

**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 ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ»**


Рівень вищої освіти: другий (магістерський)
Галузь знань: **D Бізнес, адміністрування та право**
Спеціальність: **D5 Маркетинг**
Освітньо-професійна програма: **Маркетинг**
Статус дисципліни: **обов'язкова**
Мова навчання: **англійська**

Ужгород 2025

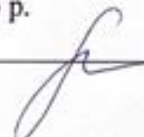
Робоча програма навчальної дисципліни «**Іноземна мова за професійним спрямуванням**» (англійська мова) для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань **D Бізнес, адміністрування та право**, спеціальності **D5 Маркетинг**, кваліфікації «**магістр маркетингу**», освітньо-професійної програми «**Маркетинг**».

Розробник: Тодорова Наталія Юріївна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри полікультурної освіти та перекладу факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

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
Кількість кредитів ЄКТС: 3	Рік підготовки:
Загальна кількість годин: 90	1
Кількість модулів – 2	Семестр:
	1
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 3	Лекції
	Не передбачені
	Практичні (семінарські)
	36
Вид підсумкового контролю: <i>залік</i>	Лабораторні
	Не передбачені
Форма підсумкового контролю: <i>комбінована (письмовий тест/усна співбесіда)</i>	Самостійна робота
	54

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» (англійська мова) є подальше формування професійної комунікативної компетенції, яка розглядається як мовна поведінка, що є специфічною для професійного середовища. Мовна поведінка вимагає набуття лінгвістичної компетенції (мовленнєвих умінь та мовних знань), соціолінгвістичної та прагматичної компетенцій, що є необхідними для виконання завдань, пов'язаних з фаховою діяльністю.

Відповідно до освітньої програми «Маркетинг», вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» (англійська мова) має забезпечити свій внесок в опанування здобувачами вищої освіти інтегральної компетенції, а саме, здатністю розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. Курс також сприятиме розвитку таких програмних компетентностей (ПК) як

- ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
- ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії; – ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, та спеціальних (фахових) компетентностей (СК) як
 - СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу;
 - СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу;
 - СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом;
 - СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

Відповідно до освітньої програми, ця мета реалізується шляхом досягнення таких цілей:

- *практична*: удосконалювати професійно орієнтовані комунікативні мовленнєві компетенції студентів (лінгвістичну, соціолінгвістичну і прагматичну) для забезпечення їхнього ефективного спілкування в професійному середовищі.

- *освітня*: на основі сформованих у студентів загальних компетенцій (декларативних знань, вмінь, навичок, та вміння вчитися) сприяти подальшому розвитку здібностей до самооцінки та здатності до самостійного навчання, що дозволить студентам продовжувати навчатися впродовж життя.
- *пізнавальна*: залучати студентів до таких академічних видів діяльності, які активізують і далі розвивають увесь спектр їхніх пізнавальних та творчих здібностей.
- *розвиваюча*: сприяти подальшому розвитку загальних компетенцій з метою формування їх особистої мотивації; зміцнювати впевненість студентів як користувачів мови, а також їх позитивне ставлення до вивчення мови.
- *соціальна*: сприяти становленню критичного самоусвідомлення та вмінь спілкуватися і робити вагомий внесок у міжнародне середовище, що постійно змінюється.
- *соціокультурна*: досягати широкого розуміння важливих і різнопланових міжнародних соціокультурних проблем, для того щоб діяти належним чином у культурному розмаїтті професійних та академічних ситуацій.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовою вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» (англійська мова) є рівень володіння англійською мовою здобувачами магістерського рівня вищої освіти – B2 (згідно з Національною програмою англійської мови професійного спілкування для вищих навчальних закладів¹ та Європейськими рекомендаціями в галузі мовної освіти).

Також передумовами вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» є опанування обов'язкових навчальних дисциплін (НД) з іноземної (англійської) мови освітньої програми підготовки здобувачів освітнього ступеня бакалавр.

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Маркетинг», вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» (англійська мова) повинно сприяти досягненню здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

- ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
- ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

Очікувані результати опанування навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» реалізуються завдяки таким *мовленнєвим вмінням*:

¹ Національна програма англійської мови професійного спілкування для вищих навчальних закладів. Колектив авторів. – К.: Ленвіт, 2005. – 119с. Рекомендовано Міністерством освіти і науки України.

Аудіювання

- розуміти основні ідеї та розпізнавати відповідну інформацію в ході детальних обговорень, дебатів, офіційних доповідей, лекцій, бесід, що за темою пов'язані зі спеціальністю;
- розуміти в деталях телефонні розмови, складні повідомлення та інструкції в професійному середовищі;
- розрізняти різні стилістичні реєстри, розуміти намір мовця і комунікативні наслідки його висловлювання;

Говоріння

- реагувати на основні ідеї та розпізнавати суттєво важливу інформацію під час детальних обговорень, дискусій, офіційних перемовин, лекцій, бесід, що пов'язані з професією;
- чітко виступати з підготовленими індивідуальними презентаціями щодо широкого кола тем професійного спрямування;
- виконувати широку низку мовленнєвих функцій і адекватно реагувати на них, гнучко користуючись загально вживаними фразами;

Читання

- розуміти автентичні тексти, пов'язані зі спеціальністю, із спеціалізованих журналів та Інтернет-джерел;
- розрізняти різні стилістичні реєстри, визначати позицію, точки зору, намір автора письмового тексту і комунікативні наслідки письмового повідомлення;
- розуміти автентичну професійну кореспонденцію (напр., листи, факси, електронні повідомлення тощо);

Письмо

- писати зрозумілі, деталізовані тексти різного спрямування, пов'язані з професійною сферою
- писати з високим ступенем граматичної коректності професійну кореспонденцію, резюме, протоколи тощо.
- користуватися базовими засобами зв'язку для поєднання висловлювань у чіткій, логічно об'єднаний дискурс

Пошук інформації

- запитувати, знаходити та критично оцінювати професійно значущу інформацію, користуючись сучасними пошуковими системами та базами даних;
- прогнозувати інформацію, користуючись для цього “ключами”, напр., заголовками, підзаголовками, ім'ям автора та ін.

Академічне та професійно-орієнтоване мовлення

- виступати з презентаціями чи доповідями з питань, пов'язаних зі спеціальністю;
- враховувати аудиторію і мету висловлювання, логічно структурувати ідеї;
- коментувати таблиці, графіки і схеми;
- користуватись адекватними стратегіями комунікації іноземною мовою під час дискусій, семінарів та консультацій

Академічне та професійно-орієнтоване письмо

- тлумачити, порівнювати і зіставляти таблиці, графіки та схеми
- узагальнювати, перефразовувати й синтезувати ідеї з різних типів текстів
- фіксувати й письмово викладати результати досліджень (напр., опитування, огляд теми)

- робити придатні для користування конспекти з різноманітних інформаційних джерел
- написати звіт (напр., згідно проекту);
- враховувати аудиторію та мету висловлювання, логічно структурувати ідеї;
- користуватися логічними сполучниками для поєднання абзаців в єдиний текст;
- коректно наводити цитати, скласти бібліографію;
- вчитувати та виправляти роботу

Оцінювання

- розуміти вимоги та критерії щодо оцінювання, у тому числі поточного оцінювання; належним чином здійснювати само оцінювання

Мовні вміння

По закінченні курсу студенти повинні актуалізувати робочі знання:

- граматичних структур, необхідних для гнучкого вираження відповідних функцій та понять, а також для розуміння і продукування широкого кола текстів в професійній сфері
- правил англійського синтаксису задля розпізнавання та продукування широкого кола текстів в професійній сфері
- мовних форм, властивих для офіційних та розмовних реєстрів професійного мовлення
- широкого діапазону словникового запасу (у тому числі термінології), необхідного для спілкування в професійній сфері.

Соціолінгвістична та прагматична компетенції:

- розуміти, як ключові цінності, переконання та поведінка в академічному і професійному середовищі України відрізняються при порівнянні однієї культури з іншими (міжнародні, національні, інституційні особливості);
- розуміти різні корпоративні культури в конкретних професійних контекстах і те, яким чином вони співвідносяться одна з одною;
- застосовувати міжкультурне розуміння у процесі безпосереднього усного і писемного спілкування в академічному та професійному середовищі;
- належним чином поводити себе й реагувати у типових світських, академічних і професійних ситуаціях повсякденного життя, а також знати правила взаємодії між людьми у таких ситуаціях (розпізнавання відповідних жестів, спілкування очима, усвідомлення значення фізичної дистанції та розуміння жестикуляції у кожній з таких ситуацій)

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є: заліки, екзамени, стандартизовані тести, командні проекти, аналітичні звіти, 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, що відповідають цілям навчання. Процедури встановлення результатів оцінювання мовленнєвої поведінки студентів відповідають методам навчання, використовуються послідовно і підлягають моніторингу. Результати оцінювання повинні надавати репрезентативну інформацію щодо мовленнєвої поведінки студентів у відповідності до очікуваних результатів навчання.

Поточне оцінювання здійснюється протягом курсу і дає можливість отримати негайну інформацію про результати навчання студента під час конкретного модуля чи в конкретний момент цього модуля.

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 (тобто результатів навчання), 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 і є основою для оцінювання прогресу студента протягом вивчення курсу.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання *Форми поточного*

контролю: усна або письмова.

Види поточного контролю включають індивідуальне або групове опитування; контрольну роботу; індивідуальну або групову презентацію (представлення виконаного завдання); аналіз професійних ситуацій (аналіз ситуації, даної у вигляді текстового, графічного або усного матеріалу, відеофільму, або аналіз варіантів вирішення проблеми, вибір оптимального варіанту); тести; підготовку есе; підготовку реферату; ділові ігри; захист виконаних завдань та ін.

Види, кількість самостійної роботи, а також поточний контроль визначає викладач. Оцінка самостійної роботи здійснюється викладачем самостійно в межах рейтингової системи за 100-бальною системою з урахуванням рекомендованої вагомості не менше 40% від загальної підсумкової оцінки з дисципліни.

Форма модульного контролю: усна або письмова.

Види модульного контролю включають індивідуальне або групове опитування; контрольну роботу; індивідуальну або групову презентацію (представлення виконаного завдання); тести; есе; захист виконаних завдань та ін. *Форму та види модульного контролю визначає викладач.*

Форма підсумкового семестрового контролю: комбінована (усна співбесіда та письмовий тест).

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

Поточне оцінювання та самостійна робота				Модульна контрольна робота	Сума
Тема 1	Тема 2	Тема 3	СРС	50	100
10	10	10	20		

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

Поточне оцінювання та самостійна робота				Модульна контрольна робота	Сума
Тема 4	Тема 5	Тема 6	СРС	50	100
10	10	10	20		

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні заняття	9	10	9	10
Письмове тестування при тематичному оцінюванні	3	15	3	15
Презентація	1	5	1	5

Самостійна робота (індивідуальні/групові проекти, домашнє читання)		20		20
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		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).

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

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

Оцінювання рецептивних умінь:

Читання та аудіювання

Оцінюється здатність студентів:

- розуміти ідею тексту та його головну мету;
- 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
- виконання завдання;
- трактування питання та тлумачення теми через призму різноманітних ідей та аргументів;
- точність (правопис та граматичні помилки, що не заважають розумінню, є прийнятними)
- відповідність мовних засобів завданню; володіння граматичними структурами, характерними для даного рівня;
- точне використання лексики та пунктуації, лексичний і граматичний діапазон, використання лексики, відповідної рівню студента;
- стиль (напр., уникнення повторення лексичних одиниць);
- використання різноманітних граматичних структур, якщо це є доречним;
- 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;
- реєстр і формат, чутливість до читача (соціальні ролі, тип повідомлення і таке інше).

Говоріння

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

- виконання завдання: організація того, що і як сказано, з огляду на кількість, якість, відповідність та чіткість інформації;
- використання: 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, обмін репліками та підтримання взаємодії (ініціювання розмови та реагування належним чином) оцінюються відповідно до РВМ студента.

**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	Зараховано	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		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		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	Незараховано	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

Зміст навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» зорієнтований на подальший розвиток мовленнєвої компетенції студентів до рівня B2, має суто практичнотренувальний характер і включає набуття та удосконалення навичок:

- практичного володіння англійською мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої потребами професійного спілкування;
- пошуку новітньої професійно-орієнтованої інформації через аутентичні, неадаптовані англійськомовні джерела, використовуючи різні види читання та аудіювання відповідно з метою використання інформації фахового спрямування;
- користування усним монологічним та діалогічним мовленням у межах навчальної та професійної тематики;
- перекладу з англійської мови на рідну і навпаки текстів фахового характеру;
- стилістично вірно використовувати письмову мову для обробки інформації та власного висловлювання, а саме, реферувати та анотувати навчальну та фахову літературу рідною та іноземною мовами, писати поточні документи, листи та навчальні звіти англійською мовою.
- удосконалювати психолінгвістичну готовність (включаючи вмотивованість) до англійськомовної професійної діяльності та майбутньої англійськомовної комунікації.

Topic 1: Digital Marketing and AI in Advertising *Key Issues:*

- SEO, PPC, and content marketing
- AI-driven advertising and automation
- Social media trends and analytics *Skills in Focus:*
- Writing compelling ad copies and campaign proposals
- Creating engaging social media posts and video scripts
- Analyzing digital marketing strategies from global brands *Practical Activities:*
- Writing an SEO-optimized blog post
- Creating a short social media campaign pitch
- Role-playing a marketing team meeting discussing AI-powered ads

Topic 2: Consumer Psychology and Persuasive Communication

Key Issues:

- Emotional branding and storytelling
- Consumer decision-making process
- Persuasive language in marketing *Skills in Focus:*
- Crafting persuasive product descriptions
- Writing effective marketing emails
- Delivering compelling brand storytelling *Practical Activities:*
- Writing a persuasive email campaign
- Creating a storytelling-based ad script
- Analyzing famous brand storytelling campaigns (e.g., Apple, Nike)

Topic 3: Brand Management and Crisis Communication

Key Issues:

- Brand positioning and corporate reputation
- Crisis management in marketing
- Handling negative reviews and PR disasters *Skills in Focus:*

- Writing professional press releases
- Handling negative customer feedback professionally
- Managing brand reputation through strategic communication *Practical Activities:*
- Drafting a crisis response statement for a fictional brand issue
- Writing a press release for a new product launch
- Simulating a media interview on brand reputation

Topic 4: Influencer Marketing and Social Media Strategies *Key Issues:*

- Building brand partnerships with influencers
- Viral marketing and content creation
- Ethics and transparency in influencer marketing *Skills in Focus:*
- Writing collaboration proposals for influencers
- Presenting a social media marketing strategy
- Debating the ethics of influencer marketing *Practical Activities:*
- Drafting an influencer outreach email
- Creating a content plan for a product launch on Instagram/TikTok
- Analyzing a successful influencer campaign case study

Topic 5: Data-Driven Marketing and Market Research *Key Issues:*

- Big data and consumer insights
- A/B testing and campaign performance
- Market research tools and techniques *Skills in Focus:*
- Interpreting marketing analytics reports
- Presenting research findings and data insights
- Discussing the role of data in marketing decision-making *Practical Activities:*
- Creating a marketing performance report based on a dataset
- Presenting key insights from consumer behavior research
- Simulating a data-driven decision-making meeting

Assessment & Final Project

- Weekly assignments (e.g., writing tasks, presentations, role-plays)
- Mid-term project: Case study analysis of a real-world marketing campaign
- Final project: Developing a marketing communication strategy for a product launch, including a pitch presentation

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин
	Форма навчання:
	у тому числі

	Усього	Лекції	практичні семінарські	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота
Модуль 1						
Topic 1: Digital Marketing and AI in Advertising	14	0	5	0	0	9
Topic 2: Consumer Psychology and Persuasive Communication	15	0	6	0	0	9
Topic 3: Brand Management and Crisis Communication	14	0	5	0	0	9
Модульна контрольна робота	2	0	0	0	2	0
Разом за модуль	45	0	16	0	2	27
Модуль 2						
Topic 4: Influencer Marketing and Social Media Strategies	14	0	5	0	0	9
Topic 5: Data-Driven Marketing and Market Research	15	0	6	0	0	9
Final Project Presentation	14	0	5	0	0	9
Модульна контрольна робота	2	0	0	0	2	0
Разом за модуль	45	0	16	0	2	27
Разом за семестр	90	0	32	0	4	54

6.3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Модуль 1		
1	Topic 1: Digital Marketing and AI in Advertising	5
2	Topic 2: Consumer Psychology and Persuasive Communication	6
3	Topic 3: Brand Management and Crisis Communication	5
Модуль 2		
		0
4	Topic 4: Influencer Marketing and Social Media Strategies	5
5	Topic 5: Data-Driven Marketing and Market Research	6
6	Final Project Presentation	5
Разом		32

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Choosing or creating a product/service and developing a marketing communication strategy	6
2	Writing Marketing Communication Strategy	20
3	Designing a Pitch Presentation	18
4	Collaborating in giving a peer feedback	10

Завдання для самостійної роботи

Final Project: Marketing Communication Strategy & Pitch Presentation

Duration: 3–4 weeks (last part of the course) *Objective:*

Students will develop a comprehensive marketing communication strategy for a new product or service and deliver a professional pitch presentation in English. This project integrates all key skills learned during the course, from persuasive writing to data-driven decision-making. *Project Overview:*

Each student (or team) will choose or create a product/service and develop a marketing communication strategy, including branding, digital promotion, and influencer outreach. The project will be presented in class as a simulated pitch to potential investors, clients, or stakeholders. *Key Deliverables:*

1. Written Marketing Communication Strategy (3–5 pages)

Students will submit a structured document detailing their strategy, which should include:

- Product/Service Overview
 - Brief description of the product or service
 - Unique selling proposition (USP)
 - Target audience analysis
- Brand Messaging & Positioning
 - Brand personality and tone of voice
 - Key messages for marketing campaigns
- Digital Marketing & Social Media Plan
 - Recommended platforms (Instagram, LinkedIn, TikTok, etc.)
 - Content strategy (visuals, blog posts, videos, etc.)
 - Sample social media posts (with persuasive captions)
- Influencer & Partnership Strategy
 - Proposed influencer collaborations
 - Justification for chosen influencers
 - Draft of an influencer outreach email
- Crisis Management & Reputation Handling
 - Potential risks and challenges
 - Plan for responding to negative reviews or PR crises
- Data-Driven Insights & Success Metrics
 - How they will track campaign success (KPIs, A/B testing, analytics)
 - Tools and methods for measuring engagement and ROI

2. Pitch Presentation (8–10 minutes, with slides)

Students will present their strategy as if they were pitching it to potential clients, investors, or stakeholders. The presentation should include:

- A clear and engaging introduction (hook the audience)
- A brief product/service overview
- Explanation of the marketing strategy and key channels
- Persuasive justification for the chosen branding and communication plan
- A short simulated marketing ad or campaign sample (optional)
- A data-driven approach (mentioning KPIs and expected impact)
- A strong conclusion with a call to action

3. Presentation Skills Focus:
 - Clarity and confidence in English
 - Effective use of persuasive language
 - Professional tone and engagement techniques
4. Evaluation Criteria
 - a. Written Strategy (50%)
 - Logical structure and clarity
 - Creativity and relevance of marketing plan
 - Proper use of persuasive and professional language
 - Application of course concepts (branding, digital marketing, etc.)
 - b. Pitch Presentation (40%)
 - Clear and confident delivery
 - Persuasiveness and engagement with the audience
 - Effective use of visuals and slides
 - Fluent use of professional English
 - c. Collaboration & Participation (10%)
 - Engagement in group discussions and peer feedback – Active participation in Q&A sessions after presentations

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

Технічні засоби: аудіо та відео відтворююче обладнання; компакт диски до навчально-методичних комплексів.

Обладнання: комп'ютер з доступом в інтернет, копіювальна техніка; світлодіодний проектор та екран.

Програмне забезпечення: MS Office (Word, MS PowerPoint), Prezi, Wiki та інші навчальні продукти онлайн (<https://quizlet.com/>; <https://www.duolingo.com/>).

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Gore, Sylee. English for Marketing and Advertising. Express series. SB OUP, 2017. Підручник для роботи на практичних заняттях, з аудіо матеріалами.
2. Farrall, Cate and Marianne Lindsley. Professional English in Use Marketing. Cambridge University Press, 2016. – Підручник для самостійної роботи: тренувальні вправи та домашні завдання
3. Vince, M. & P. Emmerson, Intermediate Language Practice. MacMillan, 2003.
4. Mascull B. Business Vocabulary in Use. CUP. 2012.
5. Trappe T., Tullis G. (2005) Intelligent Business. Coursebook. Pearson Education ltd.
6. Pile L. (2005) Intelligent Business. Workbook. Pearson Education ltd.
7. Johnson C. (2005) Intelligent Business. Skills Book. Pearson Education ltd.
8. Mascull B. (2012) Business English in Use. CUP.

Допоміжна література

1. Ashley A. (2003) Oxford Handbook of Commercial Correspondence, New Edition: Workbook. OUP.
2. Ashley A. (2003) Oxford Handbook of Commercial Correspondence. New Edition. OUP.
3. Emmerson P. (2003) Email English. MacMillan.
4. English L.M., Lynn S. (1995) Business across Cultures. Longman.
5. O'Driscoll, N. & Scott-Barret, F. (2007) BEC Vantage Masterclass. OUP. With CDs.
6. Pilbeam A. (2010) Market Leader. Working across Cultures. Longman/Pearson.
7. Roberts S. (2012) Collins Co-Built Business Vocabulary in Practice. University of Birmingham.
8. Vince, M. (2003) Advanced Language Practice. MacMillan.

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. BBC News Review <https://www.youtube.com/watch?v=NKiF8nGy9AA>
5. Learning English News Review <https://www.bbc.co.uk/programmes/p05hw4bq/episodes/downloads>
6. Listening activities, and online conversation classes <https://www.eslvideo.com/>
7. Global News: lifestyle <https://globalnews.ca/lifestyle/>
8. VOA Learning English - Voice of America <https://learningenglish.voanews.com/>
9. News in Levels <https://www.newsinlevels.com/>