



СИЛАБУС

навчальної дисципліни (обов'язкова)

Функціональний курс іноземної мови

Обсяг освітнього компоненту

(3 кредити /90годин)

Освітня програма «Маркетинг»
Першого рівня вищої освіти
Спеціальність – 075 «Маркетинг»

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



Жукова Наталія Михайлівна, доцент,

Кандидат філологічних наук

Контактна інформація:

- 7698248;

- *e-mail*nmzhukova2@gmail.com;

- *головний, ауд. 348*

Час і місце проведення консультацій:

За розкладом, online

ОПИС КУРСУ

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.

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

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.

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

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ 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.

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
Змістовий модуль 2. Пошук і обробка інформації (Searching for and Processing Information)		
1		Тема 1. Branding. Брендинг.
2		Тема 2. Marketing and Competition. Маркетинг і конкуренція
3		Тема 3. Customer relation management. Управління відносинами з клієнтами
4		Тема 4. Customer Behavior. Поведінка клієнтів.
5		Тема 5. Marketing Research. Маркетингові дослідження.
6		Тема 6. Marketing Strategies. Маркетингові стратегії.
9		Тема 7. Campaign Assessment. Оцінка кампанії.
10		Тема 8. Endorsements and Sponsors. Підтримка та спонсори.
11		Тема 9. Marketing Enviroments. Маркетингове середовище.
12		Тема 10. Market Segmentation. Сегментація ринку.
13		Тема 11. Advertising and Marketing Ethics. Етика реклами та маркетингу.

САМОСТІЙНА РОБОТА

Самостійна роботи з дисципліни «Іноземна мова» спрямована на активізацію засвоєння студентами знань, стимулювання прагнення до засвоєння нової інформації, формування здатності творчого опрацювання навчального матеріалу для підготовки до контрольних заходів та застосування у подальшій роботі. Зміст самостійної роботи з дисципліни «Іноземна мова» полягає у: опрацюванні студентами матеріалу, які були прочитані



напередодні з використанням рекомендованої літератури; опрацювання студентами розділів програми, які не висвітлюються на заняттях; виконання розв'язання завдань-вправ, які виносяться для додаткового домашнього опрацювання матеріалу з тем курсу; підготовки додаткового матеріалу у вигляді стислої доповіді з проблемних питань дисципліни для обговорення під час практичних занять з використанням сучасних інформаційних технологій; підготовки контрольної роботи для студентів заочного відділення; підготовки до поточного та підсумкового контролю.

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Тема 1. Branding. Брендинг.	4
2	Тема 2. Marketing and Competition. Маркетинг і конкуренція	6
3	Тема 3. Customer relation management. Управління відносинами з клієнтами	4
4	Тема 4. Customer Behavior. Поведінка клієнтів.	6
5	Тема 5. Marketing Research. Маркетингові дослідження.	6
6	Тема 6. Marketing Strategies. Маркетингові стратегії.	6
7	Тема 7. Campaign Assessment. Оцінка кампанії.	5
8	Тема 8. Endorsements and Sponsors. Підтримка та спонсори.	5
9	Тема 9. Marketing Enviroments. Маркетингове середовище.	6
10	Тема 10. Market Segmentation. Сегментація ринку.	6
11	Тема 11. Advertising and Marketing Ethics. Етика реклами та маркетингу	6
12	Разом	60

РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

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.

2. Evans V., Dooley J., CraigVickers. CareerPaths. Sales and Marketing. Express Publishing, 2016. 120p

3. O'Keeffe, M., Lansford, L., Wright, R., Frendo, E., Wright, L. (2018) Business Partner B1. Pearson

4. Hughes J., Nauton J. (2017) Business Result, Intermediate Student's



Book, Oxford Press, pp.160

5. Taylor J, Zeter J.(2011) *Carrier Pathes: Business English*, Express Publishing.

6. Костицька 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.

7. Ягельська Н.В. Європейський мовний портфель для економістів. К.: Ленвіт, 2004. 56 с.

8. Comfort, J. (1996) *Effective Telephoning*. Oxford: Oxford University Press. 126 p.

9. Cottrell S. (1999) *The Study Skills Handbook*. London: Macmillan PressLtd. 145 p.

10. Ek, J.A. van, J.L.M.Trim (2001) *Vantage*. Cambridge: Cambridge University Press. 187 p

11. Evans, V. (1998) *Successful Writing*. Blackpill: Express Publishing. 116 p.

ОЦІНЮВАННЯ

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.

¹Положення про організацію освітнього процесу Національного університету «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.

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

Поточний контроль проводиться під час аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

При організації навчального процесу в НУЗП передбачено проведення контрольних заходів, які включають у себе *вхідний, поточний, рубіжний та семестровий* контроль.

Вхідний контроль (*Placement assessment: formative – summative*) має вигляд діагностичного (вхідного) тестування та 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);
- рубіжний контроль (Interim assessment);
- 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

ПОЛІТИКИ 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.



ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

- при вивченні курсу політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка»
https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle.