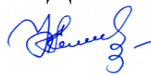


ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра публічного управління, права та гуманітарних наук

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету



Наталія КИРИЧЕНКО

“29 ”серпня 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 04.2 ІНОЗЕМНА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ

(назва навчальної дисципліни)

освітній рівень	<u>перший (бакалаврський)</u> (бакалавр, магістр)
спеціальність	<u>075 Маркетинг</u> (шифр і назва спеціальності)
спеціалізація (ОПП)	<u>«Маркетинг»</u> (назва освітньо-професійної програми)
факультет	<u>Економічний</u> (назва факультету)

2024 – 2025 навчальний рік

Робоча програма дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням»

(назва навчальної дисципліни)

Для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг», спеціальність 075 Маркетинг

Розробники:

Катерина СОВАЧ, старший викладач кафедри публічного управління, права та гуманітарних наук

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри публічного управління, права та гуманітарних наук

Протокол від «29» _____ серпня _____ 2024 року № 1

В.о.завідувача кафедри _____

Людмила СІМОНЦЕВА

«29» _____ серпня _____ 2024 року

Схвалено методичною комісією економічного факультету

Протокол від «29» _____ серпня _____ 2024 року № 1

Затверджено на Вченій раді економічного факультету

Протокол від «29» _____ серпня _____ 2024 року № 1

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (напрямок підготовки), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування	Обов'язкова	
Змістових частин – 2	Спеціальність: 075 Маркетинг	Рік підготовки:	
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____		4-й	4-й
(назва)		Семестр	
Загальна кількість годин – 90		8-й	8-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 1 самостійної роботи здобувача - 2	Освітній рівень: бакалавр	Лекції -	
		-	-
		Практичні, семінарські	
		30 год.	-
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		60 год.	-
		Індивідуальні завдання:	
		Вид контролю: іспит/залік	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 33% : 67%

для заочної форми навчання –

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є розвиток у здобувачів мовної, мовленнєвої і соціокультурної компетентностей, що сприятиме їхньому ефективному функціонуванню в культурному розмаїтті навчального та професійного середовищ.

Практична мета: формувати у здобувачів загальні та професійно орієнтовані комунікативні мовленнєві компетенції (лінгвістичну, соціолінгвістичну і прагматичну) для забезпечення ефективного спілкування в академічному та професійному середовищі.

Освітня мета: формувати у здобувачів загальні компетенції (декларативні знання, вміння й навички, вміння вчитися); сприяти розвитку здібностей до самооцінки та здатності до самостійного навчання, що дозволить здобувачам продовжувати навчання в академічному і професійному середовищі як під час навчання у закладах вищої освіти, так і після отримання диплома про вищу освіту.

Пізнавальна: залучати здобувачів до академічних видів діяльності, що активізують і розвивають увесь спектр пізнавальних здібностей.

Розвивальна мета: допомагати здобувачам у формуванні загальних компетенцій з метою розвитку їх особистої мотивації (цінностей, ідеалів); зміцнювати впевненість здобувачів як користувачів мови, а також їх позитивного ставлення до вивчення мови.

Соціальна: сприяти становленню критичного самоусвідомлення та вмінь спілкуватися й робити вагомий внесок у міжнародне середовище, що постійно змінюється.

Соціокультурна мета: досягати широкого розуміння важливих і різнопланових міжнародних соціокультурних проблем, для того щоб діяти належним чином у культурному розмаїтті професійних та академічних ситуацій

Завдання дисципліни:

забезпечити оволодіння іншомовною мовленнєвою діяльністю в основних її видах – говорінні, аудіюванні, читанні і письмі – з метою здійснення іншомовного міжособистісного спілкування;

формувати мовну, соціокультурну і мовленнєву компетентності здобувачів; розвивати пізнавальні та інтелектуальні здібності здобувачів, їх мовленнєву і творчу активність, ініціативність; формувати вміння самостійно поповнювати свої знання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі повинні

Знати:

граматичні структури, правила англійського синтаксису, що є необхідними для гнучкого вираження відповідних функцій та понять, а також для розуміння і продукування широкого кола текстів в академічній та професійній сферах;

мовні форми, властиві для офіційних та розмовних реєстрів академічного і професійного мовлення, володіти широким діапазоном словникового запасу

(у тому числі термінології), що є необхідним в академічній та професійній сферах спілкування.

Розуміти:

основні ідеї в ході детальних обговорень, дебатів, офіційних доповідей, лекцій, бесід, що за темою пов'язані з навчанням та спеціальністю;
телефонні розмови, які виходять за межі типового спілкування;
загальний зміст і більшість суттєвих деталей в автентичних радіо- і телепередачах, подкастів, блогів, пов'язаних з академічною і професійною сферами;
складні повідомлення та інструкції академічного та професійного змісту;
намір мовця і комунікативні наслідки його висловлювання;
позицію і точку зору мовця для побудови ефективної стратегії спілкування;
автентичні тексти, пов'язані з навчанням та спеціальністю з підручників, газет, популярних і спеціалізованих журналів та електронного ресурсу;
складні рекламні матеріали, інструкції;
автентичну академічну та професійну кореспонденцію.

Вміти:

реагувати на основні ідеї та розпізнавати суттєво важливу інформацію під час детальних обговорень, дискусій, офіційних перемовин, лекцій, бесід, що пов'язані з навчанням та професійною діяльністю;
чітко аргументувати думку відносно актуальних тем в академічному та професійному житті;
реагувати на телефонні розмови, які виходять за межі типового спілкування;
виконувати широку низку мовленнєвих функцій і реагувати на них, гнучко користуючись загальноновживаними фразами;
виступати з підготовленими індивідуальними презентаціями щодо широкого кола тем академічного та професійного спрямування;
продукувати чіткий, детальний монолог з широкого кола тем, пов'язаних з навчанням та спеціальністю;
користуватися базовими засобами зв'язку для поєднання висловлювань у чіткий, логічно об'єднаний дискурс;
писати зрозумілі, деталізовані тексти різного спрямування, пов'язані з особистою та професійною сферою діяльності;
писати в стандартному форматі деталізовані завдання і звіти;
готувати і продукувати ділову і професійну кореспонденцію;
користуватися базовими засобами зв'язку для поєднання висловлювань у чіткий, логічно об'єднаний дискурс.

3. Результати навчання за дисципліною та їх співвідношення із програмними результатами навчання

**Інтегральна
компетентність**

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у

процесі навчання,
що передбачає застосування відповідних теорій
та методів і
характеризується комплексністю та
невизначеністю умов

Програмні компетентності	Програмні результати	
ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.	РЗ. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері Маркетингу	Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).		Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.		Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

4. Програма навчальної дисципліни

Змістова частина 1. Основи маркетингу. (Marketing Basics).

Тема 1. Ввідний перевірочний тест (Diagnostic Test EIE)

Практичне заняття №1.

EIE test (reading + use of English)

Тема 2. Вступ до маркетингу. Робочі місця та обов'язки. (Introduction to Marketing. Jobs and responsibilities).

Практичне заняття №2

Читання, вокабуляр: Text “ A holistic approach to marketing” [7, pp. 4-6]

Говоріння: Discussing kinds of marketing activities. Understanding job titles and their descriptions. [5, pp. 5-7]

Граматика: Герундій і інфінітив (Gerund/infinite). [2, pp.33-34]

Аудіювання: Introduction to Marketing [11]

Тема 3. Фірмовий стиль, логотипи, брендинг. (Corporate Identity, Logos, Branding)

Практичне заняття №3

Читання, вокабуляр: Брендинг. (Branding). [3, pp. 38-39]

Говоріння: Любов до бренду. Важливість бренду для компанії та культури.

Хороший/поганий досвід роботи з брендом. (Brand love: Importance of brand for company and culture. Good/bad experience with the brand). [5, p. 10]

Граматика: Використання інфінітиву і герундія. (Usage of the to-inf & -ing forms). [2, pp.35-36]

Аудіювання: 5 Steps to Building a Personal Brand You Feel Good About_ [12].

Тема 4. Клієнти та співробітники. Програми лояльності. Мотиваційний маркетинг. (Customers and Staff. Loyalty programmes. Motivation marketing).

Практичне заняття № 4

Читання, вокабуляр: Сегментація ринку. Потреби і поведінка споживачів. (Market Segmentation. Customer needs and Behaviour) [3, pp.44-47]

Говоріння: Пошук клієнта. Як дізнатися більше про клієнтів, програми лояльності. (Finding the customer. Strategies to learn more about customers, loyalty programmes) [5, pp.11-13], [8, pp.46-50]

Граматика: Дієслова, що використовуються у формі інфінітива і герундія зі зміною та без зміни свого значення. (Verbs taking to-inf or -ing form with & without change in meaning).[2, pp. 37-38]

Аудіювання: Maslow's Theory of Motivation in Marketing. [11].

Тема 5. Планування та маркетингова стратегія. Чотири складові маркетингу. Ціноутворення. (Planning and Marketing Strategy. The Four P's. Pricing).

Практичне заняття № 5

Читання, вокабуляр: Стратегії та міркування щодо ціноутворення .(Pricing strategies and considerations) [3, pp. 56-57]

Говоріння: . Чотири складові маркетингу: ціна, продукт, розміщення, просування (The Four P's; price, product, placement, promotion). [5, pp.20-21]

Граматика: Умовні речення 0 та 1 типу. (Conditionals 0 &1). [2, pp. 66-67]

Аудіювання: The Marketing Plan: Three Phases [14].

Тема 6. Продажі в Інтернеті. Підтримка онлайн-клієнтів. (Selling Online. Keeping Online Customers).

Практичне заняття № 6

Читання, вокабуляр: Спілкування з клієнтами через онлайн-контент. (Connecting with customers through online content). [7, pp.32-35]

Говоріння: Веб-сайти як інструмент маркетингу. (Websites as a marketing tool). [5, pp.45-49]

Граматика: Умовні речення 2 та 3 типу. (Conditionals 2 &3).[2, pp. 67-68]

Аудіювання: English collocations: online marketing (1+2) [6]

Практичне заняття 7

ПК ЗЧ 1 - Підсумкова контрольна робота за змістовою частиною 1 (Progress Test)

Змістова частина 2.

Публічність та просування. Реклама. Зв'язки з громадськістю. (Publicity & Promotion. Advertising. Public Relations).

Практичне заняття №8

Тема 7. Телемаркетинг, радіо, преса, зовнішня реклама. (Telemarketing, Radio, Press, Outdoor Advertising).

Читання, вокабуляр: Загальний телемаркетинг. Реклама на телебаченні і радіо. (Total telemarketing. Advertising on TV and radio). [5, p. 40], [3, pp.74-75]

Говоріння: . Що таке телемаркетинг? Вихідний/вхідний телемаркетинг(What is telemarketing? Outbound/inbound telemarketing). [3, pp.64-65]

Граматика: Бажання (Wishes). [2, pp.70-72]

Аудіювання: Types Of Advertising [15]

Практичне заняття № 9

Тема 8. Інтернет-реклама. Пошуковий маркетинг. (Internet Advertising. Search Engine Marketing).

Читання, вокабуляр: Поширені формати інтернет-реклами: банери, кнопки, скайскрейпери, спливаючі вікна, мікросайти. (Common internet advertising formats: banners, buttons, sky-scrapers, pop-ups, microsites). [3, pp. 84-85]

Говоріння: Пошуковий маркетинг: платний пошук, пошукова оптимізація (Search engine marketing: paid search, search engine optimisation) [3, pp. 84-85]

Граматика: Підрядні речення часу, мети (Time Clauses/Clauses of Purpose) [2, pp.76-78]

Аудіювання: How an internet built on ads works. [16]

Практичне заняття № 10

Тема 9. Види рекламних кампаній: глобальна, вірусна, пряма розсилка, електронна пошта. (Kinds of Advertising Campaign: Global, Viral, Direct Mail, E-mail).

Читання, вокабуляр: Виходимо на міжнародний рівень: реклама, яка подорожує (Going global: ads that travel). [7, pp. 45-46]

Говоріння: Вірусні рекламні кампанії. (Viral advertising campaigns). [7, pp. 52-55]

Граматика: Підрядні речення концесії, результату, причини. (Clauses of Concession, Result, Reason). [2, pp.80-83]

Аудіювання: Viral Marketing Examples: 4 Campaigns Explained! [17]

Практичне заняття № 11

Тема 10. Види пакування. Матеріали та тара. (Types of Packaging. Materials and Containers).

Читання, вокабуляр: Опис пакування. (Describing packaging). [3, pp.96-97]

Говоріння: Види пакування і їх вплив на продажі. (Kinds of packaging and their influence on sales). [3, pp.96-97]

Граматика: Обмежувальні і описові означальні підрядні речення (Relative clauses (defining/non-defining). [2, pp. 86-88]

Аудіювання: 7 Ways To Target Customers With Your Packaging Design | Custom Packaging | Marketing Strategy [18]

Практичне заняття № 12

Тема 11. Корпоративна комунікація. Лобіювання. (Corporate Communication. Lobbying).

Читання, вокабуляр: Цілі корпоративної комунікації. Корпоративні цінності та ідентичності. (Goals of corporate communication. Corporate values and identities). [3, pp. 98-99]

Говоріння: Інструменти корпоративної комунікації (Tools of corporate communication). [3, pp. 98-99]

Граматика: Займенники і визначники (Pronouns & determiners). [1, pp. 216-219]

Аудіювання: Corporate Communication [19]

Практичне заняття № 13

Тема 12. Види спонсорства. Ведення блогу як інструмент маркетингу. (Types of Sponsorship. Blogging as a Marketing Tool).

Читання, вокабуляр: Корпоративний блог. Основи ведення блогу (Corporate blogging. Blogging basics.) [3, pp.106-107]

Говоріння: Спонсорство (Sponsoring) [5, pp.45-46]

Граматика: Особливості використання займенників
Some/any/no/much/many/few/ little. [1, pp. 224-225]

Аудіювання: Blogger Tutorial For Beginners 2025 (Step-by-Step) [20]

Тема 14. Повторення та узагальнення.

Практичне заняття №14

Повторення та узагальнення (Revision).

ПК ЗЧ 2

Практичне заняття №15

Підсумкова контрольна робота (Final Test).

EIE test (reading + use of English)

5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових частин і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усь ого	у тому числі					усь ого	у тому числі				
		л	п	ла б	ін д	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістова частина 1. Основи маркетингу. (Marketing Basics).												
Тема 1. Diagnostic Test EIE (Діагностичний тест)	2		2				-		-			-
Тема 2. Вступ до маркетингу. Робочі місця та обов'язки. (Introduction to Marketing. Jobs and responsibilities).	8		2			6	-		-			-
Тема 3. Фірмовий стиль, логотипи, брендинг. (Corporate Identity, Logos, Branding).	8		2			6	-		-			-
Тема 4. Клієнти та співробітники. Програми лояльності. Мотиваційний	8		2			6	-		-			-

маркетинг. (Customers and Staff. Loyalty programmes. Motivation marketing).											
Тема 5. Планування та маркетингова стратегія. Чотири складові маркетингу. Ціноутворення. (Planning and Marketing Strategy. The Four P's. Pricing).	8		2			6	-		-		-
Тема 6. Продажі в Інтернеті. Підтримка онлайн-клієнтів. (Selling Online. Keeping Online Customers).	8		2			6	-		-		-
ПК ЗЧ 1 Контрольна робота за змістовою частиною 1	2		2				-		-		-
Разом за змістовою частиною 1	44		14			30	-		-		-
Змістова частина 2. Публічність та просування. Реклама. Зв'язки з громадськістю. (Publicity & Promotion. Advertising. Public Relations).											
Тема 7. Телемаркетинг, радіо, преса, зовнішня реклама. (Telemarketing, Radio, Press, Outdoor Advertising).	8		2			5	-		-		-
Тема 8. Інтернет-реклама. Пошуковий маркетинг. (Internet Advertising. Search Engine Marketing).	8		2			5	-		-		-
Тема 9. Види рекламних кампаній:	8		2			5	-		-		-

глобальна, вірусна, пряма розсилка, електронна пошта. (Kinds of Advertising Campaign: Global, Viral, Direct Mail, E-mail).											
Тема 10. Види пакування. Матеріали та тара. (Types of Packaging. Materials and Containers).	8		2			5	-		-		-
Тема 11. Корпоративна комунікація. Лобіювання. (Corporate Communication. Lobbying).	8		2			5	-		-		-
Тема 13. Види спонсорства. Ведення блогу як інструмент маркетингу. (Types of Sponsorship. Blogging as a Marketing Tool).	8		2			5	-		-		-
Тема 14. Контрольна робота за змістовою частиною 2	2		2				-		-		-
ПК ЗЧ 2. Семестрова контрольна робота (тест у форматі ЄВІ)	2		2				-		-		-
Разом за змістовою частиною 2	46		16			30	-		-		-
Усього годин	90		30			60	-		-		-

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна/заочна
1	Diagnostic Test EIE (Діагностичний тест)	2/-
2	1. Вступ до маркетингу. Робочі місця та обов'язки.	2/-

	(Introduction to Marketing. Jobs and responsibilities).	
3	Фірмовий стиль, логотипи, брендинг. (Corporate Identity, Logos, Branding).	2/-
4	Клієнти та співробітники. Програми лояльності. Мотиваційний маркетинг. (Customers and Staff. Loyalty programmes. Motivation marketing).	2/-
5	Планування та маркетингова стратегія. Чотири складові маркетингу. Ціноутворення. (Planning and Marketing Strategy. The Four P's. Pricing).	2/-
6	Продажі в Інтернеті. Підтримка онлайн-клієнтів. (Selling Online. Keeping Online Customers).	2/-
7	ПК ЗЧ 1 Контрольна робота за змістовою частиною 1	2/-
8	Телемаркетинг, радіо, преса, зовнішня реклама. (Telemarketing, Radio, Press, Outdoor Advertising).	2/-
9	Інтернет-реклама. Пошуковий маркетинг. (Internet Advertising. Search Engine Marketing).	2/-
10	Види рекламних кампаній: глобальна, вірусна, пряма розсилка, електронна пошта. (Kinds of Advertising Campaign: Global, Viral, Direct Mail, E-mail).	2/-
11	Види пакування. Матеріали та тара. (Types of Packaging. Materials and Containers).	2/-
12	Корпоративна комунікація. Лобіювання. (Corporate Communication. Lobbying).	2/-
13	Види спонсорства. Ведення блогу як інструмент маркетингу. (Types of Sponsorship. Blogging as a Marketing Tool).	2/-
14	Контрольна робота за змістовою частиною 2	2/-
15	Семестрова контрольна робота (ПК ЗЧ 2)	2/-
	Разом	30/-

7. Самостійна робота

Самостійна робота здобувача (СРЗ) є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять, і є невід'ємною складовою процесу вивчення конкретної дисципліни. Її зміст визначений робочою навчальною програмою, методичними матеріалами, завданнями та вказівками викладача.

Метою самостійної роботи з іноземної мови у немовному вузі є формування навичок роботи з іншомовними фаховими джерелами інформації (читання, переклад, творче переосмислення інформації, її особистісна оцінка та

наступне використання), а також формування навичок усного мовлення (говоріння та аудіювання). Практичне заняття є важливою формою процесу вивчення іноземної мови, де здійснюється безпосередня організація самостійної роботи здобувачів, контроль з боку викладача, а також взаємоконтроль і самоконтроль.

Самостійна робота здобувачів забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення дисципліни: методичними рекомендаціями щодо виконання самостійної роботи, словниками тощо. Навчальний матеріал дисципліни, передбачений робочим навчальним планом для засвоєння здобувачем у процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль разом з навчальним матеріалом, який опрацьовувався під час аудиторних занять.

Зміст СРЗ з дисципліни «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» складається з таких видів роботи:

1) самостійне опрацювання матеріалу навчальної дисципліни, запропонованого викладачем, згідно з навчально-тематичним планом:

– читання, переклад, творче переосмислення інформації, її особистісна оцінка та наступне використання;

– переклад та вивчення фахової лексики;

– виконання окремих вправ і завдань на розвиток усного мовлення;

– робота з двомовним словником;

– написання письмових робіт тощо.

2) виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань;

3) підготовка до тестових випробувань та екзамену.

Під час складання плану самостійної роботи здобувачів виходимо із загального обсягу годин, що відводяться на самостійну роботу з дисципліни, видів самостійної роботи, що плануються для виконання здобувачем, загального тижневого бюджету часу здобувача, фізіологічно обґрунтованих норм навчального навантаження тощо.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна/заоч на
1	Доповідь на тему: «Необхідність вивчення маркетингу (The need to study marketing)», робота зі словником, виконання вправ з граматичної теми «Герундій і інфінітив (Gerund/infinitive)».	4/-
2	Робота з текстом «Цілісний підхід до маркетингу. (A holistic approach to marketing)», робота зі словником, прослуховування аудіозапису, виконання вправ з граматичної теми «Використання інфінітиву і герундія.	4/-

	(Usage of the to-inf & -ing forms)».	
3	Робота з текстом «Брендинг». (Branding), робота зі словником, прослуховування аудіозапису, виконання вправ з граматичної теми «Дієслова, що використовуються у формі інфінітива і герундія зі зміною та без зміни свого значення. (Verbs taking to-inf or -ing form with & without change in meaning)».	4/-
4	Публічний виступ на тему «Сегментація ринку. Потреби і поведінка споживачів». (Market Segmentation. Customer needs and Behaviour) робота із словником, прослуховування аудіозапису, виконання вправ з граматичної теми «Умовні речення 0 та 1 типу. (Conditionals types 0 &1)»	4/-
5	Доповідь на тему: «Стратегії та міркування щодо ціноутворення.» (Pricing strategies and considerations) робота із словником, прослуховування аудіозапису, виконання вправ з граматичної теми «Умовні речення 2 та 3 типу. (Conditionals 2 &3)».	4/-
6	Презентація на тему «Веб-сайти як інструмент маркетингу». (Websites as a marketing tool) прослуховування аудіозапису, виконання вправ з граматичної теми «Бажання (Wishes)».	4/-
7	Підготовка до навчальної гри «Телемаркетинг». (Telemarketing)) робота із словником, прослуховування аудіозапису, виконання вправ з граматичної теми «Підрядні речення часу, мети (Time Clauses/Clauses of Purpose)»	8/-
8	Написання тез доповідей «Поширені формати інтернет-реклами: банери, кнопки, скайскрейпери, спливаючі вікна, мікросайти. (Common internet advertising formats: banners, buttons, sky-scraper, pop-ups, microsites), робота із словником, прослуховування аудіозапису, виконання вправ з граматичної теми «Підрядні речення концесії, результату, причини. (Clauses of Concession, Result, Reason)».	7/-
9	Доповідь на тему «Вірусні рекламні кампанії» (Viral advertising campaigns), робота із словником, виконання вправ з граматичної теми «Обмежувальні і описові означальні підрядні речення (Relative clauses (defining/non-defining)».	7/-

10	Робота з текстом «Види пакування і їх вплив на продажі». (Kinds of packaging and their influence on sales), робота із словником, виконання вправ з граматичної теми «Займенники і визначники (Pronouns & determiners)».	7/-
11	Робота з текстом «Інструменти корпоративної комунікації» (Tools of corporate communication), робота із словником, прослуховування аудіозапису, виконання вправ з граматичної теми «Особливості використання займенників Some/any/no/much/many/few/ little».	7/-
	Разом	60/-

8. Методи навчання

Для досягнення комунікативної компетентності здобувачів викладач іноземної мови використовує новітні методи навчання, що поєднують комунікативні та пізнавальні цілі. Інноваційні методи навчання іноземних мов, які базуються на гуманістичному підході, спрямовані на розвиток і самовдосконалення особистості, на розкриття її творчого потенціалу, створюють передумови для ефективного поліпшення навчального процесу у вищих навчальних закладах. Основними принципами сучасних методів є: рух від цілого до окремого, орієнтація практичних занять на здобувача (learner-centered lessons), цілеспрямованість та змістовність занять, їх спрямованість на досягнення соціальної взаємодії за наявності віри викладача в успіх своїх здобувачів.

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

- За джерелом інформації: .
- словесні: пояснення, розповідь, бесіда;
- наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація;
- практичні: вправи.

За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні

За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі, продуктивні.

За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота; виконання індивідуальних навчальних завдань

II. Методи стимулювання інтересу до навчання:

- навчальні дискусії;
- створення ситуації пізнавальної новизни;
- створення ситуації зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

З метою розвитку мовної, мовленнєвої й соціокультурної компетентностей широко впроваджуються інноваційні методи навчання, що забезпечують комплексне оновлення традиційного педагогічного процесу. Це, наприклад, комп'ютерна підтримка навчального процесу, впровадження інтерактивних

методів навчання (внутрішні (зовнішні) кола (inside/outside circles); мозковий штурм (brain storm); обмін думками (think-pair-share); парні інтерв'ю (pair-interviews); робота в малих групах (small groups work), проектна робота (R&D), ситуативне моделювання (modeling situations) тощо).

9. Методи контролю

Контроль у навчанні іноземної мови здобувачів нефілологічних спеціальностей передбачає виявлення рівня сформованості мовленнєвих навичок і умінь, визначення правильності організації навчального процесу, діагностування труднощів засвоєння матеріалу учнями, перевірку ефективності використаних методів і прийомів навчання. Контроль здійснюється з дотриманням вимог об'єктивності, індивідуального підходу, систематичності і системності, всебічності та професійної спрямованості контролю.

Використовуються методи усного та письмового контролю, одномовний (безперекладний) і двомовний (перекладний) контроль, які сприяють підвищенню мотивації майбутніх фахівців до навчально-пізнавальної діяльності іноземною мовою. Відповідно до специфіки мовленнєвої підготовки здобувачів перевага віддається

- усному опитуванню здобувачів (презентація, доповідь, складання діалогів),
- письмовому (модульна/семестрова контрольна робота, диктант, тест).

Поточний контроль рівня знань здійснюється шляхом проведення тестувань, написання та перевірки творчих письмових завдань, перекладів, усного опитування.

Підсумковий контроль з дисципліни проводиться під час останнього заняття змістової частини.

Оцінка за роботу здобувача на практичному занятті є середньоарифметичним підсумком оцінок за кожен вид мовленнєвої діяльності (аудіювання, читання, говоріння, письмо). Бали розподіляються наступним чином: 3 (відмінно), 2 (добре); 1 (задовільно); 0 (незадовільно).

Критерії оцінювання аудіювання

Бали	Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів
------	---

0	Здобувач розпізнає на слух найбільш поширені словосполучення у мовленні, які звучать в уповільненому темпі.
1	Здобувач розуміє основний зміст поданих у нормальному темпі текстів, побудованих на вивченому мовному матеріалі.
2	Здобувач розуміє основний зміст стандартного мовлення у межах тематики ситуативного мовлення, яке може містити певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися. В основному сприймає на слух експліцитно надану інформацію.
3	Здобувач розуміє тривале мовлення, яке може містити певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися. Вміє знаходити в інформаційних текстах з незнайомим матеріалом необхідну інформацію, надану в вигляді оціночних суджень, опису, аргументації.

Критерії оцінювання читання

Бали	Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів
------	---

0	Здобувач уміє розпізнавати та читати окремі вивчені словосполучення на основі матеріалу, що вивчався.
1	Здобувач уміє читати вголос і про себе з розумінням основного змісту тексти, які можуть містити певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися. Уміє частково знаходити необхідну інформацію у вигляді оціночних суджень, опису за умови, що в текстах використовується знайомий мовний матеріал.
2	Здобувач уміє читати з повним розумінням тексти, які містять певну кількість незнайомих слів, знаходити і аналізувати потрібну інформацію.
3	Здобувач уміє читати тексти, аналізує їх і робить власні висновки, розуміє логічні зв'язки в рамках тексту та між його окремими частинами.

Критерії оцінювання говоріння

Бали	Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів
------	---

0	Здобувач знає найбільш поширені вивчені словосполучення, проте не завжди адекватно використовує їх у мовленні, допускає фонематичні помилки.
1	Здобувач уміє в основному логічно побудувати невеличке монологічне висловлювання та діалогічну взаємодію, допускаючи незначні помилки при використанні лексичних одиниць. Всі звуки в потоці мовлення вимовляються правильно.
2	Здобувач уміє логічно висловитися у межах вивчених тем відповідно до навчальної ситуації, а також у зв'язку зі змістом прочитаного, почутого або побаченого, висловлюючи власне ставлення до предмета мовлення; уміє підтримувати бесіду, вживаючи короткі репліки. Здобувач в основному вміє у відповідності з комунікативним завданням використовувати лексичні одиниці і граматичні структури, не допускає фонематичних помилок.
3	Здобувач уміє логічно і в заданому обсязі побудувати монологічне висловлювання та діалогічну взаємодію, використовуючи граматичні структури і лексичні одиниці у відповідності до комунікативного завдання, не допускаючи при цьому фонематичних помилок.

Критерії оцінювання письма

Бали	Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів	Грамотність	
		Припустима кількість орфографічних помилок	Припустима кількість лексичних, граматичних та стилістичних помилок
0	Здобувач уміє писати вивчені слова, допускаючи при цьому велику кількість орфографічних помилок.	8	9
1	Здобувач уміє написати коротке повідомлення за зразком у межах вивченої теми, використовуючи обмежений набір засобів логічного зв'язку, при цьому відсутні з'єднувальні кліше, недостатня різноманітність вжитих структур, моделей тощо.	6	6

2	Здобувач уміє без використання опори написати повідомлення за вивченою темою, зробити нотатки, допускаючи низку помилок при використанні лексичних одиниць. Допущені помилки не порушують сприйняття тексту; у роботі вжито ідіоматичні звороти, з'єднувальні кліше, різноманітність структур, моделей тощо.	3	3
3	Здобувач уміє написати повідомлення, правильно використовуючи лексичні одиниці в рамках тем, пов'язаних з повсякденним життям. Бали не знімаються при наявності несуттєвих орфографічних помилок, які не порушують акту комунікації (британський або американський варіанти орфографії, орфографічні помилки в географічних назвах тощо).	1-2	

Оцінка за самостійну роботу додається до оцінки за роботу на практичному занятті та є підсумковою оцінкою (максимальний бал - 5).

Критерії оцінювання самостійної роботи здобувачів

Бали	Критерії оцінювання самостійної роботи здобувачів
0	Робота не виконана
1	Робота виконана не в повному обсязі або допущено низку помилок у змісті, логіці, структурі завдання; робота не відповідає або частково не відповідає вимогам до виконання та оформлення самостійної роботи здобувачів
2	Робота виконана в повному обсязі та відповідає усім вимогам до виконання та оформлення самостійної роботи здобувачів

Критерії оцінювання діагностичного та підсумкового тестування

Діагностичне та підсумкове тестування складається з 42 питань, які охоплюють читання та використання мови. Бали розподіляються наступним чином:

Розподіл балів для діагностичного тестування

Кількість правильних відповідей	Кількість балів
0-22	0
23-24	1
25-26	2
27-28	3

29-30	4
31-32	5
33-34	6
35-36	7
37-38	8
39-40	9
41-42	10

Розподіл балів для підсумкового тестування

Кількість правильних відповідей	Кількість балів
0-14	0
15-16	1
17-18	2
19-20	3
21-22	4
23-24	5
25-26	6
27-28	7
29-30	8
31-32	9
33-34	10
35-36	11
37-38	12
39-40	13
41	14
42	15

10. Розподіл балів, які отримують здобувачі (денна форма навчання)

Екзамен

Поточне тестування та самостійна робота																Сума
Змістова частина 1. Основи маркетингу. (Marketing Basics).								Змістова частина 2. Публічність та просування. Реклама. Зв'язки з громадськістю. (Publicity & Promotion. Advertising. Public Relations).							Підсум к. тест (екзамен)	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15		100
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	

T1, T2 ... T15 – теми змістових частин.

Розподіл балів, які отримують здобувачі (заочна форма навчання)

Залік

Поточне тестування та самостійна робота															Сума
Змістова частина 1. Основи маркетингу. (Marketing Basics).								Змістова частина 2. Публічність та просування. Реклама. Зв'язки з громадськістю. (Publicity & Promotion. Advertising. Public Relations).							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	ПКЗЧ1	T8	T9	T10	T11	T12	T13	ПКЗЧ2	100
10	5	5	5	5	5	5	10	5	5	5	5	5	10	15	

T1, T2 ... T15 – теми змістових частин.

Схеми оцінювання ХДАУ

Національна диференційована шкала

Оцінка	Мін. рівень досягнень	Макс. рівень досягнень
Відмінно/Excellent	90	100
Добре /Good	74	89
Задовільно/Satisfactory	60	73
Незадовільно/Fail	0	59

Національна недиференційована шкала

Зараховано/Passed	60	100
Не зараховано/Fail	0	59

Шкала ECTS

A	90	100
B	82	89
C	74	81
D	64	73
E	60	63
Fx	35	59
F	1	34

Шкала ECTS недиференційована шкала

P	60	100
F	0	59

11. Методичне забезпечення

1. Робоча навчальна програма дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням».
2. Плани занять.
3. Навчально-наочні посібники, технічні засоби навчання.
4. Електронний навчальний курс.
5. Комплекс завдань для підсумкових контрольних робіт.
6. Інструктивно-методичні матеріали до практичних занять.
7. Завдання для самостійної роботи здобувачів.
8. Контрольні завдання для практичних занять.
9. Методичні рекомендації та розробки викладачів.
10. Інші матеріали.

12. Рекомендована література

Основа

1. Eastwood J. Oxford Practice Grammar Intermediate. With Tests. John Eastwood Oxford University press, 2019. 440 p.
2. Evans V. Round up 5 New and Update. Pearson Education Ltd, 2020. 208 p.
3. Farrall C., Lindsley M. Professional English in Use. Marketing. UK : Cambridge University Press, 2021. 144 p.
4. Gairns R. Redman S. Oxford Word Skills. Intermediate. Learn and practice English Vocabulary. Oxford University Press, 2021. 256 p.
5. Gore S. English for Marketing and Advertising. UK : Oxford University Press, 2020. 80 p.
6. Marketing English. Business English Pod. URL: <https://www.businessenglishpod.com/category/marketing/>
7. O'Driscoll N. Market Leader. Marketing. UK : Pearson Longman, 2021. 89 p.
8. Simkova I., Kozubska I., Medvedchuk A., Tuliakova K. Professional English for Future Marketing Specialists: study e-book for the master's degree students of specialty 075 "Marketing". Kyiv : Igor Sikorsky KPI, 2021. 172 p.
9. Sweeney S. Test your professional English. Marketing. UK : Pearson Longman, 2020. 112 p.
10. О. Мазур, К. Совач. Англійська для економістів. English for Economists: навчальний посібник – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. – 232 с.
11. Introduction to Marketing. YouTube. URL: <https://youtu.be/i1xz5Kv-7VY?si=5XA-KZ0jjVoBFEJd>
12. 5 Steps to Building a Personal Brand You Feel Good About | The Way We Work, a TED series. YouTube. URL: <https://youtu.be/ozMCb0wOnMU?si=mlg9cS8bnb69nR8s>
13. Maslow's Theory of Motivation in Marketing. YouTube. URL: <https://youtu.be/djH0KtXfz14?si=LisYEUE83BnXvZoV>
14. The Marketing Plan: Three Phases. YouTube. URL: <https://youtu.be/kmawakthUsw?si=Vgu793kLLC6zZ8Aq>
15. Types Of Advertising. YouTube. URL: <https://youtu.be/6lPvTQ07y3A?si=cBdBGqFh9gsSCnMq>
16. How an internet built on ads works. YouTube. URL: https://youtu.be/RpTI97uteJs?si=0_8pgfrfmOEnHvhu
17. Viral Marketing Examples: 4 Campaigns Explained! YouTube. URL: <https://youtu.be/rFm7XIhFExE?si=jTIY5ZmwQGi2jT76>

18. 7 Ways To Target Customers With Your Packaging Design | Custom Packaging | Marketing Strategy. *YouTube*. URL: https://youtu.be/TGU_nbunEXw?si=jqBf63x2v3qrSg3s
19. Corporate Communication. *YouTube*. URL: https://youtu.be/gF6MoHnQthA?si=F0i_zGRBl_Ecm2Y2
20. Blogger Tutorial For Beginners 2025 (Step-by-Step) . *YouTube*. URL: <https://youtu.be/qldf3CPLqJA?si=ukvBxYqstb6v9SEY>

Допоміжна

1. ЗНО (ЄВІ) 2020 року з англійської мови в магістратуру – спецсесія. URL: <https://zno.osvita.ua/master/english/437/>
2. ЗНО (ЄВІ) 2020 року з англійської мови в магістратуру – додаткова сесія. URL: <https://zno.osvita.ua/master/english/417/>
3. Тренажер для підготовки до ЄВІ з англійської мови (для здобувачів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»): навчально-практичний посібник / Олена Кан, Катерина Совач. Одеса : Олді+, 2024. 120 с.
4. English for Everyone 1 Practice Book. Dorling Kindersley 2024, 184 p.
5. Advanced Grammar in Use Fourth Edition with key and eBook Cambridge University Press автор Martin Hewings 2023, 320 p.
6. English for Everyone: English Phrasal Verbs. Dorling Kindersley 2024, 256 p.
7. English for Everyone: Everyday English. Dorling Kindersley 2024, 256 p.
B2 First 5 Authentic Practice Tests with Answers and Audio Cambridge University Press 2023, 176 p.

Інформаційні ресурси

1. Acronym and Abbreviation Dictionary: <http://www.ucc.ie/info/net/acronyms/index.html>
2. British Council: <https://learnenglish.britishcouncil.org/>
3. Online Dictionaries <http://www.bucknell.edu/rbeard/diction/html>
4. Merriam Webster Online <http://www.m-w.com/dictionary>
5. Synonym Dictionary <http://vancouver-webpages.com/synonyms/html>