

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Кафедра «Іноземна філологія та переклад»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан гуманітарного факультету

Микола ДЕДКОВ

«19» серпня 2024 року



ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 40 Функціональний курс іноземної мови

(шифр і назва навчальної дисципліни)

освітня програма Маркетинг

(назва освітньої програми)

спеціальність 075 Маркетинг

(код і назва спеціальності)

галузі знань 07 Управління та адміністрування

(шифр і назва)

ступінь вищої освіти бакалавр

(назва ступеня вищої освіти)

2024 рік

програма з дисципліни Функціональний курс іноземної мови
(назва навчальної дисципліни)

спеціальності 075 Маркетинг
(код і найменування спеціальності)

освітня програма Маркетинг
(назва освітньої програми (спеціалізації))

Розробник (и): Полежаєв Ю.Г., доцент, кандидат наук з соціальних комунікацій
кафедри «Іноземна мова та переклад»,
Войтенко С.В. старший викладач кафедри «Іноземна філологія та переклад»
(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Програма погоджена:

Завідувач кафедри,

на якій виконується освітній компонент



Наталія ЖУКОВА

(ім'я прізвище)

27.08.

2024 р.

Гарант освітньої програми



Юлія СОКОЛОВА

(ім'я прізвище)

27.08.

2024 р.

Схвалено науково-методичною комісією факультету бізнес-технологій та економіки
(найменування факультету)

Протокол від «29» серпня 2024 року № 2

Голова науково-методичної комісії



Олена ВАСИЛЬЄВА

(ім'я прізвище)

29.08.

2024 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Загальна характеристика

Обов'язковий освітній компонент	
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів	3	
Модулів	2	-
Змістових модулів	1	-
Семестр	8	8
Загальна кількість годин	90	
з них аудиторних:	30	8
лекції	-	-
практичні	30	8
лабораторні	-	-
семінарські	-	-
з них самостійної роботи:	60	82
Форма контролю	Контрольні роботи (КР) залік – 8 семестр	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Програма навчальної дисципліни «Функціональний курс іноземної мови» за професійним спрямуванням” укладена для студентів всіх спеціальностей, які володіють іноземною мовою на рівні, який відповідає А2 - В1 за ЗЄР (Загально Європейські рекомендації щодо навчання та викладання сучасних мов).

У результаті успішного навчання за програмою даного курсу очікується підвищення рівня володіння мовою до В1+, який є перехідним між рубіжним та просунутим рівнями незалежного користувача мовою.

Програма курсу “ Функціональний курс іноземної мови” враховує сучасні тенденції у вивченні та викладанні мов і базується на таких принципах:

- інтернаціоналізм та плюрилінгвізм
- демократія та рівні права
- новизна
- прозорість та гнучкість
- варіативність
- інтеграція
- інтегроване вивчення дисципліни;
- диференційний підхід;
- комунікативна спрямованість, формування компетентностей через діяльнісний підхід.

3. Завдання вивчення дисципліни

Загальною метою курсу“ Функціональний курс іноземної мови” є формування у студентів комунікативної компетенції, як необхідна для спілкування у знайомих ситуаціях, які зустрічаються в академічному та загально-професійному контекстах. Формування у студентів загальних та професійно-орієнтованих комунікативних мовленнєвих компетентностей (лінгвістичної, соціолінгвістичної та прагматичної) для забезпечення їхнього спілкування в знайомому академічному та професійному середовищі.

4. Пререквізити і постреквізити навчальної дисципліни

Пререквізити: знати граматичні структури, необхідні для гнучкого вираження відповідних функцій та понять, для розуміння та створення текстів в академічній професійній сферах спілкування; правила синтаксису для розуміння та створення текстів в професійній сфері спілкування; лексику (зокрема термінологію), необхідну для спілкування в професійній сферах.

Постреквізити: уміти створювати чіткий, детальний монолог на теми, пов'язані з навчанням та спеціальністю; розуміти автентичні тексти, пов'язані з навчанням та спеціальністю, знаходити необхідну інформацію; писати реферати на основі автентичної літератури з фаху; розуміти основні ідеї та розпізнавати необхідну інформацію в ході обговорень, доповідей, бесід, пов'язаних з темою з навчанням та спеціальністю, загальнонаукового та професійно-орієнтованого характеру; реагувати на основні ідеї та розпізнавати важливу інформацію під час обговорень, дискусій, бесід, пов'язаних із навчанням та спеціальністю.

5. Характеристика навчальної дисципліни

Загальні компетентності:

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.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК16. Здатність реалізовувати маркетингову діяльність підприємства в контексті цілей сталого розвитку.

Очікувані результати навчання:

РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

РН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації іноземною мовою, а також належного використання професійної термінології.

ПРН	ЗК	СК
4	8	6, 7, 14
14	4, 5, 7, 11	4, 14
17	10	1, 12

6. Зміст навчальної дисципліни

Курс складається із двох модулів та одного самостійного змістовного модуля. Порядок, в якому модулі подано в даній Програмі не є обов'язковим та може бути змінено за рішенням викладачів курсу.

Змістовий модуль 1. Пошук і обробка інформації (Searching for and Processing Information). Презентація інформації (Presenting Information)

Тема 1. Branding. Брендинг.

Тема 2. Marketing and Competition. Маркетинг і конкуренція

Тема 3. Customer relation management. Управління відносинами з клієнтами

Тема 4. Customer Behavior. Поведінка клієнтів.

Тема 5. Marketing Research. Маркетингове дослідження.

Тема 6. Marketing Strategies. Маркетингові стратегії.

Тема 7. Campaign Assessment. Оцінка кампанії.

Тема 8. Endorsements and Sponsors. Підтримки та спонсори.

Тема 9. Marketing Enviroments. Маркетингове середовище.

Тема 10. Market Segmentation. Сегментація ринку.

Тема 11. Advertising and Marketing Ethics. Етика реклами та маркетингу.

Контрольна робота

7. Орієнтовний розподіл навчального часу

Зміст, теми	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
Змістовий модуль 1. Пошук і обробка інформації (Searching for and Processing Information). Презентація інформації (Presenting Information)												
Тема 1. Branding. Брендинг.	6		2			4			1,0			8
Тема 2. Marketing and Competition. Маркетинг і конкуренція	10		4			6			0,5			7
Тема 3. Customer relation management. Управління відносинами з клієнтами	6		2			4			0,5			7
Тема 4. Customer Behavior. Поведінка клієнтів.	8		2			6			0,5			7
Тема 5. Marketing Research. Маркетингове дослідження.	10		4			6			1,0			7
Тема 6. Marketing Strategies. Маркетингові стратегії.	8		2			6			0,5			7
Тема 7. Campaign Assessment. Оцінка кампанії.	7		2			5			0,5			8
Тема 8. Endorsements and Sponsors. Підтримки та спонсори.	7		2			5			0,5			7
Тема 9. Marketing Enviroments. Маркетингове середовище.	10		4			6			0,5			8

Тема 10. Market Segmentation. Сегментація ринку.	8		2			6	7.5		1,0			8
Тема 11. Advertising and Marketing Ethics. Етика реклами та маркетингу.	10		4			6	7.5		1,5			8
Разом за 1 змістовий модуль	90		30			60	90		8			82
Разом за 8семестр	90		30			60	90		8			82

8. Види навчальних занять та їх орієнтовний зміст

№ з/п	Тема	Вид занять	Кількість годин
	Змістовий модуль 1. Пошук і обробка інформації (Searching for and Processing Information). Презентація інформації (Presenting Information)		
1	Тема 1. Branding. Брендинг.	практичні	2
2	Тема 2. Marketing and Competition. Маркетинг і конкуренція	практичні	4
3	Тема 3. Customer relation management. Управління відносинами з клієнтами	практичні	2
4	Тема 4. Customer Behavior. Поведінка клієнтів.	практичні	2
5	Тема 5. Marketing Research. Маркетингове дослідження.	практичні	4
6	Тема 6. Marketing Strategies. Маркетингові стратегії.	практичні	2
7	Тема 7. Campaign Assessment. Оцінка кампанії.	практичні	2
8	Тема 8. Endorsements and Sponsors. Підтримки та спонсори.	практичні	2
9	Тема 9. Marketing Enviroments. Маркетингове середовище.	практичні	4
10	Тема 10. MarketSegmentation. Сегментація ринку.	практичні	2
11	Тема 11. Advertising and Marketing Ethics. Етика реклами та маркетингу	практичні	4
	Разом	практичні	30

9. Форми та методи контролю

Методами контролю є: усний контроль (усне опитування), письмовий, тестовий, практична перевірка, а також методи самоконтролю і самооцінки.

Для студентів денної форми навчання: усне опитування на практичних заняттях, тестування, виконання самостійної роботи, презентація наукової доповіді по темі. Для студентів заочної форми навчання: захист контрольної роботи, презентація наукової доповіді по темі.

10. Критерії оцінювання результатів навчання

Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка»¹, контрольні заходи включають в себе вхідний, поточний, рубіжний (модульний, тематичний, календарний), відстрочений, підсумковий та семестровий контроль, а також комплексні контрольні роботи та ректорські контрольні роботи.

¹ Положення про організацію освітнього процесу Національного університету «Запорізька політехніка» / Укладачі: В. Грешта та ін. НУ «Запорізька політехніка», 2024. 42 с.
(https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N405_vid_11.10.24.pdf)

Система контролю знань здобувачів вищої освіти з дисципліни «Іноземна мова» включає в себе поточний та підсумковий контроль.

Вхідний контроль (Placement assessment: formative – summative) має вигляд діагностичного (вхідного) тестуваннята передбачає з'ясування рівня володіння студентами базовими знаннями, вміннями і навичками, їхньої готовності до сприймання нового матеріалу(multiple-choice, interview). За результатами вхідного тестування викладач вносить корективи в організацію навчального процесу, обирає форми індивідуальної роботи, ухвалює рішення щодо технологій групового навчання.

Поточний контроль (Continuous assessment: formative – summative) здійснюється під час практичних занять. Поточний вид контролю має на меті з'ясувати успішність засвоєння навчального матеріалу. На підставі його результатів оперативно вносяться корективи в навчальний процес, визначаються напрями індивідуальної колекційної роботи зі студентами, проводиться педагогічна діагностика чинників складностей.

Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною.

Форми контролю:

- усне опитування студентів (Interviewing);
- залік (Credit – multiple-choice for checking listening comprehension.)

Змістовий модуль 1 Пошук і обробка інформації (Searching for and Processing Information) Презентація інформації (Presenting Information)

Поточний контроль

Тести для перевірки навичок читання/аудіювання таких типів:

- множинного вибору (multiple choice)

- позначення речень, як таких, що відповідають/не відповідають змісту (вірно/невірно) або таких, що взагалі не містять інформації з прочитаного чи прослуханого тексту (not given)

- доповнення речення: заповнення пробілів, підбирання закінчення речення до його початку

- правильне розташування слів у реченні (ordering)

- знаходження відповідності (matching) (абзаців тексту до заголовків, термінів до їх визначень)

Підсумковий контроль:

Контрольна робота

Залік

Поточне тестування та самостійна робота													Сума
Змістовий модуль 1													
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	100
9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	
T8	T9	T10	T11										
9	9	9	10										

T1, T2 ... T9 – теми змістових модулів.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
60 – 100	60 – 100	зараховано
1-59	незадовільно	не зараховано

11. Політика курсу

Під час навчання студенти зобов'язані дотримуватися академічної доброчесності:

- самостійно виконувати навчальні завдання, завдання поточного та підсумкового контролю;

- дотримуватися норм законодавства про авторське право;

- своєчасно вивчати матеріал;

- давати достовірну інформацію про результати власної навчальної діяльності.

- бути терпимим і доброзичливим до однокурсників та викладачів.

12. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки для самостійної роботи студентів з дисципліни “Англійська мова професійного спрямування” за темою "Marketing" для спеціальностей “Маркетинг”, “Організація торгівлі та комерційна логістика ” денної форми навчання/ Укл.: Т.М.Суворова– Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. – 26 с.

13. Перелік навчальної, наукової та довідкової літератури

Основна

1. Evans V., Dooley J., Craig Vickers. Career Paths. Sales and Marketing.- Express Publishing, 2016,book 3.-120p
2. O’Keeffe, M., Lansford, L., Wright, R., Frendo, E., Wright, L. (2018) Business Partner B1. Pearson
3. Hughes J., Nauton J. (2017) Business Result, Intermediate Student’s Book, Oxford Press,pp.160
4. Taylor J, Zeter J.(2011) Carrier Pathes: Business English, Express Publishing.
5. Кострицька С.І., Зуєнок І.І., Швець О.Д, Поперечна Н.В. Англійська мова для навчання і роботи: підручник для студ. вищ. навч. закл.: у 4 т. Т. 1. Спілкування в соціальному, академічному та професійному середовищах = *English for Study and Work: Coursebook in 4 books. Book 1 Socialising in Academic and Professional Environment*; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 162 с.
6. Ягельська Н.В. Європейський мовний портфель для економістів (Проект). К.: Ленвіт, 2004. 56 с.
7. Comfort, J. (1996) *Effective Telephoning*. Oxford: Oxford University Press. 126 p
8. Ellis, M. And Nina O’Driscoll (1992) *Socialising*. Longmann. – 129 p.
9. Dagmar Malíková, Mgr. Jana Malíková. *A Practical English Hand book for Bachelor Students*. Brno University of Technology, Faculty of Electrical Engineering and Communication Department of Languages. Ph Dr. 2016. 63p.
10. Pile Louise. E-mailing. Business Communication Skills. – Delta Publishing, 2004. 64 p.

Texts from textbooks, registration / application forms, forum posts, comments, newsletters, newsletter articles, e-mails, instructions, notices, advertisements, announcements, assessment requirements, telephone conversations, audio-video internet resources and media resources.

Додаткова

1. Cullen, P. (2015) Vocabulary for IELTS. Cambridge University Press
2. Loughed, L. (2018) IELTS. 5th ed. Barron's
3. Rosenberg, M. (2018). Business English: Communicative activities. Express Publishing

Інформаційні ресурси

1. Anderson, Ch. (2016) TED's secret to great public speaking. URL: https://www.ted.com/talks/chris_anderson_ted_s_secret_to_great_public_speaking?referrer=playlist-how_to_make_a_great_presentation
2. Ariely, D. (2012) What makes us feel good about our work? URL: https://www.ted.com/talks/dan_ariely_what_makes_us_feel_good_about_our_work?referrer=playlist-talks_to_watch_before_a_job_in.
3. The 31 best LinkedIn profile tips for job seekers. URL: <https://www.themuse.com/advice/linkedin-profile-tips>.
4. Cuddy, A. (2012) Your body language may shape who you are. URL: https://www.ted.com/talks/amy_cuddy_your_body_language_may_shape_who_you_are?referrer=playlist-before_public_speaking
5. Duarte, A. (2011) The secret structure of great talks. URL: https://www.ted.com/talks/nancy_duarte_the_secret_structure_of_great_talks?referrer=playlist-how_to_make_a_great_presentation
6. Easy to Use Job Application Cover Letter Sample Format. URL: <https://www.myenglishteacher.eu/blog/job-application-cover-letter-format/>
7. Formal or Informal? URL: <http://www.businessenglishonline.net/wp-content/uploads/2013/04/Email-English-2nd-Edition-Sample.pdf>
8. Formal / Informal Letters and Emails. URL: https://www.youtube.com/watch?v=MqS_b bq1RzQ?utm_campaign=tedsread&utm_medium=referral&utm_source=tedcomshare
9. Greetings and Closings for Formal Email Messages in English. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=BfZ5nxi57GE>
10. Hartley, R. (2015) Why the best hire might not have the perfect resume. URL: https://www.ted.com/talks/regina_hartley_why_the_best_hire_might_not_have_the_perfect_resume?referrer=playlist-talks_to_watch_before_a_job_in
11. Heedlee, C. (2015) 10 ways to have a better conversation. URL: https://www.ted.com/talks/celeste_headlee_10_ways_to_have_a_better_conversation?referrer=playlist-talks_to_watch_before_a_job_in
12. How do I create a good LinkedIn profile? URL: <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/112133/how-do-i-create-a-good-linkedin-profile-?lang=en>
13. Kowan, J. (2013) How I beat stage fright. URL: https://www.ted.com/talks/joe_kowan_how_i_beat_stage_fright?referrer=playlist-before_public_speaking
14. Levitin, D. (2015) How to stay calm when you know you'll stressed. URL:

https://www.ted.com/talks/daniel_levitin_how_to_stay_calm_when_you_know_you_ll_be_stressed?referrer=playlist-talks_to_watch_before_a_job_in

15. LinkedIn networking: how to cultivate meaningful connections online
<https://www.topresume.com/career-advice/meaningful-linkedIn-network-connections>

16. McCandless, D. (2010) The beauty of data visualization. URL:
https://www.ted.com/talks/david_mccandless_the_beauty_of_data_visualization?referrer=playlist-how_to_make_a_great_presentation.

17. Marshall, M. (2012) Talk nerdy to me. URL:
https://www.ted.com/talks/melissa_marshall_talk_nerdy_to_me?referrer=playlist-before_public_speaking.

18. Personal Profile Builder and CV Builder. URL:
<http://www.onestopenglish.com/esp/human-resources/personal-profile-and-cv-builder/>

19. The Presentation. URL:
<https://www.englishclub.com/speaking/presentation.htm>.