

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра полікультурної освіти та перекладу



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету історії
та міжнародних відносин

Андрейко В.І.

« 29 » *червня* 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Іноземна мова за професійним спрямуванням»

Денна форма навчання

Рівень вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Освітня програма
Статус дисципліни
Мова навчання

другий (магістерський)
D Бізнес, адміністрування та право
D5 Маркетинг
«Маркетинг»
обов'язкова
англійська

Ужгород – 2026

Робоча програма навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» для здобувачів вищої освіти галузі знань **D** «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності **D5** «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів освітнього ступеня магістр маркетингу.

Розробник:

Тодорова Наталія Юріївна, доцент кафедри полікультурної освіти та перекладу, кандидат філологічних наук.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

протокол №10 від «29» червня 2026 р.

Завідувач кафедри  Дюгованець О.М.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин

протокол №7 від «29» червня 2026 р.

Голова науково-методичної комісії  Мишко С.А.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
Кількість кредитів ЄКТС: 3	Рік підготовки:	
	денна	заочна
Загальна кількість годин: 90	1	1
Кількість модулів – 2	Семестр:	
	1	1
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 3	Лекції	
	-	-
	Практичні (семінарські)	
	36	10
Вид підсумкового контролю: залік	Лабораторні	
	-	-
Форма підсумкового контролю: залік (комбінована (письмовий тест/усна співбесіда))	Самостійна робота	
	54	80

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

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

Відповідно до освітньої програми «Маркетинг», вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» (англійська мова) має забезпечити свій внесок в опанування здобувачами вищої освіти інтегральної компетенції, та сприятиме розвитку таких програмних компетентностей (ПК) як

- ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії;
- ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, та спеціальних (фахових) компетентностей (СК) як
- СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовою вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» (англійська мова) є рівень володіння англійською мовою здобувачами магістерського рівня вищої освіти – В2 (згідно з Національною програмою англійської мови професійного спілкування для вищих навчальних закладів¹ та Європейськими рекомендаціями в галузі мовної освіти).

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

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

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

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

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.	ПРН5
Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	ПРН8

Очікувані результати опанування навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням»:

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПРН
Готувати та виголошувати англійською мовою структуровані презентації результатів маркетингових досліджень і маркетингових проєктів, добираючи зміст, професійну термінологію, стиль викладу та візуальні матеріали відповідно до мети й аудиторії.	ПРН5
Представляти, пояснювати та аргументувати англійською мовою висновки маркетингових досліджень, відповідати на запитання, реагувати на коментарі й зауваження та підтримувати професійне обговорення.	ПРН5, ПРН8
Аналізувати, інтерпретувати, порівнювати та коментувати англійською мовою таблиці, графіки, діаграми, схеми та інші форми представлення маркетингових даних.	ПРН5
Розуміти основні ідеї та детальну інформацію в англійськомовних лекціях, доповідях, презентаціях, дискусіях, переговорах, телефонних розмовах і професійних повідомленнях, пов'язаних зі сферою маркетингу.	ПРН5, ПРН8
Опрацьовувати автентичні англійськомовні професійні та академічні тексти з маркетингу, визначати їхні основні положення, суттєві деталі, аргументацію, позицію автора та комунікативну мету.	ПРН5
Знаходити, відбирати та критично оцінювати професійно значущу англійськомовну інформацію з наукових публікацій, спеціалізованих видань, баз даних та інтернет-джерел.	ПРН5
Узагальнювати, перефразовувати, порівнювати та синтезувати інформацію з кількох англійськомовних джерел для підготовки презентацій, доповідей, аналітичних матеріалів і маркетингових проєктів.	ПРН5
Письмово викладати англійською мовою результати маркетингових досліджень, опитувань і проєктної роботи у формі звітів, резюме, висновків, аналітичних оглядів та інших професійно орієнтованих текстів.	ПРН5
Складати англійською мовою професійну кореспонденцію, електронні повідомлення, протоколи зустрічей, резюме та інші документи, дотримуючись відповідного формату, стилю, логічної структури й норм мовного оформлення.	ПРН5, ПРН8

Вести англійською мовою професійні переговори, дискусії, семінари й консультації у сфері маркетингу, чітко формулюючи власну позицію та аргументовано висловлюючи згоду, незгоду, пропозиції й заперечення.	ПРН8
Застосовувати стратегії міжособистісної комунікації під час виконання колективних завдань: ініціювати й підтримувати взаємодію, уточнювати інформацію, розподіляти функції, узгоджувати рішення, надавати та приймати зворотний зв'язок.	ПРН8
Використовувати мовленнєві стратегії переконання, аргументації, уточнення, переформулювання, досягнення компромісу та розв'язання комунікативних труднощів під час професійного спілкування.	ПРН8
Добирати мовні засоби, тональність і стиль спілкування з урахуванням професійного статусу співрозмовників, мети комунікації, типу аудиторії та особливостей корпоративної культури.	ПРН8
Застосовувати міжкультурне розуміння під час усного й письмового професійного спілкування, належним чином реагувати на відмінності в нормах поведінки, етикеті, невербальній комунікації та організації ділової взаємодії.	ПРН8
Використовувати граматичні структури, синтаксичні моделі, засоби логічного зв'язку та фахову маркетингову термінологію, необхідні для точного й послідовного усного та письмового професійного спілкування.	ПРН5, ПРН8
Редагувати й вичитувати власні англійськомовні тексти та презентаційні матеріали, виправляючи граматичні, лексичні, стилістичні й логічні помилки відповідно до встановлених критеріїв.	ПРН5
Здійснювати само оцінювання та взаємо оцінювання результатів усної й письмової професійної комунікації на основі визначених критеріїв змісту, структури, мовної коректності та комунікативної ефективності.	ПРН5, ПРН8

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є: залік, стандартизовані тести, командні проекти, аналітичні звіти, реферати, есе, студентські презентації та виступи на наукових заходах, інші види індивідуальних та групових завдань.

Оцінювання проводиться на різних етапах упродовж усього курсу навчання і включає ті типи й технології оцінювання, що відповідають цілям навчання. Процедури встановлення результатів оцінювання мовленнєвої поведінки студентів відповідають методам навчання, використовуються послідовно і підлягають моніторингу. Результати оцінювання повинні надавати репрезентативну інформацію щодо мовленнєвої поведінки студентів у відповідності до очікуваних результатів навчання.

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

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

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: усна або письмова.

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

Види, кількість самостійної роботи, а також поточний контроль визначає викладач.

Оцінка самостійної роботи здійснюється викладачем самостійно в межах рейтингової системи за 100-бальною системою з урахуванням рекомендованої вагомості не менше 40% від загальної підсумкової оцінки з дисципліни.

Форма модульного контролю: усна або письмова.

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

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

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

Поточне оцінювання та самостійна робота				Модульна контрольна робота	Сума
Тема 1	Тема 2	Тема 3	СРС	30	100
10	10	10	40		

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

Поточне оцінювання та самостійна робота				Модульна контрольна робота	Сума
Тема 4	Тема 5	Тема 6	СРС	30	100
10	10	10	40		

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Поточна робота на лабораторних заняттях за тематичними блоками	3	15	3	15
Письмове тестування при тематичному оцінюванні	3	15	3	15
Самостійна робота / етапи інтегрованого проєкту	3	40	3	40
Модульна контрольна робота	1	30	1	30
Разом		100		100

Критерії поточного оцінювання

Критерій	Бали
Виконання комунікативного завдання, змістовність і релевантність висловлювання	0–2
Використання професійної лексики та відповідних мовних засобів	0–1
Граматична й лексична коректність	0–1
Активність у дискусії, командній роботі, взаємодії з іншими учасниками	0–1
Максимум за тему	5

Критерії тематичного тестування

Письмове тематичне тестування — до 5 балів за тему. Тематичний тест проводиться після завершення відповідної теми та включає завдання на перевірку професійної лексики, граматичних структур, розуміння професійного тексту та/або аудіоматеріалу.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Самостійна робота — максимум 40 балів за модуль. Самостійна робота виконується у формі етапів інтегрованого **Final Project: Marketing Communication Strategy & Professional Pitch**, визначеного в розділі 6. Загальні критерії:

Критерій	Максимальна кількість балів
Повнота виконання завдання та відповідність поставленій професійній комунікативній меті	10
Якість аналізу, аргументації та обґрунтування маркетингових рішень	10
Використання професійної англійської мови та маркетингової термінології	8
Логічність, структура, зв'язність та оформлення матеріалу	5
Використання й критичне опрацювання англомовних джерел / маркетингових даних	4
Доопрацювання матеріалу на основі самооцінювання, peer feedback та рекомендацій викладача	3
Разом	40

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Модульна контрольна робота проводиться у **комбінованій формі** та перевіряє рівень сформованості рецептивних і продуктивних мовленнєвих умінь у межах тем відповідного модуля. Модульна контрольна робота — 30 балів

Компонент	Максимальна кількість балів
Reading	5
Listening	5
Writing	10
Speaking	10
Разом	30

Reading — 5 балів Перевіряється вміння: – визначати основну ідею та мету тексту; – знаходити конкретну інформацію; – розуміти деталі та структуру тексту; – визначати позицію або ставлення автора; – розуміти професійну лексику з контексту.	Listening — 5 балів Перевіряється вміння: • розуміти основний зміст; • знаходити конкретну інформацію; • розуміти деталі; • визначати позицію та комунікативний намір мовця; • розуміти професійно значущу інформацію.																												
Writing — 10 балів <table border="1" data-bbox="245 577 836 1055"> <thead> <tr> <th>Критерій</th><th>Бали</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Виконання завдання та повнота змісту</td><td>0–3</td></tr> <tr> <td>Організація, логічність і зв'язність тексту</td><td>0–2</td></tr> <tr> <td>Лексичний діапазон і професійна термінологія</td><td>0–2</td></tr> <tr> <td>Граматичний діапазон і правильність</td><td>0–2</td></tr> <tr> <td>Відповідність реєстру, формату та нормам письма</td><td>0–1</td></tr> <tr> <td>Разом</td><td>10</td></tr> </tbody> </table>	Критерій	Бали	Виконання завдання та повнота змісту	0–3	Організація, логічність і зв'язність тексту	0–2	Лексичний діапазон і професійна термінологія	0–2	Граматичний діапазон і правильність	0–2	Відповідність реєстру, формату та нормам письма	0–1	Разом	10	Speaking — 10 балів <table border="1" data-bbox="868 577 1463 987"> <thead> <tr> <th>Критерій</th><th>Бали</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Виконання комунікативного завдання та зміст</td><td>0–3</td></tr> <tr> <td>Лексична й граматична точність та діапазон</td><td>0–2</td></tr> <tr> <td>Логічність і управління дискурсом</td><td>0–2</td></tr> <tr> <td>Інтеракція: ініціювання, реагування, підтримання професійної взаємодії</td><td>0–2</td></tr> <tr> <td>Вимова та зрозумілість мовлення</td><td>0–1</td></tr> <tr> <td>Разом</td><td>10</td></tr> </tbody> </table>	Критерій	Бали	Виконання комунікативного завдання та зміст	0–3	Лексична й граматична точність та діапазон	0–2	Логічність і управління дискурсом	0–2	Інтеракція: ініціювання, реагування, підтримання професійної взаємодії	0–2	Вимова та зрозумілість мовлення	0–1	Разом	10
Критерій	Бали																												
Виконання завдання та повнота змісту	0–3																												
Організація, логічність і зв'язність тексту	0–2																												
Лексичний діапазон і професійна термінологія	0–2																												
Граматичний діапазон і правильність	0–2																												
Відповідність реєстру, формату та нормам письма	0–1																												
Разом	10																												
Критерій	Бали																												
Виконання комунікативного завдання та зміст	0–3																												
Лексична й граматична точність та діапазон	0–2																												
Логічність і управління дискурсом	0–2																												
Інтеракція: ініціювання, реагування, підтримання професійної взаємодії	0–2																												
Вимова та зрозумілість мовлення	0–1																												
Разом	10																												

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю (заліку)

Підсумковий семестровий контроль з навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» проводиться у формі **заліку**. Форма проведення заліку — **комбінована: письмова робота (тестові завдання та професійно орієнтоване письмове завдання) і усна співбесіда**.

Під час заліку перевіряється рівень досягнення очікуваних результатів навчання з дисципліни, зокрема здатність здобувачів:

- розуміти основний зміст, деталі, структуру та комунікативну мету англomовних професійно орієнтованих текстів і повідомлень;
- використовувати професійну лексику та граматичні структури відповідно до комунікативної ситуації;
- письмово викладати й аргументувати професійно значущу інформацію;
- висловлювати, пояснювати та аргументувати власну позицію англійською мовою;
- брати участь у професійній дискусії, відповідати на запитання, уточнювати інформацію, висловлювати згоду або незгоду та реагувати на позицію співрозмовника;
- використовувати відповідний реєстр, професійну термінологію та стратегії міжособистісної комунікації.

Розподіл балів за підсумковий контроль

Компонент підсумкового контролю	Максимальна кількість балів
Письмова частина	50
Усна співбесіда	50
Разом	100

1. Письмова частина — 50 балів

Компонент	Кількість завдань	Бали
Reading comprehension	5	10
Listening comprehension	5	10
Professional vocabulary and grammar / Use of English	5	10
Professional writing task	1	20
Разом		50

Reading comprehension — 10 балів

Оцінюється здатність здобувача:

- визначати основну ідею та комунікативну мету тексту;
- знаходити конкретну інформацію;
- розуміти суттєві деталі та логічні зв'язки;
- визначати позицію та намір автора;
- розуміти професійну лексику в контексті.

Listening comprehension — 10 балів

Оцінюється здатність здобувача:

- розуміти основний зміст професійного повідомлення;
- визначати конкретну та суттєво важливу інформацію;
- розуміти деталі;
- визначати ставлення та комунікативний намір мовця;
- розуміти професійно значущу інформацію в дискусіях, презентаціях, переговорах та інших ситуаціях професійного спілкування.

Professional Vocabulary and Grammar / Use of English — 10 балів

Оцінюється:

- володіння професійною маркетинговою термінологією;
- точність вибору лексичних одиниць відповідно до контексту;
- правильність використання граматичних структур;
- володіння мовними засобами, характерними для професійного та академічного дискурсу;
- здатність добирати мовні форми відповідно до комунікативної ситуації та реєстру.

Professional Writing Task — 20 балів

Здобувач виконує одне професійно орієнтоване письмове завдання відповідно до тематики дисципліни, наприклад: professional email, short analytical report, summary of research findings, marketing proposal, campaign recommendation, interpretation of marketing data тощо.

Критерій	Максимальна кількість балів
Виконання комунікативного завдання, повнота та релевантність змісту	5
Логічність, структура та зв'язність тексту	4
Професійна лексика, відповідність стилю та реєстру	4
Граматичний діапазон і правильність	4
Дотримання формату, орфографічна та пунктуаційна правильність	3
Разом	20

2. Усна співбесіда — 50 балів

Усна частина передбачає виконання професійно орієнтованого комунікативного завдання та співбесіду з викладачем за тематикою курсу. Завдання може включати:

- обговорення професійної ситуації;
- представлення та обґрунтування маркетингового рішення;

- коментування маркетингових даних, графіка або таблиці;
- обговорення результатів дослідження;
- моделювання переговорів або професійної дискусії;
- відповіді на уточнювальні запитання та аргументований захист власної позиції.

Критерій	Максимальна кількість балів
Виконання комунікативного завдання, змістовність та аргументованість відповіді	10
Використання професійної лексики, точність і доречність мовних засобів	10
Граматичний діапазон і правильність	10
Логічність, зв'язність та управління дискурсом	10
Інтеракція, адекватність реагування, підтримання професійної комунікації та зрозумілість вимови	10
Разом	50

Під час усної співбесіди особлива увага приділяється здатності здобувача не лише продукувати підготовлене висловлювання, а й **взаємодіяти зі співрозмовником**: ініціювати й підтримувати комунікацію, відповідати на запитання, уточнювати інформацію, аргументувати власну позицію та належним чином реагувати на інші точки зору. Це відповідає чинним у програмі критеріям говоріння — виконанню завдання, точності й доречності мовних засобів, управлінню дискурсом, вимові та спілкуванню.

Визначення результату заліку

Максимальна кількість балів за підсумковий контроль становить **100 балів**.

Кількість балів	Результат
90–100	зараховано (A)
82–89	зараховано (B)
74–81	зараховано (C)
64–73	зараховано (D)
60–63	зараховано (E)
35–59	незараховано (FX)
0–34	незараховано (F)

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

Зміст навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» зорієнтований на подальший розвиток іншомовної професійної комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти на рівні B2 та має практично-орієнтований характер.

Навчальна дисципліна передбачає вдосконалення вмінь професійного усного й письмового спілкування англійською мовою; роботи з автентичними професійними джерелами; пошуку, критичного оцінювання, узагальнення та представлення професійно значущої інформації; презентації й обговорення результатів маркетингових досліджень і проєктів; участі у професійних дискусіях, переговорах та командній взаємодії; використання професійної маркетингової термінології та відповідних комунікативних стратегій.

Модуль 1

Topic 1. Digital Marketing and AI in Advertising

Key Issues:

- digital marketing channels: SEO, PPC and content marketing;
- AI-driven advertising, automation and personalization;
- social media marketing trends and analytics;
- opportunities and challenges of using AI in marketing communication.

Skills in Focus:

- understanding and using digital marketing terminology;
- analyzing digital marketing strategies and campaign performance;
- writing concise and persuasive advertising copy;
- presenting and justifying digital marketing decisions;
- discussing advantages, limitations and ethical implications of AI-assisted marketing.

Practical Activities:

- analyzing digital marketing campaigns of international brands;
- creating an SEO-oriented piece of marketing content;
- preparing a short social media campaign proposal;
- discussing the use of AI tools in advertising;
- simulating a marketing team meeting on the selection of digital communication channels.

Topic 2. Consumer Psychology and Persuasive Communication

Key Issues:

- consumer needs, motivation and decision-making;
- emotional branding and storytelling;
- persuasive techniques in marketing communication;
- customer journey and factors influencing purchasing behaviour.

Skills in Focus:

- identifying and describing target audience characteristics;
- explaining consumer behaviour and purchasing decisions;
- using persuasive language appropriately;
- developing convincing product and brand messages;
- adapting communication to different customer segments.

Practical Activities:

- analyzing persuasive techniques in authentic marketing materials;
- creating persuasive product or service descriptions;
- writing a marketing email;

- developing a short storytelling-based advertisement;
- discussing ethical boundaries of persuasive communication.

Topic 3. Brand Management and Crisis Communication

Key Issues:

- brand identity, positioning and reputation;
- corporate communication and brand voice;
- customer feedback and reputation management;
- marketing crisis management and communication strategies.

Skills in Focus:

- describing and evaluating brand positioning;
- communicating professionally with customers and stakeholders;
- responding appropriately to negative feedback;
- writing professional statements and press releases;
- presenting and defending communication decisions during a crisis.

Practical Activities:

- analyzing cases of successful and unsuccessful crisis communication;
- drafting a response to negative customer feedback;
- writing a crisis response statement;
- preparing a press release for a product or service launch;
- simulating a media interview concerning brand reputation.

Модуль 2

Topic 4. Influencer Marketing and Social Media Strategies

Key Issues:

- influencer marketing and brand partnerships;
- social media content strategies;
- viral marketing and audience engagement;
- ethics, transparency and credibility in influencer communication.

Skills in Focus:

- evaluating influencer-brand compatibility;
- preparing professional collaboration proposals;
- presenting a social media marketing strategy;
- discussing and defending strategic communication choices;
- expressing and supporting opinions on ethical issues in influencer marketing.

Practical Activities:

- analyzing an authentic influencer marketing campaign;
- drafting an influencer outreach email;
- preparing a social media content plan for a product launch;
- presenting a proposed influencer marketing strategy;
- debating transparency and ethics in influencer marketing.

Topic 5. Data-Driven Marketing and Market Research

Key Issues:

- market research methods and sources of marketing information;
- consumer insights and marketing analytics;
- key performance indicators and campaign performance;
- A/B testing and data-driven marketing decision-making.

Skills in Focus:

- understanding professional and academic texts related to market research;
- interpreting marketing data, tables, graphs and charts;

- identifying and presenting key findings;
- comparing and synthesizing information from different sources;
- presenting research findings and making evidence-based recommendations.

Practical Activities:

- interpreting marketing analytics reports;
- analyzing tables, graphs and visualized marketing data;
- summarizing findings from consumer research;
- preparing and presenting a short analytical report;
- simulating a data-driven marketing decision-making meeting.

Topic 6. International Marketing, Negotiation and Cross-Cultural Communication

Key Issues:

- international and cross-cultural marketing communication;
- cultural differences in professional communication;
- corporate cultures and business communication styles;
- professional negotiation strategies;
- teamwork, decision-making and conflict management in international professional contexts.

Skills in Focus:

- conducting professional discussions and negotiations in English;
- presenting, explaining and defending marketing proposals;
- expressing agreement, disagreement, suggestions, objections and counterarguments appropriately;
- clarifying and reformulating information;
- negotiating compromises and reaching consensus;
- adapting language, register and communication style to different audiences and cultural contexts.

Practical Activities:

- comparing marketing communication adapted to different cultural markets;
- analyzing a cross-cultural business communication case;
- role-playing negotiations between a marketing agency and an international client;
- simulating an international marketing team meeting;
- presenting and defending a marketing proposal;
- participating in structured peer feedback and Q&A.

Integrated Final Project: Marketing Communication Strategy & Pitch Presentation

Упродовж курсу здобувачі індивідуально або в командах розробляють англomовну маркетингову комунікаційну стратегію для обраного продукту або послуги. Підсумковий результат включає письмову маркетингову стратегію та її презентацію у форматі professional pitch. Проєкт інтегрує зміст усіх шести тем дисципліни та передбачає застосування навичок persuasive communication, branding, digital and social media marketing, market research and data interpretation, professional negotiation and cross-cultural communication.

6.2. Структура навчальної дисципліни

Денна форма

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Форма навчання: денна					
	Усього	у тому числі				
		Лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота
Модуль 1						
Topic 1: Digital Marketing and AI in Advertising	14	0	5	0	0	9
Topic 2: Consumer Psychology and Persuasive Communication	15	0	6	0	0	9
Topic 3: Brand Management and Crisis Communication	14	0	5	0	0	9
Модульна контрольна робота	2	0	0	0	2	0
Разом за модуль	45	0	16	0	2	27
Модуль 2						
Topic 4: Influencer Marketing and Social Media Strategies	14	0	5	0	0	9
Topic 5: Data-Driven Marketing and Market Research	15	0	6	0	0	9
Topic 6. International Marketing, Negotiation and Cross-Cultural Communication	14	0	5	0	0	9
Модульна контрольна робота	2	0	0	0	2	0
Разом за модуль	45	0	16	0	2	27
Разом за семестр	90	0	32	0	4	54

Структура навчальної дисципліни

Заочна форма

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Форма навчання: заочна					
	Усього	у тому числі				
		Лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота
Модуль 1						
Topic 1: Digital Marketing and AI in Advertising	14	0	1	0	0	13
Topic 2: Consumer Psychology and Persuasive Communication	14	0	1	0	0	13
Topic 3: Brand Management and Crisis Communication	15	0	2	0	0	13
Разом за модуль	43	0	4	0	0	39
Модуль 2						

Topic 4: Influencer Marketing and Social Media Strategies	15	0	2	0	0	13
Topic 5: Data-Driven Marketing and Market Research	16	0	2	0	0	14
Topic 6: International Marketing, Negotiation and Cross-Cultural Communication	16	0	2	0	0	14
Разом за модуль	7	0	6	0	0	41
Разом за семестр	90	0	10	0	0	80

6.3. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна	Кількість годин заочна
	Модуль 1		
1	Topic 1: Digital Marketing and AI in Advertising	5	1
2	Topic 2: Consumer Psychology and Persuasive Communication	6	1
3	Topic 3: Brand Management and Crisis Communication	5	2
	Модуль 2	0	
4	Topic 4: Influencer Marketing and Social Media Strategies	5	2
5	Topic 5: Data-Driven Marketing and Market Research	6	2
6	Topic 6: International Marketing, Negotiation and Cross-Cultural Communication	5	2
	Разом	32	10

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми / виду самостійної роботи	Кількість годин денна	Кількість годин заочна
1	Professional Information Search and Marketing Environment Analysis: пошук, відбір і критичне оцінювання англомовних джерел; визначення продукту/послуги, цільового ринку та конкурентного середовища	9	13
2	Target Audience and Consumer Insight Development: дослідження цільової аудиторії, consumer profile/persona, потреб, мотивації та customer journey	9	13
3	Brand Positioning and Marketing Message Development: розроблення USP, brand positioning, tone of voice, key messages та persuasive content	9	13
4	Digital, Social Media and Influencer Communication Plan: вибір каналів комунікації, розроблення digital/social media content та influencer outreach	9	13
5	Marketing Research, KPIs and Data Interpretation: обґрунтування маркетингових рішень даними, визначення KPI, аналіз та візуалізація очікуваних результатів	9	14
6	Integrated Marketing Communication Strategy and Professional Pitch Preparation: узагальнення результатів у письмовій стратегії, підготовка презентації, rehearsal, peer feedback, редагування та фіналізація роботи	9	14
	Разом	54	80

Завдання для самостійної роботи

Final Project: Marketing Communication Strategy & Professional Pitch

Objective:

Students will develop a comprehensive marketing communication strategy for a selected or newly created product/service and present it professionally in English to a simulated audience of clients, investors or other stakeholders.

Key Deliverables

1. Written Marketing Communication Strategy

The written strategy should include:

- Product/Service Overview and Unique Selling Proposition;
- Target Audience and Consumer Insights;
- Brand Positioning, Tone of Voice and Key Messages;
- Digital Marketing and Social Media Strategy;
- Influencer and Partnership Communication;
- Crisis Communication and Reputation Management;
- Market Research and Data-Driven Justification;
- KPIs and Success Metrics;
- international and/or cross-cultural communication considerations, where relevant.

2. Professional Pitch Presentation

Students present and defend their marketing communication strategy in English. The presentation should demonstrate:

- clear and logical organization;
- appropriate professional and marketing terminology;
- effective use and interpretation of visual information;
- persuasive justification of strategic decisions;
- ability to adapt communication to the audience;
- confident professional delivery;
- ability to answer questions, respond to objections and defend proposals.

3. Peer Feedback and Self-Evaluation

Students participate in structured peer feedback and evaluate their own work according to predefined criteria relating to:

- content and task achievement;
- structure and coherence;
- professional language use;
- persuasiveness;
- communicative effectiveness;
- presentation and interaction skills.

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

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

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

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

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

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

Допоміжна література

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

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. The Cambridge Dictionary - <https://dictionary.cambridge.org/>
2. Collins English Thesaurus - <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english-thesaurus>
3. Online Oxford Collocation Dictionary - <http://www.freecollocation.com/>
4. BBC News Review <https://www.youtube.com/watch?v=NKiF8nGy9AA>
5. Learning English News Review <https://www.bbc.co.uk/programmes/p05hw4bq/episodes/downloads>
6. Listening activities, and online conversation classes <https://www.eslvideo.com/>
7. Global News: lifestyle <https://globalnews.ca/lifestyle/>
8. VOA Learning English - Voice of America <https://learningenglish.voanews.com/>
9. News in Levels <https://www.newsinlevels.com/>