МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Державний біотехнологічний університет

Факультет менеджменту, адміністрування та права

«Затверджую»
Завідувач кафедри
європейських мов
(назва кафедри)

(підпис) (А. О. Колесник)
(прізвище та ініціали)

«31» серпня 2026 р.

Кафедра «Європейських мов»

РОБОЧА ПРОГРАМА

НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК8 «Іноземна мова за професійним спрямуванням»
(шифр і назва навчальної дисципліни)

Рівень вищої освіти	**Перший (бакалаврський)**
Галузь знань	**D Бізнес, адміністрування та право**
Спеціальність	**D5 Маркетинг**
Освітня програма	**Бакалавр маркетингу**

Харків – 2026 р.

Укладачі: канд. філол. н., доц. Удовенко І.В., ст. викл. Подворна Л.А

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена на розширеному засіданні кафедри європейських мов.

Протокол №1 від 31 серпня 2026 року.

Робочу програму погоджено

Гарант освітньої програми ОПП

31 серпня 2026 р. _____  _____ К.С. Олініченко
(підпис) (прізвище та ініціали)

Подовжено термін дії до:

« » _____ 2026 р. Протокол № __ від _____ 20__ року

Завідувач кафедри європейських мов _____ А. О. Колесник
(підпис)

« » _____ 20__ р. Протокол № __ від _____20__ року

Завідувач кафедри європейських мов _____ А. О. Колесник
(підпис)

« » червня 20__ р. Протокол № __ від _____20__ року

Завідувач кафедри європейських мов _____ А. О. Колесник
(підпис)

1 Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість кредитів – 10</td><td colspan="2">Статус дисципліни:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Обов’язкова</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Розділів – 8</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>1-й – 2-й</td><td>1-й – 2-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td rowspan="9">Загальна кількість годин – 300</td><td>2-й – 3-й</td><td>2-й – 3-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, (семінарські)</td></tr>
<tr><td>120 год.</td><td>24 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>–</td><td>–</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>180год.</td><td>276 год.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3; самостійної роботи здобувача – 3.</td><td colspan="2">Вид контролю:</td></tr>
<tr><td>Залік</td><td>Залік</td></tr>
</table>

2 Мета і завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» є набуття здобувачами системи теоретичних знань про основи і закономірності професійної комунікації, що включає формування професійних мовних компетенцій, які сприятимуть ефективному функціонуванню у навчальному та професійному середовищі, набуття вмінь та практичні навички, що дозволять їм здійснювати професійне і ситуативне спілкування в усній і письмовій формах.

З**авданнями вивчення дисципліни** «Іноземна мова за професійним спрямуванням» полягає у формуванні у здобувачів компетентностей щодо вміння та навички ведення спілкування обраною мовою в різних побутових ситуаціях, сформувати лексичні та граматичні навички, сформувати компетенції аудіювання та читання, виховувати повагу до культури, історії та сучасності країни, мова якої вивчається.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є комунікативна компетенція мови, вміння та навички читання, аудіювання, говоріння та письма обраною мовою.

Дисципліна пов’язана з матеріалом навчальних курсів фахового спрямування та є базовою для засвоєння програмного матеріалу для підготовки до складання у майбутньому єдиного вступного іспиту (ЄВІ).

Згідно з ОПП у результаті вивчення дисципліни у здобувача формуються:

інтегральна компетентність: здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов;

загальні компетентності:

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

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.

Навчальна дисципліна «Іноземна мова за професійним спрямуванням» забезпечує формування таких програмних результатів навчання:

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб’єкта.

Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

3. 3 Програма навчальної дисципліни

Розділ 1

Тема 1 Introduction to Marketing. Введення в маркетинг, ключові терміни. Present Simple, adjectives, "to be". Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 2 The Role of Marketing. Роль маркетингу в бізнесі. Passive voice, modals (can, may). Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 3 . Types of Marketing. B2B vs B2C, товари та послуги. Comparatives & superlatives. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 4 Understanding Customers. Потреби клієнтів та поведінка. Questions, Present Continuous. Рекомендована література : 1,2, 3, 4, 10, 13 []

Тема 5 Consumer Behavior. Процес прийняття рішень. Sequencing words, Present Simple/Continuous. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13].

Тема 6 Market Segmentation. Сегментація ринку. Countable/uncountable nouns, quantifiers. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13].

Розділ 2

Тема 7 Target Market Selection. Вибір цільового ринку. Modals for advice, Conditional 0/1. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 8 Positioning & Differentiation. Унікальний образ бренду. Comparative adjectives, "as…as". Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 6, 10, 13]

Тема 9 Marketing Strategy. Основи стратегічного маркетингу. Future Simple, be going to. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13].

Тема 10 Marketing Mix (4Ps). Продукт, ціна, місце, просування. Noun phrases, collocations. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13].

Тема 11 Products & Services. Класифікація продуктів. Articles, adjectives. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13].

Тума 12 Branding Basics. Бренд та імідж. Adjective+noun, Present Simple Passive. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13].

Розділ 3

Тема 13 Product Life Cycle. Стадії життєвого циклу продукту. Present Simple/Continuous, sequencing words. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 14 Packaging & Labeling. Функції пакування та етикеток. Adjectives, prepositions. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 15 Pricing Strategies. Види ціноутворення. Comparatives, modals. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 7, 10, 13]

Тема 16 Distribution Channels. Канали дистрибуції. Passive voice, prepositions. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 17 Retailing & Wholesaling. Роздріб та опт. Countable/uncountable nouns. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 6, 7, 10, 13]

Тема 18 Promotion. Види просування та цілі. Infinitives of purpose. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 6, 7, 10, 13]

Розділ 4

Тема 19 Advertising – Traditional. Телебачення, преса, радіо. Adjective+noun, Present Simple. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 20 Advertising – Digital. Онлайн реклама, соцмережі. Present Continuous, phrasal verbs. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 21 Public Relations. ЗМІ та імідж компанії. Modals for advice, reported speech. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 8, 10, 13]

Тема 22 Sales Promotion. Акції, купони, бонуси. Imperatives, Conditional 1. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 8, 10, 13]

Тема 23 Direct Marketing Email, SMS. Каталоги. Gerunds/infinitives, modals. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 8, 10, 13]

Тема 24 Event Marketing. Презентації та виставки. Future forms, sequencing connectors. Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 8, 10, 13]

Розділ 5

Тема 25 SWOT Analysis. Сильні/слабкі сторони, можливості та загрози. Conditionals 1&2, modals.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 26 PESTEL Analysis. Макроекономічне середовище. Prepositions, complex sentences.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 7, 10, 13]

Тема 27 Competitive Analysis. Порівняння конкурентів. Comparatives, relative clauses.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 11, 13]

Тема 28 Marketing Research. Методи дослідження. Questions, Passive voice.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 10, 13]

Тема 29 Analyzing Research. Інтерпретація даних. Reporting verbs, conditionals.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 10, 13]

Тема 30 CRM Basics. Управління відносинами з клієнтами. Present Simple, modals for advice.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 10, 13]

Розділ 6

Тема 31 Relationship Marketing. Програми лояльності. Modals, Conditional 2/3.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 7, 10, 13]

Тема 32. Digital Marketing Strategy. Digital-плани. Past forms, sequencing words.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 7, 10, 13]

Тема 33 Social Media Marketing. Facebook, Instagram, LinkedIn. Imperatives, phrasal verbs/

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 13]

Тема 34 Search Engine Marketing. SEO, PPC. Comparatives, infinitives.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 7, 10, 13]

Тема 35 Content Marketing. Блоги, відео, інфографіка. Gerunds/infinitives, linkers.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 7, 10, 13]

Тема 36 Influencer Marketing. Робота з інфлюенсерами. Present Perfect, modals.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 7, 10, 13]

Розділ 7

Тема 37 Email Marketing Campaigns. Дизайн та метрики email. Imperatives, modals, reporting verbs.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 7, 10, 13]

Тема 38 Marketing Analytics. KPI та ефективність. Passive voice.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 6, 7, 10, 13]

Тема 39 Big Data in Marketing. Використання великих даних. Past forms.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 10, 11, 13]

Тема 40 Brand Management. Управління брендом. Adjective+noun, Passive voice.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 7, 10, 13]

Тема 41 Integrated Marketing Communications. Координація каналів. Future forms, sequencing connectors.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 7, 10, 13]

Тема 42 International Marketing. Вихід на глобальні ринки. Modals, Conditional 2.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 5, 7, 10, 13]

Розділ 8

Тема 43 Cultural Factors. Культурні фактори в маркетингу. Relative clauses, comparatives.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 6, 10, 13]

Тема 44 Ethical Marketing. Етична реклама та CSR. Modals, Passive voice.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 7, 10, 13]

Тема 45 Sustainable Marketing. Green marketing. Gerunds/infinitives, adjectives.

Рекомендована література : 1,2, 3, 4, 5, 10, 13 []

Тема 46 Trade Fairs & Exhibitions. Участь у виставках. Future forms, imperatives.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 7, 10, 13]

Тема 47 Marketing Project Planning. Планування проєкту. Conditionals, modals for recommendations.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 7, 10, 13]

Тема 48 Capstone Project Presentation. Презентація маркетингової стратегії. Reported speech.

Рекомендована література : [1,2, 3, 4, 7, 10, 13]

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с.р.		л	п	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1 курс, 1 семестр												
Розділ 1												
Тема 1 Introduction to Marketing	8	-	4	-	-	2	7	-	0,5	-	-	6
Тема 2 The Role of Marketing in Business	8	-	4	-	-	2	7	-	0,5	-	-	6
Тема 3 Types of Marketing	8	-	4	-	-	2	7	-	0,5	-	-	6
Тема 4 Understanding Customers	8	-	4	-	-	2	7	-	0,5	-	-	6

Тема 5 Consumer Behavior and Buying Process	8	-	4	-	-	2	7	-	0,5	-	-	6
Тема 6 Market Segmentation	6		4			2	7		0,5			6
Разом за розділом 1	46	0	24	0	0	22	39	0	3	0		36
Розділ 2												
Тема 7 Target Market Selection	8	-	4	-	-	2	8	-	0,5	-	-	6
Тема 8 Positioning and Differentiation	8	-	4	-	-	2	10	-	0,5	-	-	8
Тема 9 Introduction to Marketing Strategy	8	-	4	-	-	2	8	-	0,5	-	-	7
Тема 10 Overview of Marketing Mix (4Ps)	8	-	4	-	-	2	7	-	0,5	-	-	6
Тема 11 Products and Services – Classification	8	-	4	-	-	4	8	-	0,5	-	-	7
Тема 12 Branding Basics – Brand Identity and Image	4		2			2	7		0,5			6
Разом за розділом 2	44		22	-	-	22	43		3			40
Всього годин:	**90**		**46**			**44**	**82**		**6**			**76**
1 курс, 2 семестр												
Розділ 3												
Тема 13 Product Life Cycle	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 14 Packaging and Labeling	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 15 Pricing Strategies	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 16 Distribution Channels	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 17 Retailing and Wholesaling	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 18 Promotion – Types & Objectives	6		4			2	7		0,5			6
Разом за розділом 3	46	0	24	0	0	22	39	0	3	0		36
Розділ 4												
Тема 19 Advertising – Traditional Media	8	-	4	-	-	4	8	-	0,5	-	-	6
Тема 20 Advertising – Digital Media	8	-	4	-	-	4	10	-	0,5	-	-	8
Тема 21 Public Relations Basics	8	-	4	-	-	4	8	-	0,5	-	-	7
Тема 22 Sales Promotion Techniques	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6

Тема 23 Direct Marketing	8	-	4	-	-	4	8	-	0,5	-	-	7
Тема 24 Event Marketing Basics	6		2			4	7		0,5			6
Разом за розділом 4	44		22	-	-	22	48		3			40
Всього годин	**90**		**46**			**44**	**88**		**12**			**76**
2 курс, 3 семестр Розділ 5												
Тема 25 SWOT Analysis	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 26 PESTEL Analysis	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 27 Competitive Analysis	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 28 Marketing Research Methods	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 29 Analyzing Research Results	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 30 CRM Basics	6		4			2	7		0,5			6
Разом за розділом 5	46	0	24	0	0	22	42	0	3	0		36
Розділ 6												
Тема 31 Relationship Marketing	8	-	4	-	-	4	8	-	0,5	-	-	6
Тема 32 Digital Marketing Strategy	8	-	4	-	-	4	10	-	0,5	-	-	8
Тема 33 Social Media Marketing	8	-	4	-	-	4	8	-	0,5	-	-	7
Тема 34 Search Engine Marketing	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 35 Content Marketing	8	-	4	-	-	4	8	-	0,5	-	-	7
Тема 36 Influencer Marketing	4		2			2	7		0,5			6
Разом за розділом 6	44		22	-	-	22	48		3			40
Всього годин:	**90**		**46**			**44**	**88**		**12**			**76**
2 курс, 4 семестр Розділ 7												
Тема 37 Email Marketing Campaigns	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 38 Marketing Analytics	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 39 Big Data in Marketing	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 40 Brand Management	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 41 Integrated Marketing Communications	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 42 International Marketing	6		4			2	7		0,5			6

Разом за розділом 7	46	0	24	0	0	22	39	0	3	0		36
Розділ 8												
Тема 43 Cultural Factors in Marketing	8	-	4	-	-	4	8	-	0,5	-	-	6
Тема 44 Ethical Marketing	8	-	4	-	-	4	10	-	0,5	-	-	8
Тема 45 Sustainable Marketing	8	-	4	-	-	4	8	-	0,5	-	-	7
Тема 46 Trade Fairs & Exhibitions	8	-	4	-	-	4	7	-	0,5	-	-	6
Тема 47 Marketing Project Planning	8	-	4	-	-	4	8	-	0,5	-	-	7
Тема 48 Capstone Project Presentation	4		2			2	7		0,5			6
Разом за розділом 8	44		22	-	-	22	46		6			40
Розділ 8												
ІНДЗ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Усього годин:	**90**		**46**			**44**	**88**		**12**			**76**
Всього годин за дисципліною :	**300**	**0**	**180**	**0**	**0**	**120**	**300**	**0**	**24**	**0**	**0**	**276**

5 Семінарські заняття

№ з/п	Назва теми заняття	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
		-	-
	Разом	-	-

Немає.

6 Практичні заняття

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Introduction to Marketing	2	0,5
2	The Role of Marketing in Business	2	0,5
3	Types of Marketing	2	0,5
4	Understanding Customers	2	0,5
5	Consumer Behavior and Buying Process	2	0,5
6	Market Segmentation	2	0,5
7	Target Market Selection	2	0,5
8	Positioning and Differentiation	2	0,5

9	Introduction to Marketing Strategy	2	0,5
10	Overview of Marketing Mix (4Ps)	2	0,5
11	Products and Services – Classification	2	0,5
12	Branding Basics – Brand Identity and Image	2	0,5
13	Product Life Cycle	2	0,5
14	Packaging and Labelling	2	0,5
15	Pricing Strategies	2	0,5
16	Distribution Channels	2	0,5
17	Retailing and Wholesaling	2	0,5
18	Promotion – Types & Objectives	2	0,5
19	Advertising – Traditional Media	2	0,5
20	Advertising – Digital Media	2	0,5
21	Public Relations Basics	4	0,5
22	Sales Promotion Techniques	4	0,5
23	Direct Marketing	4	0,5
24	Event Marketing Basics	2	0,5
25	SWOT Analysis	4	0,5
26	PESTEL Analysis	4	0,5
27	Competitive Analysis	4	0,5
28	Marketing Research Methods	4	0,5
29	Analyzing Research Results	4	0,5
30	CRM Basics	4	0,5
31	Relationship Marketing	4	0,5
32	Digital Marketing Strategy	4	0,5
33	Social Media Marketing	4	0,5
34	Search Engine Marketing	4	0,5
35	Content Marketing	4	0,5
36	Influencer Marketing	2	0,5
37	Email Marketing Campaigns	4	0,5
38	Marketing Analytics	4	0,5
39	Big Data in Marketing	4	0,5
40	Brand Management	4	0,5
41	Integrated Marketing Communications	4	0,5
42	International Marketing	4	0,5
43	Cultural Factors in Marketing	4	0,5
44	Ethical Marketing	4	0,5
45	Sustainable Marketing	4	0,5
46	Trade Fairs & Exhibitions	4	0,5
47	Marketing Project Planning	4	0,5
48	Capstone Project Presentation	2	0,5
	Разом	120	24

7. Лабораторні заняття

№ з/п	Назва теми заняття	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
–	–	–	–
	Разом	–	–

Немає.

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Introduction to Marketing	4	6
2	The Role of Marketing in Business	4	6
3	Types of Marketing	4	6
4	Understanding Customers	4	6
5	Consumer Behavior and Buying Process	4	6
6	Market Segmentation	2	6
7	Target Market Selection	4	6
8	Positioning and Differentiation	4	8
9	Introduction to Marketing Strategy	4	7
10	Overview of Marketing Mix (4Ps)	4	6
11	Products and Services – Classification	4	7
12	Branding Basics – Brand Identity and Image	2	6
13	Product Life Cycle	4	6
14	Packaging and Labelling	4	6
15	Pricing Strategies	4	6
16	Distribution Channels	4	6
17	Retailing and Wholesaling	4	6
18	Promotion – Types & Objectives	2	6
19	Advertising – Traditional Media	4	6
20	Advertising – Digital Media	4	8
21	Public Relations Basics	4	7
22	Sales Promotion Techniques	4	6
23	Direct Marketing	4	7
24	Event Marketing Basics	4	6
25	SWOT Analysis	4	6
26	PESTEL Analysis	4	6
27	Competitive Analysis	4	6
28	Marketing Research Methods	4	6
29	Analyzing Research Results	4	6
30	CRM Basics	2	6

31	Relationship Marketing	4	6
32	Digital Marketing Strategy	4	8
33	Social Media Marketing	4	7
34	Search Engine Marketing	4	6
35	Content Marketing	4	7
36	Influencer Marketing	2	6
37	Email Marketing Campaigns	4	6
38	Marketing Analytics	4	6
39	Big Data in Marketing	4	6
40	Brand Management	4	6
41	Integrated Marketing Communications	4	6
42	International Marketing	2	6
43	Cultural Factors in Marketing	4	6
44	Ethical Marketing	4	8
45	Sustainable Marketing	4	7
46	Trade Fairs & Exhibitions	4	6
47	Marketing Project Planning	4	7
48	Capstone Project Presentation	2	6
	Разом	180	276

З навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» ОПП «Маркетинг» передбачено виконання індивідуального навчально-дослідного завдання у формі реферативної роботи, що виконується здобувачем за обраною темою.

Тематика індивідуального навчально-дослідного завдання:

Ось кілька можливих тем для індивідуального навчально-дослідного завдання з дисципліни " Іноземна мова за професійним спрямуванням":

1. Marketing Terminology in English
2. Advertising Language and Persuasive Techniques
3. Brand Communication in English-Speaking Markets
4. The Language of Digital Marketing
5. Social Media Marketing Vocabulary in English
6. Case Study Analysis in English (Marketing Example)
7. Public Relations and Media Communication in English
8. English for International Trade and Marketing
9. Cultural Differences in Advertising (UK vs USA)
10. Global Brands and Their Marketing Strategies
11. Business Etiquette in English-Speaking Countries
12. International Marketing Campaigns: Language and Style

9. Методи навчання

Основними методами навчання, що застосовуються при викладанні дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням», є: методи передачі та сприйняття навчальної інформації, інтерактивні методи, що заохочують активну участь здобувачів у процесі навчання, а також комунікативні методи, які сприяють розвитку навичок усного та письмового мовлення. До них належать рольові ігри, дискусії, проектні роботи, а також використання мультимедійних ресурсів для збагачення навчального досвіду. Використання цих методів дозволяє створити динамічне навчальне середовище, яке стимулює мотивацію та інтерес до вивчення мови.

10. Методи контролю

Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача до виконання конкретної роботи. Він здійснюється шляхом усного опитування, перевірки самостійної роботи, тестових завдань, а також оцінку активної участі в командній та науковій роботі.

Усі види контролю (усне опитування, письмове опитування, тестове опитування) тісно пов’язані та організовуються так, щоб стимулювати ефективну самостійну роботу здобувачів освіти і забезпечити об’єктивне оцінювання рівня їх знань.Кількість балів, які отримав студент при оцінювання модулю, та підсумковий бал поточної успішності з дисципліни, співвідноситься з оцінками за національною шкалою та шкалою ECTS відповідно до табл. 1.

11. Розподіл балів, які отримують здобувачі

<table>
<tr><td colspan="10">Поточне тестування та самостійна робота</td><td>Всього балів</td></tr>
<tr><td colspan="5">Розділ 1</td><td></td><td colspan="4">Розділ 2</td><td rowspan="11">0-100</td></tr>
<tr><td>Т1</td><td>Т2</td><td>Т3</td><td>Т4</td><td>Т5 Т6</td><td></td><td>Т7 Т8</td><td>Т9 Т 10</td><td colspan="2">Т 11 Т 12</td></tr>
<tr><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>4</td><td></td><td>4</td><td>4</td><td colspan="2">4</td></tr>
<tr><td colspan="5">Розділ 3</td><td></td><td colspan="4">Розділ 4</td></tr>
<tr><td>Т 13</td><td>Т14</td><td>Т15</td><td>Т16</td><td>Т17 Т18
10 6</td><td></td><td>Т19 Т20</td><td>Т21 Т22</td><td colspan="2">Т23 Т24</td></tr>
<tr><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td></td><td>5</td><td>5</td><td colspan="2">5</td></tr>
<tr><td colspan="5">Розділ 5</td><td></td><td colspan="4">Розділ 6</td></tr>
<tr><td>Т25</td><td>Т26</td><td>Т27</td><td>Т28</td><td>Т29 Т30</td><td></td><td>Т31</td><td>Т32 Т33</td><td colspan="2">Т34 Т35 Т36</td></tr>
<tr><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td></td><td>2</td><td>4</td><td colspan="2">5</td></tr>
<tr><td colspan="5">Розділ 7</td><td></td><td colspan="4">Розділ 8</td></tr>
<tr><td>Т37</td><td colspan="2">Т38 Т39</td><td>Т40</td><td>Т41 Т42</td><td></td><td>Т43</td><td>Т44 Т45</td><td>Т46</td><td>Т47
Т48</td></tr>
</table>

2	4	4	4		2	4	1	1	

Т1, Т2 ... Т7 – теми змістових модулів.

З дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» передбачено залік.

12 Розподіл балів, які отримують здобувачі

Поточне тестування та самостійна робота								За підсумками розділів
Розділ 1-2				Розділ 3-4				
Т1-Т2	Т3-Т4	Т5-Т6	Т7-Т12	Т13-Т15	Т16-Т18	Т19-Т21	Т22-Т24	
0…12	0…13	0..12	0…12	0…12	0…13	0..12	0…13	0-100
Розділ 5-6				Розділ 7-8				
Т25-Т27	Т28-Т30	Т31-Т32	Т33-Т34	Т35-Т38	Т39-Т42	Т43-Т45	Т46-Т48	
0…12	0…13	0..12	0…13	0…12	0…13	0..12	0…13	0-100

Т_, Т_... Т_ – теми розділів.

13 Виконання курсового проекту (роботи),

(курсове комплексне тестове завдання)

Немає.

14 Шкала оцінювання: національна та ECTS і критерії оцінювання до визначення рівня знань і навичок

14.1 Шкала оцінювання

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за національною шкалою	Визначення назви за шкалою ESTS	ESTS оцінка
90 - 100	Зараховано	Відмінно – відмінне знання лише з незначною кількістю помилок	A
85 - 89		Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками	B
74 - 84		Добре – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	C
70 - 74		Задовільно – непогано, але зі значною кількістю недоліків	D
60 - 69		Достатньо – виконання задовольняє мінімальним вимогам	E
35 - 59	Не зараховано	Незадовільно – потрібно значно попрацювати перед заліком (без повторного вивчення дисципліни)	FX
< 35		Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота (повторне вивчення дисципліни)	F

14.2 Критерії оцінювання:

1) «Відмінно» (90-100 балів) – здобувач демонструє високий рівень знань і навичок. Вільно володіє мовою, граматично правильно формулює речення, має розвинені навички усного та письмового спілкування. Вміє ефективно використовувати лексику та фразеологізми, активно бере участь у дискусіях та має глибоке розуміння культурних аспектів мови.

2. «Дуже добре» (82-89 балів) – здобувач має добрі знання мови, здатний грамотно спілкуватися на основні теми, проте може мати незначні помилки в граматиці або лексиці. Виявляє активність у заняттях, але потребує деякої практики для покращення навичок.

3. «Добре» (74-81 балів) – здобувач володіє основами мови, може висловлювати свої думки, але має помилки в граматиці або лексиці. Спілкування може бути обмеженим, і студент потребує додаткової практики, щоб покращити свої навички.

4. «Задовільно» (64-73 бали) – здобувач має базові знання, але в його мовленні є численні помилки. Спілкується на прості теми, проте не завжди впевнено. Потребує значної роботи для покращення розуміння та використання мови.

5. «Достатньо» (60-63 бали) – здобувач має обмежені знання, що заважає йому впевнено спілкуватися. Можливі серйозні недоліки у використанні граматики та лексики, але базові навички присутні. Вимагає значних зусиль для подальшого навчання.

6. «Незадовільно» (35-59 балів) – здобувач не засвоїв основні знання з дисципліни. Виявляє великі труднощі у спілкуванні, має значні прогалини у граматиці та словниковому запасі. Необхідна серйозна додаткова робота.

7. «Не зараховано» (0-34 бали) – здобувач не продемонстрував належного рівня знань і навичок. Відсутність активності, участі у навчанні або не виконання завдань. Необхідне повторне навчання з дисципліни.

15. Методичне забезпечення

1. Kolosova, H. A., Narodovska, O. M. Professional English: Marketing communication [Electronic resource] : study e-book for students of specialty 075 "Marketing". Kyiv : Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, 2021. 88 p.
2. Simkova, I., Kozubska, I., Medvedchuk, A., Tuliakova, K. Professional English for Future Marketing Specialists [Electronic resource] : study e-book for master’s degree students of marketing. Kyiv : Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, 2021. 172 p.
3. Business negotiations» («Ділові переговори»): Методичні рекомендації з англій-ської мови для студентів усіх спеціальностей / укладачі: А.О. Колесник, М.І. Крупей, О.О. Мануєнкова, О.М. Муравйова, Л.А. Подворна, І.В. Удовенко. Х. : ДБТУ, 2023. – 90 с.

16. Рекомендована література

Основна література:

3. Kotler, P., Armstrong, G. *Principles of Marketing.* 17th ed. Harlow : Pearson Education Limited, 2018. 736 p.
4. Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing Management.* 15th ed. Harlow : Pearson Education Limited, 2016. 714 p.
5. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. *Digital Marketing.* 7th ed. Harlow : Pearson Education Limited, 2019. 576 p.
6. Jobber, D., Ellis-Chadwick, F. *Principles and Practice of Marketing.* 9th ed. London : McGraw-Hill Education, 2019. 912 p.
7. Blythe, J. *Essentials of Marketing.* 6th ed. Harlow : Pearson Education Limited, 2016. 408 p.
Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. *Market Leader. Upper Intermediate. Course Book.* 3rd ed. Harlow : Pearson Education Limited, 2011. 176 p.

8. Mascull, B. *Business Vocabulary in Use. Intermediate*. 3rd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2017. 176 p.
9. Mascull, B. *Business Vocabulary in Use. Advanced*. 3rd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2017. 176 p.

Допоміжна література:

10. Godin, S. This Is Marketing. New York : Portfolio, 2018. 288 p.
11. Ryan, D. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. 4th ed. London : Kogan Page, 2020. 296 p.
12. Keller, K. L. Strategic Brand Management. 4th ed. Harlow : Pearson Education Limited, 2013. 608 p.
13. Solomon, M. R. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. 12th ed. Harlow : Pearson Education Limited, 2018. 640 p.
Hollensen, S. Global Marketing. 8th ed. Harlow : Pearson Education Limited, 2017. 808 p.
14. Marketing English. English for the Best Professionals. Kyiv : LangLover, 2025. 108 p.
Farrall, C., Lindsley, M. Professional English in Use Marketing. Cambridge : Cambridge University Press, 2008. 144 p.

17. Електронні інформаційні ресурси

1 British Council. Learning English : website. URL: https://learnenglish.britishcouncil.org
2. BBC Learning English. Business English : website. URL: https://www.bbc.co.uk/learningenglish
3.Cambridge University Press. Business English resources : website. URL: https://www.cambridge.org
4.Oxford University Press. Oxford Learner's Dictionaries : website. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com
5. Merriam-Webster. Online Dictionary : website. URL: https://www.merriam-webster.com
6. Investopedia. Financial and marketing terms : website. URL: https://www.investopedia.com
7. Coursera. Business English courses : website. URL: https://www.coursera.org
8. edX. Professional English courses : website. URL: https://www.edx.org
9. Grammarly. Online writing assistant : website. URL: https://www.grammarly.com
10. Google Scholar. Search engine for scholarly literature : website. URL: https://scholar.google.com

18 Зміни і доповнення

Що вилучається з робочої програми	Що вводиться в робочу програму	Дата розгляду кафедрою