

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра полікультурної освіти та перекладу**



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету історії
та міжнародних відносин
доц. Віталій АНДРЕЙКО
30 червня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ІНОЗЕМНА МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ»

Рівень вищої освіти: **перший (бакалаврський)**
Галузь знань: **07 Управління та адміністрування**
Спеціальність: **075 Маркетинг**
Освітньо-професійна програма: **Маркетинг**
Статус дисципліни: **обов'язкова**
Мова навчання: **англійська**

Ужгород 2025

Робоча програма навчальної дисципліни «Іноземна мова професійного спрямування» для здобувачів вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми: «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (денної форми навчання).

Розробник: Мишко Світлана Анатоліївна, доцент, завідувач кафедри полікультурної освіти та перекладу, доцент факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ»

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри полікультурної освіти та перекладу

протокол № 11 від «27» червня 2025 р.

Завідувач кафедри _____ доц. Мишко С. А.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин протокол № 11 від «27» червня 2025 р.

Голова науково-методичної комісії _____ доц. Мишко С. А.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 3/3	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 90/90	1-й	1-й
Кількість модулів – 2/2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2/4 самостійної роботи студента – 3	1-2	1-2
	Лекції:	
	–	–
	Лабораторні:	
	44/44	12/14
Вид підсумкового контролю: залік/іспит		
	-	-
Форма підсумкового контролю: усна	Самостійна робота:	
	46/46	76/78

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни «Іноземна мова професійного спрямування» є підготовка висококваліфікованих, креативних і конкурентоспроможних на ринку праці бакалаврів маркетингу, які в процесі навчання набувають глибокі фундаментальні знання та базові компетентності, необхідні для виконання професійних завдань та міжкультурної комунікації іноземною мовою в сферах професійного та ситуаційного спілкування в усній і письмовій формах, навички практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності, обумовленої професійними потребами, здатність вирішувати спеціалізовані завдання та приймати ефективні управлінські рішення у сфері маркетингової діяльності, готових до викликів сучасного бізнесу на національних, регіональних і міжнародних рівнях.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

1.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.

2.Загальні компетентності (ЗК)

ЗК-01. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК-04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями .

ЗК-06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК-07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК-10.

Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК-12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

ЗК-13. Здатність працювати в міжнародному контексті. .

3. Спеціальні компетентності (СК):

- СК-01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
- СК-02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
- СК-03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- СК-11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- СК-13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК-14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовою вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова професійного спрямування» (англійська мова) є рівень володіння англійською мовою студентами 2 року навчання – В1 (згідно з Національною програмою англійської мови професійного спілкування для вищих навчальних закладів та Європейськими рекомендаціями в галузі мовної освіти), а також опанування таких навчальних дисциплін (НД) ОПП «Маркетинг» підготовки здобувачів першого(бакалаврського) рівня вищої освіти:

2. Історія та культура України
5. Академічна доброчесність та основи наукових досліджень
6. Вступ до спеціальності "Маркетинг"
7. Інформаційні та комунікаційні технології
8. Іноземна мова
9. Українська мова за професійним спрямуванням

4. ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ (Р)

Відповідно до ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова професійного спрямування» повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН): Р-01. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р-03. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р-07. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Р-10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

Р-15. 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.

P-16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P-17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

УТОЧНЕНІ ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Аудіювання

- розуміти основні ідеї та розпізнавати відповідну інформацію в ході обговорень та бесід, що за темою пов'язані з фаховим навчанням та спеціальністю;
- розуміти загальний зміст і більшість суттєвих деталей в автентичних радіо і телепередачах, пов'язаних з академічною та професійною сферами;
- розуміти намір мовця і комунікативні наслідки його висловлювання, визначати позицію і точку зору мовця.

Говоріння

- виступати з підготовленими індивідуальними презентаціями; продукувати чіткий, детальний монолог з широкого кола тем, пов'язаних з навчанням та спеціальністю;

Читання

- розуміти автентичні тексти, пов'язані з навчанням та спеціальністю, з підручників, газет, популярних і спеціалізованих журналів та Інтернет-джерел;
- визначати позицію і точки зору в автентичних текстах, пов'язаних з навчанням та спеціальністю;
- розуміти автентичну академічну та професійну кореспонденцію. ***Письмо***
- писати зрозумілі, деталізовані тексти різного спрямування, пов'язані з академічною та професійною сферами (напр., заяву)
- користуватися базовими засобами зв'язку для поєднання висловлювань у чіткий, логічно об'єднаний дискурс ***Переклад***

- Застосовувати у практичній діяльності знання з практики перекладу.

Перекладати усно та письмово у двосторонньому режимі (з англійської мови українською та з української мови англійською) різностильові тексти в рамках професійної комунікації, враховуючи існуючі перекладацькі трансформації; вміти аналізувати результати своєї праці (виконаний переклад) та обґрунтувати перекладацьке рішення.

Пошук інформації

- запитувати з метою пошуку інформації;
- знаходити конкретну інформацію, пов'язану з процесом або предметом навчання, користуючись для цього бібліотечним каталогом, сторінкою змісту або показчиком, довідниками, словниками та Інтернетом;

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Викладання та навчання	Студенто-орієнтоване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання на основі науково-дослідницької діяльності, навчання через навчальні та виробничі практики. Поєднання практичних занять, самостійної роботи, навчальних конференцій, виконання індивідуальних завдань.
Оцінювання	Накопичувальна бально-рейтингова система, що передбачає
	<p>оцінювання студентів за усі види аудиторної та позааудиторної навчальної діяльності, спрямовані на опанування навчального навантаження з освітньої програми: поточні контроль та оцінювання, поетапний, модульний, підсумковий контроль; екзамени; заліки, презентації. Проміжкове та підсумкове оцінювання знань відбувається на засадах студентоорієнтованого особистісного підходу з використанням сучасних методик та практик.</p> <p>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти відбувається згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/31357</p> <p>Положення про порядок та методику проведення семестрових (курсівих) екзаменів і заліків в Ужгородському національному університеті https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5952</p> <p>Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію у Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/11070 з дотриманням норм академічної доброчесності відповідно до Положення про академічну доброчесність в Ужгородському національному університеті https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223</p> <p>Перезарахування кредитів відбувається на основі Положення про визнання (перезарахування) кредитів ЄКТС для учасників програм академічної мобільності у Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/20131</p> <p>Процедура оцінювання здобувачів вищої освіти також враховує результати неформальної освіти згідно Положення про порядок визнання Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» результатів навчання, здобутих у неформальній освіті https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22966</p> <p>Наявна чітка процедура розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти, яка описана в Положенні про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів (суперечок) у діяльності співробітників та здобувачів вищої освіти в Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22964</p> <p>та Положенні про порядок оскарження результатів (апеляція) оцінювання в Державному вищому навчальному закладі</p>

	<p>«Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22967</p>
--	--

Засобами діагностики та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є: заліки, екзамени, стандартизовані тести, реферати, есе, студентські презентації та виступи на наукових заходах, інші види індивідуальних та групових завдань.

Оцінювання проводиться на різних етапах упродовж усього курсу навчання і включає ті типи й технології оцінювання, які відповідають цілям навчання. Процедури встановлення

результатів оцінювання мовленнєвої поведінки студентів відповідають методам навчання, використовуються послідовно і підлягають моніторингу.

Поточне оцінювання здійснюється протягом курсу і передбачає перевірку знань студентів з окремих тем та рівня підготовки їх до виконання конкретних комунікативних та граматичних завдань. Формою проведення поточного контролю є виконання письмових чи усних робіт та тестових завдань.

Підсумкове оцінювання є всебічним за характером, забезпечує звітність і застосовується для перевірки рівня володіння мовою наприкінці курсу. Ця форма оцінювання дозволяє з'ясувати, чи досягли студенти мети, визначеної курсом. Система підсумкового оцінювання включає в себе вхідний та вихідний тести. Вхідне оцінювання проводиться з метою визначити рівень володіння мовою студентами за допомогою діагностичного тестування.

Форми контролю

Форми поточного контролю: усний або письмовий. Види поточного контролю включають індивідуальне або групове опитування, контрольну роботу, тести, підготовку реферату; ділові ігри; захист виконаних завдань та ін. Форми контролю та самостійної роботи визначаються викладачем та затверджуються на засіданні кафедри.

Форма модульного контролю: усна або письмова визначається викладачем та затверджується на засіданні кафедри.

Форма підсумкового семестрового контролю: усний або письмовий залік або екзамен в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою навчальною програмою і в терміни, встановлені робочим навчальним планом та графіком навчального процесу

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти 1 семестр (модуль 1, 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	РАЗОМ
Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	СРС	50	100
10	10	10	10	10		
Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8	СРС	50	100
10	10	10	10	10		

2 семестр (модуль 1, 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	РАЗОМ
Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	СРС	50	100
10	10	10	10	10		
Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8	СРС	50	100

10	10	10	10	10		
----	----	----	----	----	--	--

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

1 семестр				
Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість годин	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість годин	Максимальна кількість балів (сумарна)
Лабораторні заняття (допуск, виконання та захист)	20	40	20	40
Самостійна робота	22	10	24	10
Модульна контрольна робота	2	50	2	50
Разом	44	100	46	100

2 семестр				
Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість годин	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість годин	Максимальна кількість балів (сумарна)
Лабораторні заняття (допуск, виконання та захист)	20	40	20	40
Самостійна робота	22	10	24	10
Модульна контрольна робота	2	50	2	50
Разом	44	100	46	100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Модульна контрольна робота проводиться письмово та/або усно з метою перевірки прогресу студента в досягненні цілей навчання певного модулю. Оскільки кожний модуль має на меті розвиток рецептивних та продуктивних умінь та навичок в користуванні іноземною мовою, модульна контрольна робота побудована з метою перевірки рівня цих умінь та навичок в рамках тем, передбачених певним модулем. Перевірка сформованості мовленнєвих умінь під час модульної контрольної роботи також передбачає перевірку наявності у студента мовних вмінь та робочих знань граматичних структур, правил англійського синтаксису, мовних форм, властивих для офіційних та розмовних реєстрів академічного і професійного мовлення та широкого діапазону словникового запасу (у тому числі термінології), який вивчався у відповідному модулі.

Оцінювання рецептивних умінь під час модульної контрольної роботи: Читання та аудіювання

Оцінюється здатність студентів:

- розуміти головний зміст/ідею тексту, його деталі і структуру;
- розуміти головні думки і конкретну інформацію з тексту;
- робити припущення про ідеї та ставлення автора;

Оцінювання продуктивних умінь під час модульної контрольної роботи:

Письмо

Письмо оцінюється за критеріями виконання завдання, та за комунікативною якістю роботи відповідно до навичок та вмінь, які тренувалися протягом модулю:

- відповідність змісту завданню;
- відповідність мовних засобів завданню;
- лексичний і граматичний діапазон відповідно рівню студента;
- організацію зв'язності тексту: чітка структура з належними з'єднуючими фразами, що допомагають читачеві орієнтуватися в тексті.

Говоріння

Мовленнєва поведінка студентів у ситуаціях, передбачених цілями модулю, оцінюється щодо:

- ефективності виконання завдання;
- точності та доречності використання мовних засобів (лексичний і граматичний діапазон);
- управління дискурсом;
- вимови;
- навичок спілкування (здатність студента брати активну участь у бесіді, ініціювати розмову та реагувати належним чином).

Переклад

- оцінюється точність перекладу усно та письмово у двосторонньому режимі (з англійської мови українською та з української мови англійською) різностильових текстів в рамках професійної комунікації.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Під час підсумкового семестрового контролю (заліки та екзамен) оцінюється прогрес, якого досягнув студент протягом семестру, та поточний рівень володіння мовою (рецептивні та продуктивні уміння):

Оцінювання рецептивних умінь: Читання та аудіювання

Оцінюється здатність студентів:

- розуміти сутність, деталі і структуру тексту;
- визначати головні думки і конкретну інформацію; – робити припущення про ідеї та ставлення;
- розуміти особливості професійного дискурсу.

Оцінювання продуктивних умінь:

Письмо

Письмо оцінюється не лише за критеріями виконання завдання, але й за комунікативною якістю роботи студента. Оцінки виставляються за:

- зміст
- трактування питання та тлумачення теми через призму різноманітних ідей та аргументів;
- точне використання лексики та пунктуації, лексичний і граматичний діапазон, використання лексики, відповідної рівню студента;
- стиль (напр., уникнення повторення лексичних одиниць);

– організацію зв'язності тексту: чітка структура: вступ, головна частина і висновок; належна розбивка на абзаци; зв'язний текст з належними з'єднуючими фразами, що допомагають читачеві орієнтуватися в тексті. Говоріння

Оцінюється мовленнєва поведінка студентів відповідно до критеріїв, розроблених для їхнього рівня володіння мовою:

- точність та доречність використання мовних засобів; лексичний і граматичний діапазон відповідно до дескрипторів рівня;
- управління дискурсом: логічна послідовність, обсяг та відповідність мовленнєвій діяльності студента;
- вимова: здатність студента продукувати розбірливі висловлювання. (Дотримання наголосу, ритму, інтонації оцінюється відповідно до РВМ студента) – спілкування: здатність студента брати активну участь у бесіді.

Переклад

Оцінюється точність перекладу усно та письмово у двосторонньому режимі (з англійської мови українською та з української мови англійською) різностильових текстів в рамках професійної комунікації, вміння аналізувати виконаний переклад та обґрунтувати перекладацьке рішення.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ У КРЕДИТНО-МОДУЛЬНІЙ СИСТЕМІ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

Оцінка за шкалою ECTS	Кількість балів	Оцінка за національною шкалою	Критерії знань
A	90-100	відмінно	Студент виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить джерела інформації, використовує набуті знання та вміння в нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розвиває власні обдарування й нахили.
B	82-89	добре	Студент вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи та задачі в стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна.
C	74-81		Студент вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати її на практиці, контролювати власну діяльність, виправляти помилки, серед яких є суттєві, добирати аргументи на підтвердження певних думок.
D	64-73	задовільно	Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання та розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, серед яких є значна кількість суттєвих.
E	60-63		Студент володіє матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на продуктивному рівні.
FX	35-59	незадовільно	Студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу.

F	0-34	Студент володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання та відтворення окремих фрагментів, елементів, об'єктів.
---	------	---

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни 1

Семестр

Модуль 1

Тема 1. Buyers, Sellers and the Market

- 1.1 Customers and Clients
- 1.2 Buyers and Sellers
- 1.3 The Market
- 1.4 Companies and Markets
- 1.5 Competitors and Competition **Тема**

2. Finance and the Economy

- 2.1 Personal Finance
- 2.2 Financial Centers
- 2.3 Stock Markets
- 2.4 Trading
- 2.5 Market Indexes

Тема 3. Indicators

- 3.1 Finance and Economics
- 3.2 Inflation and Unemployment
- 3.3 Trade
- 3.4 Growth and GDP
- 3.5 Peaks and Troughs
- 3.6 Boom and Bust

Тема 4. Marketing and Market Orientation

- 4.1 Marketing
- 4.1 Market Orientation
- 4.3 Products and Brands
- 4.4 Price
- 4.5 Place
- 4.6 Promotion

Модуль 2

Тема 1. Marketing Basics

- 1.1 Marketing Mix
- 1.2 The Four Cs, As, and Os
- 1.3 AIDA
- 1.4 SWOT Analysis
- 1.5 Marketing Strategy
- 1.6 Marketing Plan **Тема**

2. Personal Skills

- 2.1 Time and Time Management
- 2.2 Projects and Project Management
- 2.3 Stress and Stress Management

- 2.4 Downshifting
 - 2.5 Modern Management Styles
 - 2.6 Empowerment **Тема 3.**
- Business Across Cultures**
- 3.1 Cultures and Culture
 - 3.2 Business and Familiarity
 - 3.3 Business Cards
 - 3.4 Dress Code
 - 3.5 Entertainment and Hospitality
 - 3.6 Cross-Cultural Communication

Тема 4. Ethics

- 4.1 Social Marketing
- 4.2 Code of Ethics
- 4.3 Ethical Standards
- 4.4 Ethical Investment
- 4.5 Wrongdoing
- 4.6 Bribery and Corruption
- 4.7 Fraud and Embezzlement

2 Семестр

Модуль 1

Тема 1. Branding

- 1.1 Brand Platform
- 1.2 Brand Management
- 1.3 Brand Strategy
- 1.4 Common Brand Values **Тема 2. Publicity and Promotion**

- 2.1 Media Strategy
- 2.2 Media Planning
- 2.3 Media Buying
- 2.4 TV and Radio
- 2.5 Outdoor Advertising **Тема 3. Press**

- 3.1 Newspapers
- 3.2 Magazines
- 3.3 Printed Documents
- 3.4 Internet
- 3.5 Search Engine Marketing **Тема 4. Public Relations**

- 4.1 Corporate Communications
- 4.2 Media Relations
- 4.3 Lobbying
- 4.4 Event and Sport Sponsorship
- 4.5 Crisis Communication
- 4.6 Corporate Blogging

Модуль 2

Тема 1. Telephone and Email

- 1.1 Telephones and Beyond
- 1.2 Doing Things over the Phone
- 1.3 Phoning Scenario

- 1.4 Giving and Taking Messages
- 1.5 Making Arrangements
- 1.6 Emails **Тема 2. Meetings**
- 2.1 Types of Meetings
- 2.2 Role of the Chairperson
- 2.3 Points of View
- 2.4 Agreement and Disagreement
- 2.5 Discussion Techniques
- Тема 3. Presentations**
- 3.1 Types of Presentations
- 3.2 Dos and Don'ts: Preparation
- 3.3 Dos and Don'ts: Timing
- 3.4 Dos and Don'ts: Voice
- 3.5 Dos and Don'ts: Body Language
- 3.6 Rapport with the Audience
- 3.7 Visual Aids
- 3.8 Closing and Dealing with Questions **Тема 4. Negotiations**
- 4.1 Types of Negotiations
- 4.2 Bargaining
- 4.3 Negotiating Scenario
- 4.4 Negotiating Styles
- 4.5 Probing
- 4.6 Trade-offs
- 4.7 Confrontational Negotiating Tactics
- 4.8 Dealing with Problems
- 4.9 Agreements and Contracts

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Форма навчання:					
	Усього	у тому числі				
		лекції	практичні семінарські	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота
1-й семестр						
Модуль 1						
Тема 1. Buyers, Sellers and the Market	10			4		6
Тема 2. Finance and the Economy	12			6		6
Тема 3. Indicators	8			4		4
Тема 4. Marketing and Market Orientation	12			6		6

Модульна контрольна робота	2			2		
Разом за модуль	44			22		22
Модуль 2						
Тема 1. Marketing Basics	10			4		6
Тема 2. Personal Skills	12			6		6
Тема 3. Business Across Cultures	10			4		6
Тема 4. Ethics	12			6		6
Модульна контрольна робота	2			2		
Разом за модуль	46			22		24
Разом за семестр	90			44		46
2-й семестр						
Модуль 1						
Тема 1. Branding	10			4		6
Тема 2. Publicity and Promotion	12			6		6
Тема 3. Press	8			4		4
Тема 4. Public Relations	12			6		6
Модульна контрольна робота	2			2		
Разом за модуль	44			22		22
Модуль 2						
Тема 1. Telephone and Email	10			4		6
Тема 2. Meetings	12			6		6
Тема 3. Presentations	10			4		6
Тема 4. Negotiations	12			6		6
Модульна контрольна робота	2			2		
Разом за модуль	46			22		24
Разом за семестр	90			44		46

6.3. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Customers and Clients	2	
2	Companies and Markets	2	2
3	Personal Finance	2	
4	Financial Centers	2	
5	Stock Markets	2	
6	Finance and Economics	2	2
7	Inflation and Unemployment	2	
8	Marketing	2	2
9	Products and Brands	2	
10	Promotion	2	

11	MODULE 1	2	
12	Marketing Mix	2	2
13	SWOT Analysis	2	
14	Time and Time Management	2	
15	Projects and Project Management	2	2
16	Stress and Stress Management	2	
17	Managing Across Cultures	2	
18	Business and Familiarity	2	
19	Code of Ethics	2	
20	Ethical Standards	2	
21	Ethical Investment	2	2
22	MODULE 2	2	
23	Brand Platform	2	
24	Brand Management	2	
25	Publicity and Promotion	2	2
26	Media Strategy	2	
27	Media Planning	2	
28	Newspapers	2	
29	Magazines	2	2
30	Corporate Communications	2	2
31	Media Relations	2	
32	Lobbying	2	
33	MODULE 1	2	
34	Telephone and Email	2	2
35	Making Arrangements	2	2
36	Types of Meetings	2	
37	Role of the Chairperson	2	2
38	Discussion Techniques	2	
39	Types of Presentations	2	
40	Dos and Don'ts: Preparation	2	
41	Types of Negotiations	2	
42	Negotiating Scenario	2	
43	Agreements and Contracts	2	
44	MODULE 2	2	2
Разом		88	26

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Buyers and Sellers	2	4
2	The Market	2	3
3	Competitors and Competition	2	3
4	Stock Markets	2	3
5	Trading	2	4
6	Market Indexes	2	3
7	Growth and GDP	2	3
8	Boom and Bust	2	3
9	Market Orientation	2	3
10	Price	2	4
11	Place	2	3
12	The Four Cs, As, and Os	2	3
13	Marketing Strategy	2	4
14	Marketing Plan	2	3
15	Downshifting	2	3
16	Modern Management Styles	2	3
17	Empowerment	2	3
18	Cultures and Culture	2	3
19	Entertainment and Hospitality	2	4
20	Cross-Cultural Communication	2	3
21	Wrongdoing	2	4
22	Bribery and Corruption	2	3
23	Fraud and Embezzlement	2	4
24	Brand Management	2	3
25	Brand Strategy	2	4
26	Common Brand Values	2	3
27	Media Buying	2	3
28	TV and Radio	2	3
29	Outdoor Advertising	2	4
30	Printed Documents	2	3
31	Search Engine Marketing	2	3
32	Event and Sport Sponsorship	2	4
33	Crisis Communication	2	3
34	Corporate Blogging	2	4
35	Phoning Scenario	2	3
36	Giving and Taking Messages	2	4
37	Emails	2	3
38	Meetings	2	4
39	Points of View	2	3

40	Agreement and Disagreement	2	4
41	Dos and Don'ts: Timing	2	3
42	Rapport with the Audience	2	3
43	Closing and Dealing with Questions	2	3
44	Negotiating Styles	2	4
45	Confrontational Negotiating Tactics	2	3
46	Dealing with Problems	2	4
Разом		92	154

7. ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

В освітньому процесі використовується мультимедійне обладнання для проведення лекцій та практичних занять. Для інформаційного пошуку та обробки результатів наявні спеціалізовані комп'ютерні класи факультету з необхідним програмним забезпеченням та необмеженим відкритим доступом до Інтернет-мережі.

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення: офіційний веб-сайт

<http://www.uzhnu.edu.ua>, який містить інформацію про робочі програми, навчальну та наукову літературу; необмежений доступ до мережі Інтернету. - фонди та електронних каталогів наукової бібліотеки ДВНЗ «УжНУ», а також до електронного репозитарію ДВНЗ «УжНУ» (<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jsru/>), де містяться навчально-методичні матеріали з дисциплін навчального плану; - наукова бібліотека, читальні зали; - віртуальне навчальне середовище Moodle (<https://e-learn.uzhnu.edu.ua/>); - веб-сайт факультету історії та міжнародних відносин за адресою

https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/faculty-fhistory_relati/specs містить докладну інформацію про навчальний процес; - навчальні і робочі плани; - графіки навчального процесу; - навчально-методичні комплекси дисциплін; - пакети завдань для проведення ректорських та комплексних контрольних робіт; - дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Blythe Jim. Essentials of Marketing. Third edition .-London, NY:FT Prentice Hall, 2005.- 375 p.
2. Bill Mascull. Business Vocabulary in Use.- Cambridge:Cambridge University Press,2002, 173p.
3. English Grammar for Economics and Business. 2nd ed. Patricia Ellmann&bookboon com,2014.- 189p.
4. English for Marketing and Advertising. S.Gore.- Oxford.- 71p.
5. Edward Russell. The Fundamentals of Marketing.- Switzerland: AVA Publishing SA,2010.- 194p.

6. Professional English Vocabulary in Use. Marketing. R.Farral, M.Lindsley.- Cambridge:Cambridge UniversityPress.- 2008.- 143p.

Допоміжна література

1. Elbaum S. Grammar in Context. Book 1. – Boston, 1996. - 348p.
2. Elbaum S. Grammar in Context. Book 2. – Boston, 1996. - 368p.
3. English vocabulary in use (upper-intermediate and advanced)/Michael Mc Carthy, Felicity O'Dell. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. - 297p.
4. Kenny N., Luge-Mortimer L. First Certificate Practice Test. – England: Longman, 2006.-208p.
5. Stanton A., Morris S. CAE Practice Tests. – Edinburgh: Longman, 2002.- 173p.
6. Vince M. First Certificate Language Practice. - N.Y., 2003.- 309p.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. The Cambridge Dictionary - <https://dictionary.cambridge.org/>
2. Collins English Thesaurus - <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english-thesaurus>
3. Online Oxford Collocation Dictionary - <http://www.freecollocation.com/>
4. Universal Marketing Dictionary - <https://marketing-dictionary.org/> 5. Marketing Dictionary: Terms, Definitions, & Glossary - <https://www.google.com/search?q=marketing+dictionaries+in+english>
6. A Dictionary of Marketing (3 ed.) - <https://www.oxfordreference.com/display/>
7. BBC News Review <https://www.youtube.com/watch?v=NKiF8nGy9AA> 8. Learning English News Review <https://www.bbc.co.uk/programmes/p05hw4bq/episodes/downloads>
9. Listening activities, and online conversation classes <https://www.eslvideo.com/>
10. Global News: Politics <https://globalnews.ca/politics/>
11. <http://www.manythings.org/voa/america/>
12. News in Levels <https://www.newsinlevels.com/>

Додаток 2

Результати перегляду робочої програми навчальної дисципліни

Робоча програма перезатверджена на 20__ / 20__ н.р. без змін; зі змінами (Додаток __).

(потрібне підкреслити)

протокол № ____ від « ____ » _____ 20 ____ р. Завідувач кафедри _____
(підпис) (Прізвище
ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20 ____ / 20 ____ н.р. без змін; зі змінами (Додаток ____).

(потрібне підкреслити)

протокол № ____ від « ____ » _____ 20 ____ р. Завідувач кафедри _____
(підпис) (Прізвище
ініціали)