



SLC. MS.040. LSO9001. 1693



Міжнародний європейський
університет
Європейська школа бізнесу
СИЛАБУС



2025

Назва курсу

Foreign Language (for Professional Purposes) / Іноземна мова (за професійним спрямуванням)

Інформація про курс

Рівень вищої освіти:

ОП «Маркетинг» (перший (бакалаврський) рівень освіти)

Спеціальність:

D5 (075) «Маркетинг»

Назва освітньої програми:

ОП «Маркетинг»

Опис курсу:

Навчальна дисципліна «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» спрямований на поетапне формування та розвиток іншомовної комунікативної компетентності здобувачів освіти в академічному, діловому та професійному контекстах з урахуванням специфіки майбутньої маркетингової діяльності.

Курс. вивчається протягом семи семестрів. На I році навчання дисципліна орієнтована на формування базових навичок іншомовного спілкування та академічного письма. Здобувачі освіти закріплюють граматичні та лексичні основи, опановують базову професійну лексику, навчаються читати й аналізувати нескладні академічні та професійно орієнтовані тексти, писати короткі письмові роботи та готувати прості усні презентації. На II році акцент переноситься на розвиток навичок академічної та ділової мови, зокрема професійного спілкування у сфері маркетингу, роботи з автентичними текстами, ведення ділового листування, участі в дискусіях і підготовки аналітичних та презентаційних матеріалів іноземною мовою. На III році курс спрямований на оволодіння професійною мовою та міжкультурною комунікацією, розвиток умінь роботи з науковими текстами, підготовку анотацій, рефератів і звітів, участь у професійних проектах та моделювання ситуацій міжнародної професійної взаємодії. На IV році дисципліна зосереджена на професійній інтеграції та науковій діяльності, зокрема підготовці наукових публікацій, тез доповідей, професійних звітів і презентацій, удосконаленні навичок академічних дебатів, переговорів та іншомовної комунікації у міжнародному професійному середовищі.

Вивчення курсу забезпечує формування здатності до ефективної письмової та усної професійної комунікації іноземною мовою, роботи з фаховими й науковими джерелами, участі в міжкультурній взаємодії та використання іншомовної комунікації як інструменту професійного розвитку маркетолога.

Передумови вивчення (попередні вимоги):

Відсутні. Дисципліна спирається на сформовані на рівні повної загальної середньої освіти базові знання з іноземної мови, зокрема елементарні лексико-граматичні навички, уміння читання, письма, аудіювання та усного мовлення.

Обсяг кредитів/годин:

21 кредит ЄКТС/ 630 год., у т.ч. практичних занять– 220 год., самостійної роботи – 410 год.

Ознаки дисципліни

Термін викладання	Семестр	Міжнародна дисциплінарна інтеграція	Курс рік (навчання)	Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору
7 семестрів	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 семестри	так	1, 2, 3,4 курси	Цикл загальної підготовки

Формат навчання:

Очне навчання з використанням елементів дистанційних технологій

Розташування класної кімнати:

English for special purposes I: <https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=707>

English for special purposes II: <https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=706>

English for special purposes III: <https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=716>

English for special purposes IV: <https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=717>

Інформація про викладача

Прізвище та ім'я викладача:

Наволокіна Алла Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри психології та суспільно-гуманітарних наук

Кафедра:

Кафедра психології та суспільно-гуманітарних наук



[Сайт кафедри](#)

Місцезнаходження офісу:

м. Київ, пр-т Академіка Глушкова, 42 В, каб. 504

Графік роботи та консультування:

Щоп'ятниці з 14:00 до 15:30 з попереднім записом через корпоративну пошту

Електронна пошта викладача:

allanavolokina@ieu.edu.ua

Цілі курсу / Результати навчання

Цілі курсу:

Мета дисципліни: формування та поетапний розвиток у здобувачів освіти здатності до ефективної письмової та усної професійної, ділової й академічної комунікації іноземною мовою з урахуванням специфіки маркетингової діяльності, вимог міжкультурної взаємодії та потреб подальшої професійної і наукової інтеграції.

Основними завданнями навчальної дисципліни є:

- формування та систематизація лексико-граматичних знань, необхідних для використання іноземної мови в академічному, діловому та професійному спілкуванні;
- розвиток навичок усного та письмового професійного мовлення іноземною мовою у типових і змодельованих ситуаціях маркетингової діяльності;
- оволодіння базовими та поглибленими навичками академічного письма, роботи з фаховими й науковими текстами іноземною мовою;
- формування вмінь здійснювати професійну комунікацію, ділове листування, презентацію ідей та результатів діяльності іноземною мовою;
- розвиток здатності до міжкультурної комунікації та врахування культурних відмінностей у професійному спілкуванні;
- підготовка здобувачів освіти до використання іноземної мови як інструменту професійного розвитку, участі в міжнародних проєктах, академічній мобільності та науковій діяльності.

Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів:

Інтегральна компетентність: здатність розв'язувати 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.

Дисципліна «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» забезпечує формування таких компетенцій:

загальних (ЗК)

- **ЗК3.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- **ЗК7.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- **ЗК8.** Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- **ЗК9.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- **ЗК10.** Здатність спілкуватися іноземною мовою.
- **ЗК12.** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- **ЗК13.** Здатність працювати в міжнародному контексті.

Вивчення курсу сприяє досягненню таких програмних результатів навчання (ПРН):

- **ПРН 3.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- **ПРН 10.** Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських

рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта..

- **ПРН 11.** Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- **ПРН 17.** Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

Результати навчання:

Після опанування курсу студент буде:

знати:

- лексико-граматичні та стилістичні норми іноземної мови, необхідні для академічного, ділового та професійного спілкування у сфері маркетингу;
- базову й фахову маркетингову термінологію іноземною мовою та правила її використання в усному і письмовому мовленні;
- жанрові та структурні особливості академічних, ділових і професійно орієнтованих текстів іноземною мовою;
- принципи побудови усного професійного висловлювання з урахуванням мети, адресата та комунікативної ситуації;
- основи міжкультурної комунікації.
- ;

вміти:

- здійснювати усну та письмову професійну комунікацію іноземною мовою у типових ситуаціях маркетингової діяльності;
- пояснювати інформацію, ідеї та професійні рішення іноземною мовою фахівцям і нефахівцям;
- аналізувати академічні та професійно орієнтовані тексти іноземною мовою, виокремлювати ключову інформацію та формулювати обґрунтовані висновки;
- складати академічні й ділові тексти іноземною мовою з дотриманням мовних і стилістичних норм;
- застосовувати іноземну мову у міжкультурному професійному спілкуванні, коректно добираючи мовні та комунікативні засоби.

Зміст курсу

Year 1 / I курс – Basic Communication and Academic Writing / Базова комунікація та академічне письмо

Semester 1 / 1 семестр. Foundations of Academic and Professional Communication / Основи академічного та професійного спілкування

Unit 1.1/Тема 1.1. Foreign Language as a Tool of Academic and Professional Communication / Іноземна мова як інструмент академічного та професійного спілкування

Unit 1.2/Тема 1.2. Grammar Basics for Academic and Professional Use /Основи граматики для академічного та професійного мовлення

Unit 1.3/Тема 1.3. Introducing Yourself as a Future Marketing Specialist / Самопрезентація майбутнього маркетолога

Unit 1.4/Тема 1.4. Marketing as a Profession: Roles and Functions / Маркетинг як професійна діяльність

Unit 1.5/Тема 1.5. Products, Brands and Value Proposition / Товари, бренди та ціннісна пропозиція

Unit 1.6/Тема 1.6. Consumers and Target Audience / Споживачі та цільова аудиторія

Unit 1.7/Тема 1.7. Market Communication and Promotion / Маркетингові комунікації та просування

Unit 1.8/Тема 1.8. Business Communication in Marketing / Ділове спілкування у сфері маркетингу



[Розподіл годин](#)

Semester 2 / 2 семестр. Academic Writing and Presentation Skills / Академічне письмо та презентаційні навички

Unit 1.9/Тема 1.9. Academic and professional styles, Structure and Coherence of Academic Texts / Академічний і діловий стилі. Структура та зв'язність академічних текстів

Unit 1.10/Тема 1.10. Academic Vocabulary Expansion for Marketing: terms, academic collocations and language structures for working with professional texts and professional communication / Розширення академічної лексики у сфері маркетингу: терміни, академічні словосполучення та мовні конструкції для роботи з фаховими текстами й професійного спілкування

Unit 1.11/Тема 1.11. Writing Short Essays and Professional Summaries / Написання коротких есе та професійних резюме

Unit 1.12/Тема 1.12. Presentation Skills: Preparing and Delivering Short Presentations / Навички презентації: підготовка та представлення коротких доповідей

Unit 1.13/Тема 1.13. Participating in Academic and Professional Discussions / Участь в академічних і професійних обговореннях

Unit 1.14/Тема 1.14. Business Email Writing and Basic Correspondence / Ділове листування та написання електронних листів

Unit 1.15/Тема 1.15. Describing Data, Trends and Simple Visuals / Опис даних, тенденцій та простих візуальних матеріалів

Unit 1.16/Тема 1.16. Argumentation and Critical Thinking in Academic Writing / Аргументація та критичне мислення в академічному письмі

Year 2 / II рік навчання — Academic and Business Language / Академічна та ділова мова

Semester 3 / 3 семестр. Business Communication and Professional Interaction / Ділова комунікація та професійна взаємодія

Unit 2.1/Тема 2.1. Professional Communication in Marketing Activities / Професійна комунікація у маркетинговій діяльності

Unit 2.2/Тема 2.2. Language of Branding and Professional Identity / Мова брендингу та професійної ідентичності

Unit 2.3/Тема 2.3. Ethics and Professional Standards in Business Communication / Етика та професійні стандарти ділового спілкування

Unit 2.4/Тема 2.4. Language of Professional Collaboration and Leadership / Мова професійної взаємодії та лідерства

Unit 2.5/Тема 2.5. Meetings and Discussions in Business Contexts. Negotiation Basics and Persuasive Communication / Ділові зустрічі та обговорення. Основи переговорів та переконливої комунікації

Unit 2.6/Тема 2.6. Interdepartmental and Cross-Functional Communication / Міжпідрозділова та кросфункціональна комунікація

Semester 4 / 4 семестр. Academic Discourse and Professional Argumentation / Академічний дискурс і професійна аргументація

Unit 2.7/Тема 2.7. Academic Writing in Marketing: Reports and Analytical Texts / Академічне письмо у маркетингу: звіти та аналітичні тексти

Unit 2.8/Тема 2.8. Language of Argumentation and Professional Reasoning / Мова аргументації та професійного обґрунтування

Unit 2.9/Тема 2.9. Expressing Opinions and Critical Evaluation / Висловлення позиції та критична оцінка

Unit 2.10/Тема 2.10. Language of Marketing Analytics and Performance Evaluation / Мова маркетингової аналітики та оцінювання ефективності

Unit 2.11/Тема 2.11. Discussion and Debate in Academic and Business Contexts / Дискусії та дебати в академічному й діловому середовищі

Unit 2.12/Тема 2.12. Working with Sources: Language for Quoting and Paraphrasing / Мова цитування та перефразування

Year 3 / III рік навчання. Professional Language and Intercultural Communication / Професійна мова та міжкультурна комунікація

Semester 5 / 5 семестр. Professional Language and Project Communication / Професійна мова та проектна комунікація

Unit 3.1/Тема 3.1. Professional Communication in International Marketing / Професійна комунікація у міжнародному маркетингу

Unit 3.2/Тема 3.2. Project Communication: Language of Planning and Coordination / Проектна комунікація: мова планування та координації

Unit 3.3/Тема 3.3. Writing Abstracts, Summaries and Professional Reports / Написання анотацій, резюме та професійних звітів

Unit 3.4/Тема 3.4. Intercultural Communication in Marketing Contexts / Міжкультурна комунікація у маркетингових контекстах

Unit 3.5/Тема 3.5. Professional Etiquette and Communication Styles / Професійний етикет і стилі комунікації

Unit 3.6/Тема 3.6. Professional Correspondence in International Projects / Професійне листування у міжнародних проектах

Semester 6 / 6 семестр. Scientific and Professional Texts / Наукові та професійні тексти

Unit 3.7/Тема 3.7. Language of Research Description and Methodology / Мова опису досліджень і методів

Unit 3.8/Тема 3.8. Analytical Writing in Professional Marketing Contexts / Аналітичне письмо у професійному маркетинговому контексті

Unit 3.9/Тема 3.9. Conference Communication: Language of Participation / Мова участі в конференціях і професійних подіях

Unit 3.10/Тема 3.10. Presenting Research and Analytical Results / Презентація дослідницьких і аналітичних результатів

Unit 3.11/Тема 3.11. Professional Interviews and Expert Communication / Професійні інтерв'ю та експертна комунікація

Unit 3.12/Тема 3.12. Writing Annotations and Extended Abstracts / Написання анотацій і розширених абстрактів

Year 4 / IV рік навчання. Professional Integration and Research Communication / Професійна інтеграція та наукова комунікація

Semester 7 / 7 семестр. Professional Integration and Research Communication / Професійна інтеграція та наукова комунікація

Unit 4.1/Тема 4.1. Language of Professional Self-Presentation and Career Communication / Мова професійної самопрезентації та кар'єрної комунікації

Unit 4.2/Тема 4.2. Strategic and Negotiation Communication / Мова стратегічної та переговорної комунікації

Unit 4.3/Тема 4.3. Language of Professional Problem-Solving and Decision-Making / Мова професійного вирішення проблем і прийняття рішень

Unit 4.4/Тема 4.4. Academic Debates and Panel Discussions / Академічні дебати та панельні дискусії

Unit 4.5/Тема 4.5. Communication in International Projects and Conferences / Комунікація у міжнародних проектах і конференціях

Unit 4.6/Тема 4.6. Language of Risk Communication and Crisis Response / Мова ризик-комунікації та кризового реагування.

Матеріали курсу та вимоги

Книги та матеріали

1. Malovana, N. V. English for the Office: study guide / N. V. Malovana, O. I. Nefedchenko, N. V. Rudenko. – Sumy : Sumy State University, 2025. – 188 p. – CC BY–NC–SA 4.0.
2. Marketing in the Digital Environment: textbook / N. Letunovska, L. Khomenko, O. Lyulyov etc. ; ed. by N. Y. Letunovska, L. M. Khomenko. – Sumy : Sumy State University, 2023. – 269 p.
3. Syhyda, L. O. Marketing distribution policy: textbook / L. O. Syhyda, L. Yu. Saher, O. M. Olefirenko. – Sumy : Sumy State University, 2022. – 151 p.
4. Англійська мова: Practice Abroad : навч. посіб. / І. В. Ляшенко, О. А. Литвинко, Т. М. Меденцова та ін. – Суми : Університетська книга, 2022. – 400 с.
5. Литвиненко, Г. І. Англійська мова = English for Students of Technology and Economics : навч. посіб. / Г. І. Литвиненко, Т. О. Алексахіна. – Суми : Університетська книга, 2023. – 128 с.
6. Маркетинг англійською мовою = Marketing in English. метод. реком. / уклад. : І. І. Гавриш. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 60 с.
7. Скрєбкова–Пабат, М. А. Business English = Ділова англійська мова : навч. посіб. / М. А. Скрєбкова–Пабат. – Львів : Новий Світ–2000, 2024. – 392 с. – (Вища освіта в Україні).
8. Стеченко, Т. О. Практична граматики англійської мови. Умовний спосіб = Practical English Grammar. The Oblique Moods / Т. О. Стеченко. – Чернігів : Нац. ун-т "Чернігівський колегіум" ім. Т.Г. Шевченка, 2022. – 140 с.



[Рекомендовані джерела](#)

Технічні вимоги для роботи на курсі

Для роботи на курсі «Історія української державності та культури», вам необхідний регулярний доступ до комп'ютера (чи телефону) та інтернету. У системі управління навчальним процесом на платформі Moodle поетапно будуть розміщені інформація або матеріали для вивчення курсу. Також потрібно буде завантажувати та створювати документи, переглядати відео або ж створювати його.

Можливість використовувати корпоративні ресурси Університету надається тільки для акаунтів, пов'язаних з корпоративною поштою.

При неможливості зайти на курс, вам необхідно повідомити старосту або безпосередньо викладача курсу.

Процес навчання

У процесі вивчення дисципліни «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» застосовуються комунікативні, практикоорієнтовані та аналітичні методи навчання, спрямовані на формування у здобувачів освіти іншомовної академічної та професійної комунікативної компетентності, необхідної для навчальної, ділової та майбутньої професійної діяльності у сфері маркетингу. Освітній процес орієнтований на поетапне оволодіння знаннями, уміннями та мовленнєвими навичками, що забезпечують здатність ефективно використовувати іноземну мову для усного й письмового спілкування, роботи з академічними та професійно орієнтованими текстами, участі в професійних обговореннях, презентаціях і проєктній діяльності в національному та міжнародному середовищі.

Зокрема, у межах дисципліни застосовуються такі методи навчання:

- **практичні методи навчання:** виконання мовних і комунікативних вправ, спрямованих на засвоєння граматичних структур, професійної та академічної лексики; моделювання типових професійних і академічних ситуацій (самопрезентація, ділове спілкування, обговорення маркетингових кейсів, участь у переговорах); рольові ігри та ситуативні діалоги з професійної тематики;

- **аналітично-комунікативні методи:** робота з автентичними академічними та професійними текстами у сфері маркетингу; аналіз мовних зразків, професійних документів, презентацій і письмових повідомлень; обговорення прочитаних і прослуханих матеріалів з акцентом на зміст, лексику та мовні конструкції; розвиток навичок аргументації, критичного осмислення й формулювання власної позиції іноземною мовою;
- **активні методи навчання:** групові та парні форми роботи, спрямовані на розвиток комунікативних умінь; участь в академічних і професійних дискусіях; підготовка та представлення усних повідомлень і презентацій; виконання мовних мініпроектів, пов'язаних із професійною діяльністю маркетолога;
- **методи самостійної роботи:** опрацювання навчальних і додаткових матеріалів з іноземної мови; виконання письмових завдань (есе, резюме, анотації, професійні повідомлення); самостійне засвоєння лексичних одиниць і сталих професійних словосполучень; підготовка до практичних занять, поточного та підсумкового контролю; систематизація мовного матеріалу відповідно до тем курсу.

Організація освітнього процесу

- Навчання здійснюється в очному форматі з використанням елементів змішаного та дистанційного навчання із застосуванням платформи Moodle, сервісів Google Workspace та корпоративних каналів університету, що забезпечує доступ до навчальних матеріалів, виконання завдань, тестування та комунікацію зі здобувачами освіти.
- Самостійна робота здобувачів освіти охоплює індивідуальне опрацювання мовного матеріалу, виконання письмових і комунікативних завдань, підготовку усних виступів і презентацій.
- Контактна робота з викладачем реалізується під час практичних занять і консультацій, спрямованих на корекцію мовлення, розвиток комунікативних умінь і поглиблення професійної лексичної компетентності.
- Зворотний зв'язок забезпечується через коментарі викладача в системі Moodle, усні та письмові консультації, електронну пошту та інші корпоративні канали комунікації університету.

Політики оцінювання

Сумативне оцінювання

Оцінювання результатів навчання з дисципліни «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» здійснюється на основі сумативного підходу та охоплює поточну навчальну діяльність і самостійну роботу здобувачів освіти, а в семестрах із підсумковим екзаменом (4 та 7 семестр) – також екзаменаційний контроль.

Система оцінювання спрямована на перевірку рівня сформованості іншомовних знань, умінь і комунікативних навичок, необхідних для академічного, ділового та професійного спілкування у сфері маркетингу, зокрема здатності застосовувати іноземну мову в усній і письмовій формах у типових професійних та академічних ситуаціях.

Оцінювання результатів навчання здійснюється за такими складовими:

- **Поточний контроль:** систематичне оцінювання активності здобувачів освіти під час **практичних занять** і спрямований на перевірку сформованості мовленнєвих і комунікативних навичок, що розвиваються в межах аудиторної роботи, а саме:
 - участь у виконанні мовних і комунікативних вправ;
 - усне мовлення (діалоги, монологи, рольові ігри, професійні ситуації);
 - використання граматичних структур і професійної лексики;
 - участь в академічних і професійних обговореннях;



[Критерії оцінювання](#)

– виконання аудиторних письмових завдань (короткі тексти, відповіді, вправи).

Методи: усне опитування, спостереження за мовленнєвою діяльністю, аналіз виконаних практичних завдань, перевірка письмових робіт, поточні мовні тести.

- **Самостійна робота** спрямована на закріплення та поглиблення іншомовних знань і навичок, сформованих під час практичних занять, і передбачає індивідуальну роботу здобувачів освіти з мовним матеріалом. Оцінюється опрацювання лексико-граматичного матеріалу; підготовка письмових робіт (есе, резюме, анотації, професійні повідомлення); виконання завдань з читання й аудіювання автентичних текстів; підготовка усних виступів і презентацій; виконання тестових і практичних завдань відповідно до тем курсу.

Методи оцінювання: експертна перевірка письмових і усних робіт викладачем, аналіз мовних завдань, тестування, елементи самооцінювання та взаємооцінювання.

- **Підсумковий контроль:**

Форма підсумкового контролю визначається навчальним планом для відповідного семестру:

- залік – у семестрах 1, 2, 3, 5, 6;
- екзамен – у семестрах 4 та 7.

Підсумковий контроль спрямований на комплексну перевірку рівня сформованості іншомовної комунікативної компетентності, здатності використовувати іноземну мову для академічного та професійного спілкування у сфері маркетингу.

Підсумковий контроль у формі екзамену може включати:

- **тестові завдання** (перевірка знання лексико-граматичного матеріалу, професійної та академічної лексики, мовних моделей і стандартних комунікативних конструкцій);
- **практичне мовне завдання** (читання та переклад автентичного академічного або професійно орієнтованого тексту за фахом; написання короткої анотації (summary / abstract) до прочитаного тексту іноземною мовою);
- усна частина – усна відповідь, презентація або співбесіда іноземною мовою з використанням професійної та академічної лексики відповідно до тем курсу.

Критерії оцінювання:

- розуміння змісту академічних і професійних текстів;
- коректність перекладу з урахуванням фахової термінології;
- уміння стисло та логічно передавати основний зміст тексту у формі анотації;
- мовна правильність (лексична, граматична, стилістична);
- здатність до усної іншомовної комунікації в академічних і професійних ситуаціях.

Вид діяльності	Зміст діяльності	Максимальна кількість балів	
		Екзамен	Залік
Поточна навчальна діяльність	Активна участь у практичних заняттях; виконання мовних і комунікативних вправ; участь в академічних і професійних дискусіях; усні відповіді; рольові ігри та моделювання професійних ситуацій; виконання коротких письмових завдань	30	50
Самостійна робота	Опрацювання навчальних і додаткових матеріалів; засвоєння лексико-граматичного матеріалу; виконання письмових робіт (есе, професійні резюме, анотації); підготовка усних виступів і презентацій; виконання індивідуальних завдань відповідно до тем курсу	30	50
Підсумковий контроль (екзамен)	Тестові завдання; практичне мовне завдання (читання та переклад професійно орієнтованого тексту, написання анотації); усна частина (усна відповідь, презентація або співбесіда іноземною мовою)	40	-
Разом		100	100

Шкала оцінювання

Оцінка за дисципліну визначається як сума набраних балів. Форма підсумкового контролю визначається навчальним планом для відповідного семестру.

Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточним сумативним оцінювання протягом семестру для отримання допуску до підсумкового контролю – 36 балів. Максимальний бал з дисципліни становить 100. Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою (ЄКТС).



[Положення про організацію освітнього процесу](#)

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C	задовільно	
66-73	D		
60-65	E		
30-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю дворазового повторного складання
0-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з з можливістю одноразового повторного складання

Як дізнатись свою оцінку

Щоб перевірити свої оцінки за завдання та прочитати коментарі викладача, ви повинні перевірити відповідні вкладки дистанційної платформи навчання Moodle.

Також отримати інформацію про отримані оцінки ви можете безпосередньо у викладача курсу через корпоративну пошту або ж за попереднім записом у дні надання консультацій (каб. 504).

Політики курсу

Загальні настанови

Під час занять і перебування в університеті здобувачі зобов'язані дотримуватись норм академічної етики: проявляти повагу до викладачів, співробітників і колег, відвідувати заняття відповідно до розкладу, приходити вчасно та не залишати аудиторію без дозволу викладача. Виконання академічних завдань і робіт у встановлені терміни є обов'язковим.

Викладач, зі свого боку, має постійно вдосконалювати професійну компетентність, педагогічну майстерність і загальну культуру, забезпечувати умови для якісного засвоєння освітньої програми, сприяти професійному розвитку здобувачів. Викладач зобов'язаний бути пунктуальним, дотримуватись принципів академічної доброчесності, не допускати проявів корупції, дискримінації, булінгу чи утиску прав здобувачів освіти.



[Кодекс етики та академічної доброчесності](#)

Відвідування занять та участь в них

Пропуски занять допускаються лише з **поважних причин**, підтверджених документально (лікарняний лист, офіційне звернення тощо). У такому випадку студент має право на відпрацювання пропущеного матеріалу у двотижневий термін після повернення до навчання.

Невідвідування занять без поважних причин або систематичні запізнення можуть бути підставою для недопуску до підсумкового контролю з дисципліни. Участь у дискусіях, практичних вправах та виконання завдань під час занять є складовою поточного контролю і враховується в загальній оцінці з дисципліни. За індивідуальних обставин можуть бути застосовані процедури **гнучкості** (адаптації термінів виконання завдань) та **спеціального розгляду** (винятковий порядок врахування результатів навчальної діяльності) відповідно до політики й процедур оцінювання МЄУ.

Академічна доброчесність

Здобувачі та викладачі зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності. Забороняються будь-які прояви плагіату, фабрикації, фальсифікації, списування, використання сторонньої допомоги під час виконання завдань чи складання іспитів. Порушення академічної доброчесності розглядаються відповідно до внутрішніх положень МЄУ та можуть мати наслідком дисциплінарну відповідальність.



[Положення про організацію освітнього процесу](#)



[Простір академічної доброчесності](#)

Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

Пам'ятайте, що дедлайни працюють в обидві сторони, і їх дотримання гарантує, що викладачем буде наданий своєчасний зворотний зв'язок щодо ваших завдань, щоб переконатися, що ви не відстаєте від курсу.

Всі види індивідуальних та самостійних робіт є складовою оцінювання і повинні бути здані до визначених викладачем строків, аби забезпечити прозорість та об'єктивність оцінювання результатів навчання. Завдання, подані із запізненням, приймаються, але можуть оцінюватися з пониженням балів.

Більшість завдань мають бути виконані до 09:00 у день чергового заняття, щоб узгодити їх зі змістом курсу та діяльністю в групі. Найкращою практикою буде виконувати завдання якомога швидше після отримання, щоб у вас було достатньо часу для активної участі на заняттях. Завдання, не виконані до завершення семестру без поважних причин, вважаються **академічною заборгованістю**, і студент може бути недопущений до підсумкового контролю.

Повторне складання іспиту можливе лише після виконання всіх передбачених видів навчальної та самостійної роботи й проводиться згідно з графіком ліквідації академічної заборгованості. Якщо студент пропустив терміни через **поважні обставини**, підтвержені документально, він має право скористатися процедурами **гнучкості** або **спеціального розгляду** для продовження дедлайну чи альтернативного виконання завдання. Студент має право на **перегляд отриманої оцінки**: він може звернутися до викладача за роз'ясненнями й коментарями щодо виставлених балів. У разі незгоди з результатом студент може подати **апеляцію** відповідно до порядку, визначеного Положенням про політику і процедури оцінювання.



[Положення про організацію освітнього процесу](#)

Час відповіді викладача (про перевірку завдань)

Викладач відповідає на звернення студентів, що надійшли через офіційні корпоративні канали комунікації упродовж **24 годин у робочі дні у години робочого часу викладача** (з 9 00 до 18 00 за київським часом) та проводить консультації відповідно до затвердженого графіка.

Оцінки за завдання та поточну роботу публікуються в електронному журналі на платформі Moodle, як правило, протягом **10 робочих днів** після подання виконаного завдання). Результати підсумкового оцінювання оголошуються безпосередньо після перевірки робіт (як правило, на наступний день з дати проведення екзамену). Кожен студент має право отримати **індивідуальний коментар** до своєї роботи з поясненням сильних і слабких сторін виконання.

Інформація про підсумкову оцінку (за семестр/іспит) доводиться до відома студентів офіційно – через особистий кабінет у Moodle та/або навчальну картку.

Ефективна комунікація

Для ефективної комунікації слід застосовувати офіційні канали – корпоративну електронну пошту (@ieu.edu.ua), систему повідомлень освітньої платформи Moodle Міжнародного європейського університету (dist.ieu.edu.ua).

Політика публікації та розповсюдження матеріалів курсу

Матеріали курсу (лекції, слайди (презентації) відео чи аудіозаписи, завдання, набори задач, тести та ін.) є інтелектуальною власністю викладача і університету. Забороняється будь-яке публічне поширення матеріалів курсу без письмового дозволу, а також відеозапис занять без письмового погодження. За порушення політики публікації та розповсюдження матеріалів студенти можуть бути притягнуті до дисциплінарної відповідальності, у т. ч. відрахування з університету.

Академічна мобільність та визнання результатів попереднього навчання

Студенти мають право брати участь у програмах **національної та міжнародної академічної мобільності** відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність МСУ. Мобільність може здійснюватися на основі двосторонніх угод із закладами-партнерами, програм Erasmus+, міжуніверситетських меморандумів чи індивідуальних угод. Результати навчання, здобуті в інших закладах освіти під час мобільності, підлягають **обов'язковому визнанню** в МСУ на підставі академічних довідок (Transcript of Records) та в межах індивідуальної освітньої траєкторії здобувача.



[Про академічну мобільність в МСУ](#)

Університет визнає результати **попереднього формального навчання** (отримані в інших ЗВО України та за кордоном), а також може визнавати результати **неформального та інформального навчання** (курси підвищення кваліфікації, сертифікаційні програми, професійний досвід), якщо вони підтверджують набуття компетентностей, визначених освітньою програмою. Процедури визнання результатів попереднього навчання проводяться з дотриманням принципів Лісабонської конвенції, презумпції визнання та прозорості. У разі необхідності університет може вимагати додаткові документи чи організувати співбесіду/оцінювання для підтвердження результатів. Усі рішення щодо мобільності та визнання результатів попереднього навчання оформлюються наказом ректора і фіксуються в індивідуальному навчальному плані здобувача.



[Про визнання результатів попереднього навчання](#)

Очікуване навантаження та залученість студентів

На роботу в цьому курсі слід виділити окремі години для самостійного опрацювання деяких матеріалів лекцій відповідно до тематики курсу (приблизно 5-6 годин на тиждень). Очікується, що здобувачі мають резервний план на випадок несправності комп'ютера або перебоїв у роботі Інтернету. Студент має право скористатися процедурами гнучкості або спеціального розгляду для продовження дедлайну чи альтернативного виконання завдання.



[Положення про організацію освітнього процесу](#)

Служби підтримки

Електронний розклад: <https://rozklad.ieu.edu.ua>
 Онлайн бібліотека: <https://onlinelibrary.ieu.edu.ua>
 Репозитарій: <https://sed.ieu.edu.ua/index.php/sed/index>
 Освітній Омбудсмен: <https://ieu.edu.ua/pro-mieu/ombudsmen>
 Подання електронних звернень: <https://deanrequest.ieu.edu.ua/>

Розклад курсу

Semester 1 / 1 семестр – Foundations of Academic and Professional Communication

№	Тема	Практичні / семінарські заняття	Самостійна робота	ПРН
1	Foreign Language as a Tool of Academic and Professional Communication <ul style="list-style-type: none"> ▪ Іноземна мова в академічному та професійному середовищі ▪ Типові комунікативні ситуації навчання і професійної взаємодії ▪ Академічне та ділове мовлення: базові відмінності ▪ Мотивація до вивчення мови для професійного розвитку 	Обговорення ролі іноземної мови в академічному та професійному середовищі; виконання комунікативних вправ на базові професійні ситуації; аналіз типових комунікативних ситуацій (навчання, стажування, професійна взаємодія); робота з прикладами академічного та ділового мовлення; виконання лексичних вправ	Опрацювання вступних матеріалів курсу; підготовка короткого письмового повідомлення про очікування від курсу; підготовка короткого письмового повідомлення “ <i>Why foreign language is important for my future career in marketing</i> ”	3, 10
2	Grammar Basics for Academic and Professional Use <ul style="list-style-type: none"> ▪ Базові граматичні структури академічного й професійного мовлення ▪ Побудова простих і складних речень ▪ Коректне використання часів і синтаксичних моделей 	Тренування базових граматичних структур у професійному контексті; виконання мовних вправ; Повторення базових граматичних структур (tenses, sentence structure); вправи на	Виконання граматичних вправ; самостійне опрацювання правил і прикладів; складання 10–12 професійно орієнтованих речень з використанням вивчених структур	10

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Граматика у професійному контексті 	побудову коректних простих і складних речень у професійному контексті; усні мікродіалоги з використанням вивчених конструкцій		
3	Introducing Yourself as a Future Marketing Specialist <ul style="list-style-type: none"> ▪ Самопрезентація в академічному та професійному середовищі ▪ Опис освіти, інтересів і професійних цілей ▪ Усні й письмові мовні кліше самопрезентації ▪ Професійна лексика для представлення себе 	Розігрування ситуацій самопрезентації; усна самопрезентація (освіта, інтереси, професійні цілі); формування усних і письмових представлень; відпрацювання мовних кліше для представлення себе в академічному та професійному середовищі; відпрацювання професійної лексики	Підготовка письмової самопрезентації “ <i>About me as a future marketing specialist</i> ” (100–120 слів); тренування усного представлення	3, 10
4	Marketing as a Profession: Roles and Functions <ul style="list-style-type: none"> ▪ Основні ролі маркетолога в компанії ▪ Функції та професійні завдання маркетингу ▪ Базова професійна лексика маркетолога ▪ Маркетинг у структурі бізнесу 	Робота з базовою професійною лексикою; читання коротких текстів про функції маркетолога; обговорення ролей у компанії	Опрацювання тексту “ <i>What does a marketing specialist do?</i> ”; складання словника ключових термінів (15–20 одиниць)	10, 17
5	Products, Brands and Value Proposition <ul style="list-style-type: none"> ▪ Лексика опису продуктів і брендів ▪ Поняття ціннісної пропозиції ▪ Опис продукту та його переваг ▪ Усна професійна комунікація про продукт 	Аналіз лексики, пов’язаної з товарами, брендами та цінністю; опис простих прикладів відомих брендів, продуктів і послуг; аналіз прикладів ціннісних пропозицій; рольові вправи з професійної комунікації	Підготовка короткого письмового опису продукту або бренду простих прикладів відомих брендів	10, 17
6	Consumers and Target Audience <ul style="list-style-type: none"> ▪ Основні характеристики споживачів ▪ Поняття цільової аудиторії ▪ Лексика опису споживчої поведінки ▪ Опис професійних маркетингових ситуацій 	Читання та обговорення коротких професійних текстів про споживачів і цільові аудиторії; вправи на опис характеристик споживачів; виконання вправ на опис цільової аудиторії; аналіз професійних ситуацій;	Опрацювання навчальних матеріалів; підготовка письмового опису цільової аудиторії обраного продукту	10, 17

		робота з лексикою споживчої поведінки		
7	Market Communication and Promotion <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1. Види маркетингових комунікацій 2. Базова лексика просування 3. Аналіз рекламних повідомлень 4. Усна презентація ідей просування 	Обговорення з базовою лексикою видів маркетингових комунікацій; тренування усного мовлення; аналіз прикладів рекламних повідомлень; усне обговорення прикладів просування	Опрацювання навчальних матеріалів; ; опрацювання текстів за темою; підготовка короткого промо-повідомлення продукту або письмового повідомлення <i>“Ways to promote a product”</i>	10, 17
8	Business Communication in Marketing <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1. Типові ситуації ділового спілкування маркетолога 2. Стандартні фрази та ввічливі форми 3. Короткі професійні діалоги 4. Узагальнення мовного матеріалу семестру 	Інтегровані комунікативні вправи; моделювання типових ситуацій ділового спілкування (зустріч, коротка розмова з клієнтом); відпрацювання стандартних фраз і ввічливих форм; узагальнення мовного матеріалу семестру	Підготовка діалогу за професійною ситуацією (маркетолог – клієнт / партнер) у письмовій формі; повторення вивченого матеріалу; підготовка до підсумкового заліку	3, 10, 17

Semester 2 / 2 семестр – Academic Writing and Presentation Skills

№	Тема	Практичні / семінарські заняття	Самостійна робота	ПРН
1	Academic and professional styles. Structure and coherence of academic texts <ul style="list-style-type: none"> ▪ Відмінності академічного й ділового стилів ▪ Типова структура академічного тексту ▪ Логічна організація абзаців ▪ Засоби зв'язності та переходів 	Аналіз зразків академічного й ділового стилів; вправи на структурування тексту; робота з логічними зв'язками	Опрацювання теоретичних матеріалів; письмовий аналіз структури короткого академічного тексту з маркетингової тематики	3, 10, 17
2	Academic vocabulary expansion for marketing <ul style="list-style-type: none"> ▪ Академічна та фахова лексика маркетингу ▪ Термінологія та академічні колокації ▪ Типові мовні конструкції для професійних текстів ▪ Коректне використання термінів у контексті 	Робота з фаховою та академічною лексикою маркетингу, термінами та академічними словосполученнями;; вправи на використання лексики у фахових контекстах; вправи на вживання термінів, колокацій і типових мовних конструкцій у контексті	Складання тематичного словника, персонального тематичного глосарію (25–30 одиниць) з прикладами вживання у фахових реченнях; лексичні вправи	10, 17
3	Writing short essays and professional summaries <ul style="list-style-type: none"> ▪ Структура короткого 	Написання короткого академічного есе (150–180 слів) на тему <i>“The</i>	Самостійне написання професійного резюме (summary / overview) за	10, 17

	<p>академічного есе</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Мовні моделі вступу, розвитку думки та висновку ▪ Узагальнення інформації у професійному резюме ▪ Типові помилки академічного письма 	<p><i>role of marketing in modern business</i>"; аналіз типових помилок; редагування текстів</p>	<p>обраною маркетинговою темою</p>	
4	<p>Presentation skills: preparing and delivering short presentations</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Структура короткої професійної презентації ▪ Мовні засоби вступу, переходів і висновків ▪ Усне академічне та професійне мовлення ▪ Зворотний зв'язок і самокорекція 	<p>Підготовка та усна презентація (2–3 хв) на тему <i>"My future career in marketing"</i>; робота над мовою вступу, переходів і висновків; зворотний зв'язок</p>	<p>Підготовка тез і короткого плану презентації з використанням академічної лексики, презентації за професійною темою</p>	10, 17
5	<p>Participating in academic and professional discussions</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Мовні моделі участі в дискусії ▪ Засоби згоди, незгоди та аргументації ▪ Формулювання позиції у професійних обговореннях ▪ Усна взаємодія в академічному середовищі 	<p>Відпрацювання мовних моделей участі в обговореннях; рольові вправи. Участь у керованих дискусіях за темами <i>"Ethical marketing"</i>, <i>"Marketing and consumer trust"</i>; відпрацювання мовних кліше для згоди/незгоди</p>	<p>Опрацювання мовних кліше; підготовка до дискусії, Підготовка письмового переліку аргументів і контраргументів до однієї з обговорюваних тем</p>	3, 10, 17
6	<p>Business email writing and basic correspondence</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1. Структура ділового електронного листа ▪ Типові мовні формули (inquiry, reply, follow-up) ▪ Тон і стиль професійного листування ▪ Типові помилки ділової кореспонденції 	<p>Аналіз прикладів ділових листів; написання електронних повідомлень, ділових електронних листів (inquiry, reply, follow-up); аналіз структури та мовних формул</p>	<p>Самостійне складання ділового листа за заданою професійною ситуацією (маркетингова комунікація)</p>	10, 17
7	<p>Describing data, trends and simple visuals</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Лексика опису даних і тенденцій ▪ Мовні моделі коментування графіків і таблиць ▪ Усна та письмова інтерпретація результатів ▪ Коректне використання числових даних 	<p>Усний і письмовий опис простих графіків і таблиць (sales trends, market growth); вправи на лексику тенденцій</p>	<p>Письмовий опис візуального матеріалу (графік/діаграма) з використанням відповідної термінології</p>	10, 17
8	<p>Argumentation and critical thinking in academic writing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Логіка аргументованого викладу ▪ Причинно-наслідкові зв'язки в академічному тексті ▪ Мовні засоби обґрунтування 	<p>Побудова аргументів; вправи на логіку викладу. Побудова аргументованого абзацу; вправи на логічні зв'язки,</p>	<p>Написання аргументованого paragraph на тему <i>"Why communication skills are essential for marketers"</i></p>	3, 10, 17

позиції <ul style="list-style-type: none"> ▪ Критичне осмислення професійних тверджень 	причинно-наслідкові конструкції		
--	---------------------------------	--	--

Semester 3 / 3 семестр – Business Communication and Professional Interaction / Ділова комунікація та професійна взаємодія

№	Тема	Практичні / семінарські заняття (види діяльності)	Самостійна робота (орієнтовні завдання)	ПРН
1	Professional Communication in Marketing Activities <ul style="list-style-type: none"> ▪ Типові комунікативні ситуації в діяльності маркетолога ▪ Мовні моделі пояснення ідей, пропозицій і рішень ▪ Усна професійна взаємодія в межах команди ▪ Комунікація з клієнтами та партнерами 	Аналіз типових ситуацій професійної комунікації маркетолога (всередині компанії, з клієнтами, партнерами); відпрацювання мовних моделей пояснення ідей, пропозицій, рішень; рольова гра «Marketing team discussion»	Аналіз професійного діалогу ; підготовка письмового опису професійної ситуації <i>“Communication tasks of a marketing specialist”</i>	10, 11, 17
2	Language of Branding and Professional Identity <ul style="list-style-type: none"> ▪ Базова лексика брендингу та позиціонування ▪ Мова опису бренду та його цінностей ▪ Формування професійної ідентичності маркетолога ▪ Усна презентація бренду або профілю 	Робота з лексикою брендингу та професійної ідентичності; читання коротких текстів про бренди та позиціонування; усні міні-презентації	Складання глосарію (15–20 термінів) з теми брендингу; короткий письмовий опис бренду або особистого професійного іміджу	10, 17
3	Ethics and Professional Standards in Business Communication <ul style="list-style-type: none"> ▪ Принципи етичної ділової комунікації ▪ Мовні стратегії ввічливості, коректності та нейтральності ▪ Реагування на конфліктні та чутливі ситуації ▪ Професійна відповідальність у комунікації 	Обговорення принципів етичної ділової комунікації; аналіз мовних стратегій ввічливості, коректності, нейтральності; рольові вправи; письмовий коментар до кейсу	Письмове завдання <i>“Ethical communication in marketing”</i> (100–120 слів)	11, 17
4	Language of Professional Collaboration and Leadership <ul style="list-style-type: none"> ▪ Лексика командної взаємодії та лідерства ▪ Мовні моделі розподілу ролей і відповідальності ▪ Обговорення завдань і прийняття рішень у команді ▪ Представлення результатів командної роботи 	Відпрацювання лексики командної взаємодії, ролей і відповідальності; моделювання робочих ситуацій у команді (обговорення завдань, розподіл ролей); підготовка короткого командного звіту	Підготовка письмового опису <i>“My role in a professional team”</i>	11, 17
5	Meetings and Discussions in Business Contexts. Negotiation	Моделювання ділових зустрічей і переговорів;	Підготовка сценарію короткої ділової зустрічі	10, 11, 17

	Basics and Persuasive Communication <ul style="list-style-type: none"> ▪ Типові фази ділової зустрічі та переговорів ▪ Мовні засоби аргументації та переконання ▪ Погодження, заперечення та досягнення компромісу ▪ Усна професійна взаємодія в переговорах 	<p>відпрацювання фраз для аргументації, погодження, заперечення; діалогові вправи; лексичні вправи з переговорів</p>	<p>або переговорів (у письмовій формі)</p>	
6	Interdepartmental and Cross-Functional Communication <ul style="list-style-type: none"> ▪ Особливості міжпідрозділової комунікації ▪ Пояснення маркетингових ідей нефаківцям ▪ Адаптація мовлення до різних аудиторій ▪ Усне формулювання завдань і пропозицій 	<p>Аналіз комунікації між підрозділами; вправи на пояснення завдань нефаківцям; робота з прикладами внутрішньої корпоративної комунікації (робота з простими професійними кейсами; читання описів ситуацій і формулювання усних відповідей; групове обговорення варіантів комунікації)</p>	<p>Письмове завдання “<i>Explaining marketing ideas to other departments</i>”; повторення лексики та типових мовних конструкцій; підготовка до підсумкового заліку</p>	10, 17

Semester 4 / 4 семестр – Academic Discourse and Professional Argumentation / Академічний дискурс і професійна аргументація

Форма підсумкового контролю: екзамен

№	Тема	Практичні / семінарські заняття	Самостійна робота	ПРН
1	Academic Writing in Marketing: Reports and Analytical Texts <ul style="list-style-type: none"> ▪ Типи академічних і професійних текстів у маркетингу (report, analytical overview) ▪ Структура аналітичного тексту: вступ, проблема, результати, висновки ▪ Типові академічні мовні моделі викладу ▪ Логіка й послідовність аналітичного письма 	<p>Аналіз структури академічних і професійних текстів у сфері маркетингу (report, analytical overview); робота з мовними моделями вступу, опису проблеми, результатів і висновків; редагування фрагментів аналітичних текстів</p>	<p>Написання короткого аналітичного звіту “<i>Market situation report</i>” (120–150 слів) з використанням типових академічних конструкцій</p>	3, 10, 17
2	Language of Argumentation and Professional Reasoning <ul style="list-style-type: none"> ▪ Лексичні та граматичні засоби аргументації ▪ Побудова причинно-наслідкових зв’язків ▪ Обґрунтування професійних рішень у маркетингу 	<p>Вивчення лексики та граматичних конструкцій аргументації (cause–effect, justification, contrast); побудова аргументованих висловлювань щодо</p>	<p>Письмове завдання “<i>Arguments for choosing a marketing strategy</i>” (структурований аргументований текст)</p>	3, 10, 17

	<ul style="list-style-type: none"> Структурування аргументованого висловлювання 	маркетингових рішень; трансформаційні вправи		
3	Expressing Opinions and Critical Evaluation <ul style="list-style-type: none"> Мовні моделі висловлення власної позиції Засоби критичної оцінки ідей і підходів Коректне погодження та заперечення Академічний і професійний стиль критичного мовлення 	Практика висловлення власної позиції в академічному й професійному контексті; мовні засоби критичної оцінки ідей, підходів, результатів; обговорення коротких професійних текстів	Підготовка письмового коментаря або короткої критичної оцінки тексту з маркетингової тематики	3, 10, 17
4	Language of Marketing Analytics and Performance Evaluation <ul style="list-style-type: none"> Базова лексика маркетингової аналітики (KPIs, performance, effectiveness) Опис кількісних показників і результатів Інтерпретація даних і тенденцій Формулювання висновків щодо ефективності 	Робота з лексикою маркетингової аналітики (KPIs, performance, effectiveness); опис і коментування простих таблиць і графіків; усні вправи на інтерпретацію результатів	Письмовий опис результатів маркетингової кампанії на основі наданих даних	10, 17
5	Discussion and Debate in Academic and Business Contexts <ul style="list-style-type: none"> Стратегії участі в академічних і ділових дискусіях Мовні засоби аргументації та контраргументації Формулювання позиції та реагування на заперечення Підсумування дискусії 	Моделювання академічних і ділових дискусій; відпрацювання мовних стратегій згоди, заперечення, уточнення, аргументації; участь у керованих дебатах	Підготовка тез для участі в дискусії <i>“Advantages and risks of a marketing decision”/</i> <i>“Pros and cons of a marketing strategy”</i>	10, 11, 17
6	Working with Sources: Language for Quoting and Paraphrasing <ul style="list-style-type: none"> Мовні моделі прямого та непрямого цитування Перефразування професійних і академічних текстів Інтеграція джерел у власне висловлювання Узагальнення та підготовка до підсумкового контролю 	Практика мовних моделей цитування й перефразування; робота з короткими фаховими текстами; вправи на інтеграцію джерел у власне академічне висловлювання	Перефразування фрагмента професійного тексту та написання короткого анотаційного абзацу; підготовка до екзамену: повторення ключових тем, термінології та типових мовних конструкцій	3, 17

Semester 5 / 5 семестр – Professional Language and Project Communication / Професійна мова та проектна комунікація

№	Тема	Практичні / семінарські заняття	Самостійна робота	ПРН
1	Professional Communication in International Marketing <ul style="list-style-type: none"> Лексика та мовні моделі міжнародної маркетингової комунікації 	Аналіз типових ситуацій міжнародної маркетингової комунікації; відпрацювання	Опрацювання автентичного тексту з міжнародного маркетингу; підготовка письмового опису	10, 17

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Опис продуктів, ринків і маркетингових стратегій іноземною мовою ▪ Комунікація з міжнародними партнерами та клієнтами ▪ Культурно нейтральні та чутливі мовні формулювання 	професійної лексики для опису продуктів, ринків і стратегій; ролі вправи <i>“Communicating with international partners”</i>	<i>“International market overview”</i>	
2	Project Communication: Language of Planning and Coordination <ul style="list-style-type: none"> ▪ Мовні засоби планування проєктної діяльності ▪ Формулювання цілей, етапів і строків проєкту ▪ Узгодження відповідальності та ролей у команді ▪ Комунікація змін і ризиків у проєкті 	Вивчення мовних моделей планування, узгодження завдань і строків; симуляція проєктної наради; вправи на формулювання цілей, етапів і відповідальності	Написання короткого проєктного опису <i>“Marketing project plan outline”</i>	10, 11, 17
3	Writing Abstracts, Summaries and Professional Reports <ul style="list-style-type: none"> ▪ Призначення та структура анотацій і резюме ▪ Типові мовні формули професійного узагальнення ▪ Відбір ключової інформації з тексту ▪ Логіка й стислий виклад професійного змісту 	Аналіз зразків анотацій, резюме та професійних звітів; робота зі структурою і мовними кліше; редагування текстів	Написання анотації до професійного або аналітичного тексту з маркетингу	3, 11, 17
4	Intercultural Communication in Marketing Contexts <ul style="list-style-type: none"> ▪ Міжкультурні відмінності у професійному спілкуванні ▪ Типові комунікативні бар’єри та непорозуміння ▪ Адаптація мовлення до культурного контексту ▪ Етичні аспекти міжкультурної комунікації 	Обговорення міжкультурних відмінностей у професійному спілкуванні; аналіз кейсів непорозумінь у міжнародному маркетингу; вправи на адаптацію мовлення	Підготовка аналітичного повідомлення <i>“Cultural differences in marketing communication”</i>	10, 11, 17
5	Professional Etiquette and Communication Styles <ul style="list-style-type: none"> ▪ Мовні формули ввічливості та ділового етикету ▪ Формальний і неформальний стилі професійного мовлення ▪ Вибір стилю залежно від ситуації спілкування ▪ Професійний імідж через мовлення 	Вивчення мовних формул ввічливості, ділового етикету та стилів комунікації; моделювання ситуацій формального й неформального професійного спілкування	Написання порівняльної таблиці <i>“Formal vs informal communication styles in business”</i>	10, 17
6	Professional Correspondence in International Projects <ul style="list-style-type: none"> ▪ Типи ділових листів у міжнародних проєктах 	Практика написання електронних листів у міжнародних проєктах (запит, уточнення,	Написання пакета ділових листів <i>“Email correspondence for an</i>	10, 11, 17

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Структура й мовні кліше професійної кореспонденції ▪ Коректність, чіткість і тон письмової комунікації ▪ Типові помилки в міжнародному листуванні 	<p>домовленість); аналіз типових помилок; рольові вправи</p>	<p><i>international marketing project</i></p>	
---	--	---	--

Semester 6 / 6 семестр – Scientific and Professional Texts / Наукові та професійні тексти

№	Тема	Практичні / семінарські заняття	Самостійна робота	ПРН
1	<p>Language of Research Description and Methodology</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Мовні засоби формулювання мети, завдань і гіпотези дослідження ▪ Лексика та граматичні моделі опису методів дослідження ▪ Структура опису методології у наукових і професійних текстах ▪ Типові мовні помилки в описі методів 	<p>Аналіз мовних моделей опису мети, завдань і методів дослідження; робота з фрагментами наукових і аналітичних текстів з маркетингу; вправи на формулювання <i>aim, objectives, methods</i></p>	<p>Опрацювання наукової статті з маркетингу; підготовка письмового опису методів дослідження (<i>“Research methods description”</i>)</p>	3, 11, 17
2	<p>Analytical Writing in Professional Marketing Contexts</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Структура аналітичного тексту у маркетингових дослідженнях ▪ Мовні конструкції аналізу та інтерпретації результатів ▪ Формулювання висновків і рекомендацій ▪ Логіка та зв'язність аналітичного викладу 	<p>Вивчення структури аналітичного тексту; відпрацювання мовних конструкцій для аналізу результатів, інтерпретації даних і формулювання висновків; редагування текстів</p>	<p>Написання аналітичного фрагмента <i>“Analysis of marketing research results”</i></p>	3, 10, 17
3	<p>Conference Communication: Language of Participation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Типові комунікативні ситуації академічних конференцій ▪ Мовні формули представлення теми дослідження ▪ Запитання, коментарі та академічна взаємодія ▪ Норми професійного академічного спілкування 	<p>Аналіз типових ситуацій участі в конференціях (представлення, запитання, коментарі); рольові вправи <i>“Asking questions / giving comments”</i>; тренування академічної усної комунікації</p>	<p>Підготовка усного повідомлення <i>“Introducing my research topic at a conference”</i></p>	10, 17
4	<p>Presenting Research and Analytical Results</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Структура презентації дослідницьких результатів ▪ Мовні засоби пояснення даних і висновків ▪ Усна презентація аналітичної інформації ▪ Взаємодія з аудиторією під час доповіді 	<p>Практика мовлення для презентації результатів досліджень; відпрацювання структури доповіді; аналіз прикладів презентацій у сфері маркетингу</p>	<p>Підготовка короткої презентації <i>“Presenting research or analytical findings”</i> (тези + слайди)</p>	10, 17

5	Professional Interviews and Expert Communication <ul style="list-style-type: none"> ▪ Мовні стратегії професійного інтерв'ю ▪ Формулювання запитань і уточнень ▪ Реакція на відповіді та коментарі експертів ▪ Узагальнення результатів інтерв'ю 	Моделювання професійних інтерв'ю (маркетолог – експерт); відпрацювання мовних стратегій запитань, уточнень і коментарів; аналіз інтерв'ю з фахівцями	Підготовка переліку запитань та короткого звіту “ <i>Expert interview summary</i> ”	10, 11, 17
6	Writing Annotations and Extended Abstracts <ul style="list-style-type: none"> ▪ Призначення та структура анотації й розширеного абстракту ▪ Типові мовні формули стислого узагальнення ▪ Відбір ключової інформації з тексту ▪ Лексико-граматичні особливості наукового узагальнення 	Аналіз зразків анотацій і розширених абстрактів; робота зі структурою та типовими мовними формулами; вправи на стисле узагальнення змісту	Написання анотації або розширеного абстракту до професійного чи наукового тексту з маркетингу	3, 11, 17

Semester 7 / 7 семестр – Professional Integration and Research Communication / Професійна інтеграція та наукова комунікація

№	Тема	Практичні / семінарські заняття	Самостійна робота	ПРН
1	Language of Professional Self-Presentation and Career Communication <ul style="list-style-type: none"> ▪ Мовні стратегії професійної самопрезентації маркетолога ▪ Представлення професійного досвіду, компетентностей і кар'єрних цілей ▪ Лексика та мовні моделі резюме, профілю та співбесіди ▪ Самопрезентація в академічному й професійному середовищі 	Аналіз мовних стратегій професійної самопрезентації; відпрацювання лексики та мовних моделей для представлення досвіду, компетентностей і кар'єрних цілей; рольові вправи “ <i>Job interview / professional profile presentation</i> ”	Підготовка усної та письмової самопрезентації “ <i>My professional profile as a marketing specialist</i> ”	10, 17
2	Strategic and Negotiation Communication <ul style="list-style-type: none"> ▪ Мова стратегічного обговорення в маркетингових рішеннях ▪ Лексика переговорів, компромісів і досягнення домовленостей ▪ Аргументація та переконання у професійній комунікації ▪ Кроскультурні аспекти переговорного мовлення 	Аналіз мовних моделей стратегічного обговорення та переговорів; відпрацювання аргументації, компромісів і досягнення домовленостей; рольові ігри “ <i>Negotiation scenarios in marketing</i> ”	Підготовка сценарію переговорів і письмового обґрунтування позиції “ <i>Negotiation strategy outline</i> ”	3, 10, 17
3	Language of Professional Problem-Solving and Decision-Making	Робота з кейсами професійних проблем у	Написання аналітичного	3, 11, 17

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мовні конструкції аналізу професійних проблем ▪ Формулювання альтернатив і обґрунтування рішень ▪ Опис ризиків і наслідків управлінських рішень ▪ Прийняття рішень у професійних кейсах 	маркетингу; відпрацювання мовних конструкцій для аналізу ситуації, пропозиції рішень і прийняття рішень; групове обговорення	повідомлення <i>“Problem analysis and decision-making in a marketing case”</i>	
4	Academic Debates and Panel Discussions <ul style="list-style-type: none"> ▪ Структура академічних дебатів і панельних дискусій ▪ Мовні засоби захисту позиції та реагування на заперечення ▪ Модерація та участь у професійних обговореннях ▪ Критичне оцінювання аргументів 	Практика участі в академічних дебатах і панельних дискусіях; відпрацювання мовлення для захисту позиції, реагування на заперечення та модерації обговорення	Підготовка аргументованої позиції з професійної або дослідницької теми для участі в дебатах	3, 10, 17
5	Communication in International Projects and Conferences <ul style="list-style-type: none"> ▪ Мовні моделі участі в міжнародних проєктах ▪ Комунікація в професійних і наукових заходах ▪ Усні виступи та короткі професійні повідомлення ▪ Академічна та ділова взаємодія в міжнародному середовищі 	Аналіз комунікативних ситуацій міжнародної співпраці; відпрацювання мови участі в проєктних зустрічах і конференціях; симуляція міжнародної професійної події	Підготовка короткого усного виступу або повідомлення <i>“Participation in an international project/conference”</i>	10, 11, 17
6	Language of Risk Communication and Crisis Response <ul style="list-style-type: none"> ▪ Мова повідомлень про ризики та кризові ситуації ▪ Стиль і тон офіційної кризової комунікації ▪ Формулювання антикризових повідомлень у маркетингу ▪ Відповідальність і етика професійного мовлення в кризах 	Аналіз мовних стратегій комунікації ризиків і кризових ситуацій; відпрацювання лексики та стилю офіційних повідомлень; кейс-аналіз кризових комунікацій у маркетингу	Написання короткого тексту <i>“Crisis communication statement / risk communication message”</i>	11, 17

Поради щодо успішного навчання

- **Кожне заняття — це крок до професійної комунікативної компетентності маркетолога.**
Курс допоможе вам опанувати іноземну мову як інструмент академічного, ділового та професійного спілкування, необхідний для роботи з фаховими текстами, участі в переговорах, презентаціях і міжнародних проєктах.
- **Кожен семестр — це етап мовного професійного зростання.**
Від базової комунікації та академічного письма до професійної інтеграції й наукової комунікації — поступове ускладнення змісту курсу спрямоване на формування впевненого та усвідомленого використання мови у професійному середовищі.

- **Зосереджуйтеся на мові як засобі професійної діяльності.**
У центрі навчання — лексика, усталені словосполучення та мовні моделі, пов'язані з маркетингом, бізнесом, аналітикою та комунікаціями. Намагайтеся одразу застосовувати нові мовні засоби в професійно орієнтованих ситуаціях.
- **Беріть активну участь у практичних заняттях.**
Рольові ігри, дискусії, моделювання професійних ситуацій, презентації та обговорення є ключовими для розвитку мовленнєвих навичок. Активна участь допоможе подолати мовний бар'єр і сформулювати впевненість у спілкуванні.
- **Розвивайте всі мовні навички комплексно.**
Читання, аудіювання, письмо та усне мовлення в курсі тісно пов'язані між собою. Намагайтеся бачити їх як єдину систему, що забезпечує повноцінну професійну комунікацію іноземною мовою.
- **Працюйте системно та відповідально.**
Регулярне виконання самостійних завдань, повторення лексики й граматики та своєчасна підготовка до занять є запорукою стабільного мовного прогресу. Мова не засвоюється фрагментарно — вона потребує послідовної практики.
- **Розвивайте академічну й професійну культуру мовлення.**
Звертайте увагу на точність формулювань, логіку викладу, доречність стилю та коректне використання термінології. Ці навички є критично важливими для професійного іміджу маркетолога.
- **Використовуйте зворотний зв'язок для самовдосконалення.**
Коментарі та рекомендації викладача слід сприймати як ресурс для розвитку. Аналіз власних помилок і свідоме їх виправлення є важливою складовою ефективного мовного навчання.
- **Пам'ятайте: іноземна мова — це конкурентна перевага.**
Володіння професійною іноземною мовою відкриває можливості для міжнародної кар'єри, участі в проєктах, навчання та професійної самореалізації. Використовуйте цей курс як інвестицію у власний розвиток.

Нехай цей курс стане для вас простором системного мовного зростання, формування професійної впевненості та підготовки до ефективної комунікації в міжнародному та міжкультурному професійному середовищі.