opinion, interrupt and handle interruptions, ask for and give clarification, summarize what has been said, end meetings.
- Present and explain reports which develop an argument systematically with appropriate highlighting of significant points and relevant supporting detail.

Conteudos Programáticos (Lim:1000)

A empresa e a comunidade (Profissões em Marketing, sectores de negócio, cultura empresarial)
Comércio internacional (comportamentos culturais, trabalhar fora do país)
Capacidades Profissionais (Capacidades emocionais e capacidades técnicas)
Apresentações orais (capacidades comunicativas, trabalho em equipa)
Empreendedorismo (reuniões, negociação, relatórios, tipo de linguagem)

Syllabus (Lim:1000)

Topics	Vocabulary	Grammar	Speaking	Writing
Marketing and selling	- Sales vs marketing	- Persuading expressions	- Someone of Interest	- Letters and memos
Entrepreneurship	- Types of organizations - Entrepreneur vs manager	- Verb patterns (meetings)	- Countries: business behavior	- Agendas and minutes
Business Costs	- Business Budgets - Sell/buy a company - Level of politeness	- Time expressions	- The USP of a new product/service	- Messages, requests
Global Trade	- Key issues in franchising - Pros and Cons of franchising	- Punctuation - Linking words	- Franchise Opportunities	- Progress reports

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

Época Normal: 1) Frequência

- 55% - Written test (Frequência)
- 15% - Oral Production #1
- 15% - Oral Production #2
- 15% - Oral Production #3

Students must have at least 9,5 (out of 20), in all components, in order to pass the Curricular Unit.
Working students must complete assignments within the deadlines established in class.

Época Normal: 2) Exam

- 55% - Written exam
- 45% - Oral exam

Época de Recurso/Melhoria and Épocas Especiais

- 55% - Written exam
- 45% - Oral exam

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

Época Normal: 1) Frequência

55% - Written test (Frequência)

15% - Oral Production #1

15% - Oral Production #2

15% - Oral Production #3

Students must have at least 9,5 (out of 20), in all components, in order to pass the Curricular Unit.
Working students must complete assignments within the deadlines established in class.

Época Normal: 2) Exam

55% - Written exam

45% - Oral exam

Época de Recurso/Melhoria and Épocas Especiais

55% - Written exam

45% - Oral exam

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

- Appleby, R.; Bradley, J.; Brennan, B., Hudson, J. (2017): Business one: Student's book pre-intermediate. Oxford: Oxford University Press. Cota: 373/.6=111 BUS
- Emmerson, P. (2017): Business builder: Intermediate teacher's resource series: Modules 1, 2, 3. London: Macmillan. Cota: 373/.6=111 EMM
- Gora, S. (2007). English for Marketing & Advertising. Oxford: Oxford University Press. Cota: 373.6 GOR
- Hobbs, M. & Keddle, J. (2006). Commerce 1. Student's book Oxford: Oxford University Press. Cota: 373.11 HOB
- Hobbs, M. & Keddle, J. (2007). Commerce 2. Student's book. Oxford: Oxford University Press. Cota: 373.1 HOB
- Johnson, C. (2017): Intelligent business: Coursebook: Pre-intermediate business English. Harlow: Pearson. Cota: 373/.6=111 JOH
- Stephenson, H. (2017): Total business 1: Workbook. Andover: National Geographic Learning: Cengage Learning. Cota: 373/.6=111 STE

Bibliography (Lim:1000)

Appleby, R.; Bradley, J.; Brennan, B., Hudson, J. (2017): Business one: Student's book pre-intermediate. Oxford: Oxford University Press. Cota: 373/.6=111 BUS

Emmerson, P. (2017): Business builder: Intermediate teacher's resource series: Modules 1, 2, 3. London: Macmillan. Cota: 373/.6=111 EMM

Gora, S. (2007). English for Marketing & Advertising. Oxford: Oxford University Press. Cota: 373.6 GOR

Hobbs, M. & Keddle, J. (2006). Commerce 1. Student's book Oxford: Oxford University Press. Cota: 373.11 HOB

Hobbs, M. & Keddle, J. (2007). Commerce 2. Student's book. Oxford: Oxford University Press. Cota: 373.1 HOB

Johnson, C. (2017): Intelligent business: Coursebook: Pre-intermediate business English. Harlow: Pearson. Cota: 373/.6=111 JOH

Stephenson, H. (2017): Total business 1: Workbook. Andover: National Geographic Learning: Cengage Learning. Cota: 373/.6=111 STE

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares