

**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 06 2024 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«ІНОЗЕМНА МОВА»  
(німецька мова)**

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

Ужгород 2024

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

Розробники:

Попович Наталія Мафтеївна, к.філ.н., доцент кафедри полікультурної освіти та перекладу факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ»

Пітра Неля Володимирівна, викладач кафедри полікультурної освіти та перекладу факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ»

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

протокол № 13 від «26» червня 2024 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Мишко С.А.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин протокол № 7 від «28» червня 2024 р.

Голова науково-методичної комісії \_\_\_\_\_ 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	1-2	1-2
для денної форми навчання:	Лекції:	
аудиторних – 2/4	–	–
самостійної роботи студента – 3	Лабораторні:	
	44/44	12/14
Вид підсумкового контролю: залік/іспит		
	-	-
Форма підсумкового контролю: усна	Самостійна робота:	
	46/46	76/78

## 2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни «Іноземна мова» полягає у підготовці висококваліфікованих, креативних і конкурентоспроможних на ринку праці фахівців, готових до викликів сучасного бізнесу на різних типах і видах ринків, професійно свідомих спеціалістів, які володіють навичками аналітичного, стратегічного, гнучкого мислення та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення складних завдань і прийняття ефективних управлінських рішень у сфері маркетингової діяльності в організаціях і на підприємствах різних форм власності та видів економічної діяльності, 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 на національних, регіональних і міжнародних ринках,

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-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-03 Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК-04 Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК-11 Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

### **3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Передумовою вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова» (німецька мова) є рівень володіння німецькою мовою студентами 1 року навчання – А2 (згідно з Національною програмою англійської мови професійного спілкування для вищих навчальних закладів та Європейськими рекомендаціями в галузі мовної освіти). Також передумовами вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова» у 2 семестрі 1 курсу є 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

7. Інформаційні та комунікаційні технології

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» повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Р-01 Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ і принципів провадження маркетингової діяльності.

Р- 11 Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід і здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Р- 12 Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

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.

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

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

### **ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

Мовленнєві вміння:

#### **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

### **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 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. Оцінювання знань здобувачів вищої освіти відбувається згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/31357">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/31357</a> Положення про порядок та методика проведення семестрових (курсівих) екзаменів і заліків в Ужгородському національному університеті <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5952">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5952</a> Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію у Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/11070">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/11070</a>

	<p>з дотриманням норм академічної доброчесності відповідно до Положення про академічну доброчесність в Ужгородському національному університеті  <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223</a></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»  <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/20131">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/20131</a></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  <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22966">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22966</a></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»  <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22964">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22964</a></p> <p>та Положенні про порядок оскарження результатів (апеляція) оцінювання в Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет»  <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22967">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22967</a></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.

*Методи навчання:* комунікативний підхід (Communicative approach): обговорення соціально значущих тем та мовна адаптація в академічному середовищі; виконання вправ на розуміння змісту. використання рольових ігор для відпрацювання навичок усного мовлення; перегляд відео та подкастів із подальшим обговоренням; кейс-метод (Case-based learning); інтерактивні завдання (Interactive learning); використання онлайн платформ (Kahoot, Quizlet) для вивчення нових слів та понять, пов'язаних із культурним різноманіттям та соціальною відповідальністю.

*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

Вид діяльності здобувача вищої освіти	1 семестр			
	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
<b>Разом</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

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
<b>Разом</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

### 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 (заліки та екзамени) 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 ідею тексту та її задуманий наперед “вплив”
- 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.

## 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		Студент вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи та задачі

		добре	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. Die Grundlagen des Marketings

- 1.1 Definition und Ziele des Marketings
- 1.2 Die 4Ps des Marketings ( Produkt, Platz, Preis, Promotion)
- 1.3 Unterschied zwischen B2B- und B2C-Marketing
- 1.4 Entwicklung des Marketingsmix

#### Тема 2. Verben. (Gegenwart und Vergangenheit)

- 2.2 Reflexiv gebrauchte Verben
- 2.2 Infinitiv mit „zu“, Infinitiv ohne „zu“
- 2.3 Infinitiv mit „um.....zu“
- 2.4 Rektion der Verben

#### Тема 3. Die Facharbeit planen

- 3.1 Die Rahmenbedingungen klären
- 3.2 Das Thema finden und abgrenzen
- 3.3 Die Untersuchungsmethoden festlegen
- 3.4 Einen Arbeitsplan aufstellen

#### Тема 4. Kommunizieren

- 4.1 Kommunikation untersuchen
- 4.2 Ohne Worte sprechen
- 4.3 Über Gespräche reflektieren
- 4.4 Die eigene Meinung in Diskussionen vertreten

## Модуль 2

### Тема 1. Marktforschung und Verbraucheranalyse

- 1.1 Primäre und sekundäre Marktforschung
- 1.2 Zielgruppenanalyse
- 1.3 Käuferverhalten
- 1-4 Methoden der Datenerhebung

### Тема 2. Verben. Entscheidungsfragen

- 2.1 Verben mit trennbaren Vorsilben
- 2.2 Ergänzungsfragen
- 2.3 Imperativ-Höflichkeitsform
- 2.4 Bedingungsnebensatz mit „wenn“

### Тема 3. Informationen beschaffen

- 3.1 Das Internet nutzen
- 3.2 Bücher und Bibliotheken nutzen
- 3.3 Archive nutzen
- 3.4 Quellen protokollieren-Informationen dokumentieren

### Тема 4. Kommunizieren

- 4.1 Kommunikation in schwierigen Situationen
- 4.2 Erfolgreich bewerben
- 4.3 Verkaufsgespräche führen
- 4.4 Fachgespräche führen

## 2 семестр

### Модуль 1

#### Тема 1 Marketingstrategien und Konzepte

- 1.1 Differenzierungsstrategie
- 1.2 Zielgruppenorientierung und Segmentierung
- 1.3 SWOT-Analyse im Marketing
- 1.4 Entwicklung langfristiger Marketingpläne

#### Тема 2. Nebensätze. Modalverben

- 2.1 Attributnebensätze
- 2.2 Modalverben „können“, „wollen“
- 2.3 Modalverben „müssen“, „sollen“
- 2.4 Modalverben „dürfen“, „mögen“

#### Тема 3. Informationen sammeln und auswerten- Vortragen und Präsentieren

- 3.1 Ideen sammeln
- 3.2 Informationen recherchieren
- 3.3 Informationen auswerten
- 3.4 Einen Vortrag inhaltlich vorbereiten

#### Тема 4. Texte lesen und verstehen

- 4.1 Fachtexte untersuchen
- 4.2 Manipulierende Texte erkennen und untersuchen
- 4.3 Notizen zu Texten verfassen
- 4.4 Inhalte visualisieren

## Модуль 2

### Тема 1. Digitales Marketing und soziale Medien

- 1.1 Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- 1.2 Social-Media-Plattformen und ihre Nutzung im Marketing
- 1.3 Influencer-Marketing und Kooperationen
- 1.4 Datenanalyse und Tracking im digitalen Marketing

### Тема 2. Pronomen.Passiv

2.1 Pronomen „es“, „man“

2.2 Personalpronomen

2.3 Präsens Passiv, Präteritum Passiv

2.4 Perfekt Passiv, Plusquamperfekt Passiv

Тема 3. Informationen sammeln und auswerten- Vortragen und Präsentieren

3.1 Die Vortragsweise vorbereiten

3.2 Einen Vortrag mit Medien präsentieren

3.3 Sprechängste überwinden

3.4 Rollenspiele durchführen und reflektieren

Тема 4. Ein Projekt planen, durchführen und dokumentieren

4.1 Ein Projekt definieren

4.2 Ein Projekt planen

4.3 Ein Projekt durchführen

4.4 Ein Projekt abschliessen

## 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	
<b>1-й семестр</b>						
<b>Модуль 1</b>						
Тема 1. <b>Die Grundlagen des Marketings</b>	10			4		6
Тема 2. <b>. Verben. (Gegenwart und Vergangenheit)</b>	12			6		6
Тема 3. <b>Die Facharbeit planen</b>	8			4		4
Тема 4. <b>Kommunizieren</b>	12			6		6
Модульна контрольна робота	2			2		
Разом за модуль	44			22		22
<b>Модуль 2</b>						
Тема 1. <b>Marktforschung und Verbraucheranalyse</b>	10			4		6
Тема 2. <b>Verben. Entscheidungsfragen</b>	12			6		6
Тема 3. <b>Die Facharbeit planen</b>	10			4		6
Тема 4. <b>Kommunikation in schwierigen Situationen</b>	12			6		6
Модульна контрольна робота	2			2		
Разом за модуль	46			22		24
Разом за семестр	90			44		46
<b>2-й семестр</b>						
<b>Модуль 1</b>						
Тема 1. Marketingstrategien und Konzepte	10			4		6
Тема 2. <b>Attributnebensätze</b>	12			6		6

Тема 3. Informationen sammeln und auswerten- <b>Vortragen und Präsentieren</b>	8			4		4
Тема 4. <b>Texte lesen und verstehen</b>	12			6		6
Модульна контрольна робота	2			2		
Разом за модуль	44			22		22
<b>Модуль 2</b>						
Тема 1. Digitales Marketing und soziale Medien	10			4		6
Тема 2. <b>Pronomen.Passiv</b>	12			6		6
Тема 3. Informationen sammeln und auswerten- <b>Vortragen und Präsentieren</b>	10			4		6
Тема 4. Ein Projekt planen, durchführen und dokumentieren	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	<b>Die Grundlagen des Marketings</b>	2	
2	<b>Definition und Ziele des Marketings</b>	2	2
3	<b>Die 4Ps des Marketings ( Produkt, Platz, Preis, Promotion)</b>	2	
4	<b>Verben. (Gegenwart und Vergangenheit)</b>	2	
5	<b>Infinitiv mit “zu“, Infinitiv ohne „zu“</b>	2	
6	<b>Die Facharbeit planen</b>	2	2
7	<b>Die Rahmenbedingungen klären</b>	2	
8	<b>Das Thema finden und abgrenzen</b>	2	2
9	<b>Kommunikation untersuchen</b>	2	
10	<b>Ohne Worte sprechen</b>	2	
11	MODULE 1	2	
12	<b>Primäre und sekundäre Marktforschung</b>	2	2
13	<b>Zielgruppenanalyse</b>	2	
14	<b>Verben mit trennbaren Vorsilben</b>	2	
15	<b>Ergänzungsfragen</b>	2	2
16	<b>Imperativ-Höflichkeitsform</b>	2	
17	<b>Informationen beschaffen</b>	2	
18	<b>Das Internet nutzen</b>	2	
19	<b>Kommunizieren</b>	2	
20	<b>Kommunikation in schwierigen Situationen</b>	2	
21	<b>Verben. Entscheidungsfragen</b>	2	2
22	MODULE 2	2	
23	Differenzierungsstrategie	2	
24	<b>Zielgruppenorientierung und Segmentierung</b>	2	
25	<b>SWOT-Analyse im Marketing</b>	2	2
26	<b>Nebensätze. Modalverben</b>	2	
27	<b>Attributnebensätze</b>	2	
28	<b>Informationen sammeln und auswerten- Vortragen und Präsentieren</b>	2	
29	<b>Ideen sammeln</b>	2	2

30	<b>Informationen recherchieren</b>	2	2
31	<b>Texte lesen und verstehen</b>	2	
32	<b>Fachtexte untersuchen</b>	2	
33	MODULE 1	2	
34	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	2	2
35	Social-Media-Plattformen und ihre Nutzung im Marketing	2	2
36	<b>Pronomen.Passiv</b>	2	
37	<b>Pronomen „es“, „man“</b>	2	2
38	<b>Personalpronomen</b>	2	
39	<b>Informationen sammeln und auswerten- Vortragen und Präsentieren</b>	2	
40	Die Vortragsweise vorbereiten	2	
41	Einen Vortrag mit Medien präsentieren	2	
42	Ein Projekt planen, durchführen und dokumentieren	2	
43	Ein Projekt definieren	2	
44	MODULE 2	2	2
	<b>Разом</b>	88	26

#### 6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	<b>Unterschied zwischen B2B- und B2C-Marketing</b>	2	4
2	<b>Entwicklung des Marketingsmix</b>	2	3
3	<b>Reflexiv gebrauchte Verben</b>	2	3
4	<b>Infinitiv mit „um.....zu“</b>	2	3
5	<b>Das Thema finden und abgrenzen</b>	2	4
6	<b>Die Untersuchungsmethoden festlegen</b>	2	3
7	<b>Einen Arbeitsplan aufstellen</b>	2	3
8	<b>Über Gespräche reflektieren</b>	2	3
9	<b>Die eigene Meinung in Diskussionen vertreten</b>	2	3
10	<b>Käuferverhalten</b>	2	4
11	<b>Methoden der Datenerhebung</b>	2	3
12	<b>Ergänzungsfragen</b>	2	3
13	<b>Imperativ-Höflichkeitsform</b>	2	4
14	<b>Bedingungsnebensatz mit „wenn“</b>	2	3
15	<b>Bücher und Bibliotheken nutzen</b>	2	3
16	<b>Archive nutzen</b>	2	3
17	<b>Quellen protokollieren-Informationen dokumentieren</b>	2	3
18	<b>Kommunikation in schwierigen Situationen</b>	2	3
19	<b>Erfolgreich bewerben</b>	2	4
20	<b>Verkaufsgespräche führen</b>	2	3
21	<b>Fachgespräche führen</b>	2	4
22	<b>Modalverben „können“, „wollen“</b>	2	3
23	<b>Informationen auswerten</b>	2	4
24	<b>Einen Vortrag inhaltlich vorbereiten</b>	2	3
25	<b>Fachtexte untersuchen</b>	2	4
26	<b>Manipulierende Texte erkennen und untersuchen</b>	2	3
27	<b>Notizen zu Texten verfassen</b>	2	3
28	<b>Inhalte visualisieren</b>	2	3
29	Digitales Marketing und soziale Medien	2	4
30	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	2	3

31	Social-Media-Plattformen und ihre Nutzung im Marketing	2	3
32	Influencer-Marketing und Kooperationen	2	4
33	Datenanalyse und Tracking im digitalen Marketing	2	3
34	<b>Pronomen „es“, „man“</b>	2	4
35	<b>Personalpronomen</b>	2	3
36	<b>Präsens Passiv, Präteritum Passiv</b>	2	4
37	<b>Perfekt Passiv, Plusquamperfekt Passiv</b>	2	3
38	Die Vortragsweise vorbereiten	2	4
39	Einen Vortrag mit Medien präsentieren	2	3
40	Sprechängste überwinden	2	4
41	Einen Vortrag mit Medien präsentieren	2	3
42	Sprechängste überwinden	2	3
43	Rollenspiele durchführen und reflektieren	2	3
44	Ein Projekt planen	2	4
45	Ein Projekt abschliessen	2	3
46	Ein Projekt definieren	2	4
<b>Разом</b>		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](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 Бориско Н.Ф. Ukraine:Wir lesen, sprechen und diskutieren.Навчальний посібник з німецької мови.- Київ: ЛОГОС, 2004-320с.

2 Бориско Н.Ф. . Петрочук О.В.:Verbessere sein Deutsch. Rechtschreibung des modernen Deutschen. Ленвіт, 2004 120с.

3 Вікторовський В.Г. Enzyklopadie. Deutsche Gesprächsthemen/- Харків: Torsing Verlag, 2002.462с

4 Гвоздяк-Фрідманська О.М., Біров І.Й. Довідник з граматики німецької мови. Посібник для студентів вищих навчальних закладів.- Ужгород: Видавництво «Мистецька лінія», 2010-548с.

5 Гвоздяк-Фрідманська О.М., Біров І.Й. Довідник з граматики німецької мови. Посібник для студентів,- Ужгород: Закарпаття, 2000-221с.

6 Фрайхофф Д., Бекетова О. В., Ізерманн Н. Ринкова економіка / Німецька економічна мова / Д. Фрайхофф, О. В. Бекетова, Н. Ізерманн. – Київ в: Вид-во УАДУ, 1999. – 156 с.

7 Berufsdeutsch. Basisband. Herausgegeben von Carlo Dirschedl. Cornelsen, 2013,-128S

8 Bruhn,М. Kommunikationspolitik:Grundlagen und Instrumente der Unternehmenskommunikation. Springer Gabler, 2021.-330S

9 Homburg,С.; Krohmer;Н. Grundlagen der Marktforschung:Einführung für Studierende. Springer Gabler,2021.-310S

10 Die Facharbeit: Von der Planung zur Präsentation. Texte, Themen und Strukturen. Herausgegeben von Bernd Schurf. Erarbeitet von Gerd Brenner.Arbeitsheft.Cornelsen,2019.-95S

11 Kotler,P., Keller,K. Einführung in das Marketing:Grundlagen und Konzepte. , Pearson Studium , 2021.-363S

12 Starker,K. Social Media Marketing für Anfänger. Springer Gabler, 2020.-210S

### **Додаткова література**

1 Кудіна Олена Федорівна .Країни, де говорять німецькою.: Навч. посібник з лінгвокраїнознавства. Вінниця: Нова книга. 2002.-344с.

2 Німецька граматики: Малий Дуден. Видання третє, перероблене Рудольфа та Урсули Гобергів. Бібліографічний інститут. Ф.А. Брокгауз. Переклад з німецької мови, впорядкування. Показчик. Словнички та коментарі Володимира Оленича.- Ужгород. Видавництво» Мистецькалінія», 2008.-440с.

3 Шахова К.О. Пять німецьких лауреатів Нобелівської премії з літератури: Посібник .- К.: Юніверс.2001.-203с.

### **Словники**

1. Великий німецько-українськийсловник[ укладач :В.Мюллер-2-е вид.випр. та доп.]. –К.: Чумацький шлях, 2007.- 792с.

2. Duden. Das Universalwörterbuch.- Mannheim- Leipzig-Wien- Zurich: Dudenverlag, 2002.

### **Інтернет – ресурси**

1 [http:// www.tagesschau.de](http://www.tagesschau.de)

2 <http://www.spiegel.de>

3 <http://www.duden.de>

4<http://www.office-bibliothek.de>

5<http://www.linguist.univ.kiev.ua>

6 [http:// www.euronews.net](http://www.euronews.net)

### **Електронні словники**

Duden . Das Fremdwörterbuch auf CD-ROM.Office-Bibliothek Express