

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**
Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT)

Кафедра іноземної філології та перекладу

ЗАТВЕРДЖЕНО
Постанова вченої ради
19.06.2023
протокол № 08, п. 8

ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказ від 19.06.2023 № 82

**ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ
PROFESSIONAL COMMUNICATION IN FOREIGN LANGUAGE**

РОБОЧА ПРОГРАМА

Ступінь вищої освіти	«магістр» /	master
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування» /	Management and Administration
Спеціальність	075 «Маркетинг» /	Marketing
Освітня програма	«Маркетинг»/	Marketing

Розробник: Нечипоренко Віолета, кандидат філологічних наук, доцент

Гарант освітньої програми «Маркетинг» – Ірина Поліщук, доктор економічних наук, професор

Обговорено та схвалено на засіданні кафедри іноземної філології та перекладу 30 травня 2023р. пр. № 05; на засіданні вченої ради обліково-фінансового факультету 22 червня 2023р. пр. № 06.

Рецензенти: Терещенко Лілія, кандидат філологічних наук, доцент
Тимощук Володимир, директор ТОВ «Поділля-Т»

Редактор: Фатєєва Т.
Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 03.07.2023 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,33.
Обл.-вид. арк. 1,01. Тираж 2. Зам. № 344.

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ:

Мета вивчення дисципліни

Дисципліна «Професійна комунікація іноземною мовою» входить до блоку обов'язкових компонентів освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого рівня вищої освіти. Робоча програма зорієнтована на формування професійної комунікативної компетентності як мовної поведінки, що є специфічною для академічного і професійного середовища.

Основною **метою** вивчення курсу є формування в магістрів загальних та професійно орієнтованих комунікативних мовленнєвих компетентностей (лінгвістичної, соціолінгвістичної і прагматичної) для забезпечення їхнього ефективного спілкування в академічному та професійному середовищі. Дисципліна також має на меті розвиток та формування соціальних навичок (soft skills), необхідних для успішного входження в професійне, у тому числі й міжнародне, середовище. Дисципліна дає змогу залучити магістрів до таких академічних видів діяльності, які активізують і далі розвивають увесь спектр їхніх пізнавальних здібностей, зміцнюють впевненість як користувачів мови, а також формують їхнє позитивне ставлення до самоосвіти.

Зміст дисципліни, використання комунікативно-орієнтованих методів та форм роботи зі студентами підпорядковано основним **завданням** курсу:

- оволодіння граматичними структурами та мовними формами, властивими професійному та академічному мовленню;
- розширення діапазону словникового запасу (у тому числі й метамовного) для успішної комунікації в професійному середовищі;
- сучасне розуміння різних корпоративних культур в конкретних професійних контекстах і те, яким чином вони співвідносяться одна з одною;
- правильне поводження у типових міжмовних та міжкультурних академічних, професійних і повсякденних ситуаціях, навчати правил взаємодії між людьми у соціумі;
- ефективна робота з іншомовною інформацією (добір необхідної інформації різних іншомовних джерел, зокрема з фахової літератури та електронних баз, критичний аналіз й інтерпретація отриманих даних, впорядкування, класифікація й систематизація);
- створення сприятливого освітнього середовища для самоосвіти;
- розвиток соціальних навичок (робота в команді, креативність, критичне мислення).

Результати вивчення навчальної дисципліни, її місце в освітньому процесі

Дисципліна «Професійна комунікація іноземною мовою» базується на поєднанні практичних занять та самостійної роботи здобувачів ОС «магістр» і є необхідною складовою частиною опанування спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг».

Результатом вивчення навчальної дисципліни «Професійна комунікація іноземною мовою» для освітньої програми «Маркетинг» є формування комплексу компетентностей:

- інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог

- загальні компетентності:

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

- спеціальні (фахові) компетентності:

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання здобувачів з навчальної дисципліни «Професійна комунікація іноземною мовою» полягають:

Р 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

Міждисциплінарні зв'язки: програма упорядкована відповідно до анотації освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів та магістрів, базується на вивченні таких нормативних дисциплін, як «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Іноземна мова спеціальності». Вхідний рівень володіння мовою B₁+

Критерії оцінювання результатів навчання

Рівні компетентності	За шкалою ДТЕУ	Критерії оцінювання
1	2	3
Високий (дослідницький)	90-100	<p>Має ґрунтовні та всебічні знання з дисципліни «Професійна комунікація іноземною мовою», оволодіє відповідною термінологією; знає основні стратегії та функції публічних виступів, дотримується в усному та письмовому мовленні жанрової та функціональної специфіки наукового дискурсу; здійснює письмову та усну презентацію науково-проектної роботи іноземною мовою із дотриманням лексико-граматичних особливостей іномовного наукового тексту; вірно оформлює іномовну кореспонденцію для працевлаштування, документацію на здобуття грантів (Project Statement, Grant Proposal), вільно веде електронну кореспонденцію (факси, email); самостійно знаходить додаткові джерела інформації та може визначити їх новизну та актуальність; виконує завдання у повному обсязі з мінімальною кількістю помилок і неточностей, що свідчить про: досконале засвоєння матеріалу; відмінне володіння мовленнєвими навичками; аргументоване й логічне викладення змісту в усній формі; виявлення творчих здібностей у процесі засвоєння та користування іноземною мовою; розуміння загальних гуманітарних основ академічного письма; здатність обрати оптимальні способи комунікації, орієнтовано на слухача /читача, аналізувати робочі ситуації щодо доцільності використання певних мовних форм та комунікативних стратегій.</p>
Достатній (частково-пошуковий)	82-89	<p>Добре володіє знаннями щодо жанрово-видових особливостей професійної комунікації, оптимальних способів викладу різних видів інформації іноземною мовою, вміє аналізувати робочі ситуації щодо доцільності використання певних мовних форм та комунікативних стратегій; проявляє ініціативність у підготовці до заняття, належним чином та в повному обсязі виконує завдання, що містить окремі (лексичні / граматичні / стилістичні / орфографічні / фонетичні) помилки, що свідчить про: добре володіння практичними навичками та вміннями професійної комунікації іноземною мовою; аргументовано й логічно розкриває більшість основних положень теми; виявляє розуміння змісту понять; дає адекватні за змістом та лінгвістичним оформленням відповіді на поставлені питання; добре володіє способами формування та формулювання думок, реалізації мовної норми у різних видах мовленнєвої діяльності, комунікативних ситуаціях і сферах спілкування.</p>

	75-81	Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом щодо критеріїв вибору оптимальних способів іншомовної професійної комунікації; в повному обсязі виконує завдання, хоча допускається окремих помилок, особливо за умов, що містять додаткові труднощі для перекладу, дає адекватні, але неповні за змістом та лінгвістичним оформленням відповіді на поставлені питання.
Елементарний (репродуктивний)	69-74	Неповністю виконує завдання, допускається певної кількості помітних помилок у змісті та вербальному оформленні, що загалом свідчить про: низький рівень іншомовних знань, недостатню сформованість мовленнєвих та комунікативних навичок, які задовольняють мінімальні критерії; відсутність розуміння змісту основних фахових понять, погане володіння термінологічним апаратом; недостатньою мірою виявлену активність в комунікативних ситуаціях та неналежну старанність під час виконання індивідуальних завдань і самостійної роботи; відсутність творчого підходу в опануванні змісту дисципліни, переважно репродуктивний характер навчальної роботи.
	60-68	Ознайомлений з загальним змістом навчального матеріалу, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні комунікативні завдання за зразком, допускається великої кількості помилок у оформленні академічних текстів, що свідчить про недостатню сформованість мовленнєвих, лінгвістичних чи комунікативних компетентностей.
Низький (фрагментарний)	35-59	Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів, плутається щодо різновидів наукових та фахових текстів, невірно обирає форми мовного представлення фахової інформації, деякі завдання залишаються невиконані в повному обсязі або містять велику кількість суттєвих помилок, що в цілому свідчить про: оволодіння програмним матеріалом на рівні елементарного розпізнання; відсутність системного розуміння структури мови та сформованих мовленнєвих умінь і навичок; поверхове розуміння і пояснення змісту понять, термінів, окремих питань, які розглядалися; пасивність під час обговорення питань теми на аудиторних заняттях; відсутнє виконання завдань для самостійної роботи.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів про окремі види іншомовної комунікації, здійснює спроби фахового мовлення іноземною мовою, що суттєво обмежені за часовими, мовленнєвими, лінгвістичними аспектами і не забезпечують адекватну передачу змісту висловлення.

Здобувачі вищої освіти, які повністю виконали програму дисципліни та набрали достатню кількість балів, отримують підсумкову оцінку без опитування чи виконання екзаменаційного завдання (згідно з Положенням Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти №12 від 07.02.2022).

У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування відповідно до завдань встановленого зразка.

Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80:20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переведу поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.

Здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового (семестрового) контролю, має право звернутися із проханням переглянути оцінку, одержану на екзамені (згідно Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів № 32 від 07.02.2022).

Обсяг дисципліни в кредитах та його розподіл

Обсяг дисципліни (кредитів ЕКТС): 6 кредитів – 180 годин, 56 годин практичних занять, 124 години самостійної роботи здобувачів вищої освіти.

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю
	Усього годин/кредитів	З них			
		лекції	практ.	СРС	
Unit 1. International academic conferences on Marketing and Advertising	36	-	12	24	
1. Conference announcements	6	-	2	4	ПЗ, УО
2. Calls for papers	6	-	2	4	УО, Т
3. Academic and professional events in marketing and advertising	6	-	2	4	ПО, ІЗ, УО
4. Arriving at the conference	6	-	2	4	ПЗ, П, Р
5. Socialising	6	-	2	4	КТ, ПЗ, УО
6. Troubleshooting	6	-	2	4	П, ІЗ
Unit 2. University teaching, learning and research majoring in Marketing	21	-	6	15	
7. Teaching and learning at higher education institutions	7	-	2	5	ПЗ, Р, ІЗ
8. Virtual learning environments	7	-	2	5	КТ, ПЗ, УО
9. University research	7	-	2	5	П, УО
Unit 3. Academic publications on Marketing / International Marketing	14	-	4	10	
10. Publishing matters. Types of reference styles (APA, etc.)	7	-	2	5	УО, ІЗ, К
11. Research reports	7	-	2	5	ПЗ, П, Р
Unit 4. International cooperation. Strategies for changing Marketing	14	-	4	10	
12. International cooperation programmes	7	-	2	5	ПО, ІЗ, УО
13. Grants	7	-	2	5	ІЗ, Т
Unit 5. Marketing and International Marketing Networking	18	-	6	12	
14. Being in charge	6	-	2	4	УО, ІЗ, КТ
15. Discussing matters	6	-	2	4	ПЗ, П, Р
16. Making arrangements	6	-	2	4	П, ІЗ
Unit 6. In the audience	14	-	4	10	
17. Your participation is welcome	7	-	2	5	Т, УО
18. The three golden rules of research ethics	7	-	2	5	ПО, ІЗ, УО

Unit 7. Presentation skills for marketers	18	-	6	12	
19. What makes a good presentation?	6	-	2	4	ПО, ІЗ, УО
20. Structuring your presentation	6	-	2	4	УО, ІЗ
21. The role of visuals in presentation	6	-	2	4	УО, ІЗ, КТ
Unit 8. Academic correspondence	24	-	8	16	
22. Types of letters	6	-	2	4	УО, ІЗ
23. Organising a reference letter	6	-	2	4	ПО, ІЗ, УО
24. Proposal for partnership	6	-	2	4	П, ІЗ
25. A covering letter for a grant proposal	6	-	2	4	УО, ІЗ, КТ
Unit 9. Writing a summary	21	-	6	15	
26. What makes a good summary?	7	-	2	5	УО, ІЗ
27. Writing an abstract	7	-	2	5	ПЗ, П, Р
28. Describing visual data	7	-	2	5	УО, ІЗ
Разом	180	-	56	124	
Підсумковий контроль – екзамен					

Умовні позначення:

УО – усне опитування;

ПО – письмове опитування;

Т – тестування;

Р – реферат;

ІЗ – індивідуальне завдання;

КТ – комп’ютерне тестування;

ПЗ - письмове завдання;

К – кейс;

П – проект.

II. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Unit 1. International academic conferences on Marketing and Advertising

Conference announcements. Skimming conference announcements for the gist. Scanning conference announcements for key details. Calls for papers. Structure of calls for papers. Skimming and scanning conference texts more confidently. Common conference collocations and prepositions. Academic and professional events. Texts on a variety of academic events and conference sessions. Finding specific information and transferring it to a table. Arriving at the conference. Getting around. Collocations typically used in a situation at a reception desk. Socialising. Greetings and introductions. Starting and keeping a conversation going. Showing interest and reacting to news. Inviting. Paying and receiving compliments. Saying thank you, sorry and goodbye. Troubleshooting. Dealing with technical problems. Identifying the person in charge. Dealing with misleading numbers.

Unit 2. University teaching, learning and research majoring in Marketing

Teaching and learning at higher education institutions. International words in science and technologies. Discourse markers of cohesion in academic texts. . Virtual learning environments. Open source e-learning: In the Moodle. Advantages and disadvantages of different learning platforms. University research. Research Areas. Phrases that include an evaluation in academic texts.

Unit 3. Academic publications on Marketing / International Marketing

Publishing matters. Types of reference styles (APA, etc.). Popular science articles. Research reports. Research report elements. Tips and recommendations on writing a research report.

Unit 4. International cooperation. Strategies for changing Marketing

International cooperation programmes. Background of the international programme territory. Participants. General aim. Causes of existing problems. Grants. Activities that may be supported by a grant. Grant proposal. Project phase.

Unit 5. Marketing and International Marketing Networking

Being in charge. Initiating a conversation. Referring to the context of the previous meeting. Introducing oneself. Asking for opinion. Expressing opinion. Changing the topic. Making arrangements for the future. Asking for clarification. Confirming information. Discussing matters. Arriving at the consensus. Making arrangements. Exchanging contacts. Thanking someone for something. Saying goodbye at the end of a first conversation.

Unit 6. In the audience

Your participation is welcome. The difference between a lecture and a presentation. Presentation overview. The three golden rules of research ethics. Five things that make up 'accuracy in research'. Unethical behavior in academic world.

Unit 7. Presentation skills for marketers

What makes a good presentation? Presentation criteria. Presentation goals. Structuring your presentation. Giving your lecture a title. Beginning your presentation. Supporting your ideas. Concluding a presentation. The role of visuals in presentation. Slides Checklist. Before answering a question. Dealing with difficult questions. Ending a question and answer session. Academic culture checklist.

Unit 8. Academic correspondence

Types of letters. Formal style. Organising an email / a letter. Organising a reference letter. Describing personal qualities. Paper and online references. Proposal for partnership. Structuring a proposal for partnership. Information about your institution/department. benefits of potential partnership. A covering letter for a grant proposal. Structuring a covering letter. Contact information. The reasons for funding. Thanking the funder. Introducing your organization. Describing the purpose of your project.

Unit 9. Writing a summary

What makes a good summary? Organising a summary. Topic sentences. Project summaries. Polishing an executive summary. Writing an abstract. Make your abstract cohesive. Linking words. Describing research. Abstracts from different fields of study. Describing visual data. Types of visual. Features of descriptions of visual information. Writing about trends.

Структура навчальної дисципліни

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час здобувача, год
1	2	3
Unit 1. International academic conferences on Marketing and Advertising		
<ul style="list-style-type: none"> - to indicate basic features of conference announcements; - to know key vocabulary for writing conference announcements; - to recognize the typical structure of calls for papers; - common conference collocations and prepositions; - to scan conference programmes for relevant information; - to identify the main point or important information; - guess the meaning of unknown words from context; - to understand and use the vocabulary of conference announcements 	<p>Practical lesson 1.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conference announcements. 2. Skimming conference announcements for the gist. 3. Scanning conference announcements for key details. <p>Recommended reading: Sources: 1, 3, 5, 6, 7 Materials: 8-17, 22, 24 Internet sources: 26, 27, 30</p>	2
	<p>Self-study:</p> <p>perusing additional resources; practicing writing conference announcements; preparing tasks for the group mates; analyzing real conference announcements online</p>	4
<ul style="list-style-type: none"> - to indicate types of academic and professional events and types of texts on a variety of academic events; - to identify the function of intonation to signal the information structure of utterances (requests); - to scan conference programmes for relevant information; - to understand and use the vocabulary of conference announcements; - to extract detailed and specific information from short conversations at arrivals hall and at a hotel reception desk 	<p>Practical lesson 2.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calls for papers. 2. Structure of calls for papers. 3. Skimming and scanning conference texts more confidently. 4. Common conference collocations and prepositions <p>Recommended reading: Sources: 1, 3, 5, 6, 7 Materials: 8-17, 22, 24 Internet sources: 26, 27, 30</p>	2
	<p>Self-study:</p> <p>perusing additional resources; practicing writing a call for papers; preparing tasks for the group mates; analyzing different presentation formats and past conference experiences</p>	4

<ul style="list-style-type: none"> - to identify types of academic and professional events and types of texts on a variety of academic events; to scan conference programmes for relevant information; - to identify the main point or important information - to guess the meaning of unknown words from context; - to understand and use the vocabulary of conference announcements 	<p>Practical lesson 3.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Academic and professional events in Marketing and advertising. 2. Texts on a variety of academic events and conference sessions. 3. Finding specific information and transferring it to a table. <p>Recommended reading: Sources: 1, 3, 5, 6, 7 Materials: 8-17, 22, 23 Internet sources: 26, 27</p>	2
<ul style="list-style-type: none"> - to determine the function of intonation to signal the information structure of utterances (requests); - to use a variety of clues to predict the language and the content of listening; - to extract detailed and specific information from short conversations at arrivals hall and at a hotel reception desk 	<p>Practical lesson 4.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Arriving at the conference. 2. Getting around. 3. Collocations typically used in a situation at a reception desk. <p>Recommended reading: Sources: 1-3, 5, 7 Materials: 8-18, 22 Internet sources: 26, 27, 30</p>	2
<ul style="list-style-type: none"> - to determine conventional formulae for socializing events; - to use general algorithms of dealing with troubles at a conference, in a hotel, etc. - to infer information based on what learners heard; - to follow a partner in conversations; - to introduce themselves and others in formal and informal contexts; - to start a conversation and keep it going; - to show interest and react to news; - to invite people, accept or decline invitations; - to pay and receive compliments; - to thank people, apologise and say goodbye 	<p>Practical lesson 5.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Socialising. 2. Greetings and introductions. 3. Starting and keeping a conversation going. 4. Showing interest and reacting to news. 5. Inviting. 6. Paying and receiving compliments. 7. Saying thank you, sorry and goodbye. <p>Recommended reading: Sources: 1, 2, 5 Materials: 8-18 Internet sources: 26, 27, 30</p>	2
	<p>Self-study: creating a timeline for a conference; perusing additional resources;</p>	4
	<p>Self-study: selecting video clips and film episodes that illustrate getting around, checking in. etc.</p>	4
	<p>Self-study: Compiling a table on the topic: “Verbal and non-verbal clues and their types”.</p>	4

<ul style="list-style-type: none"> - to identify general algorithms of dealing with troubles at a conference, in a hotel, etc. - to use a variety of clues to predict the content of listening; - to recognise the communicative functions of utterances according to situations, participants and goals; - to extract specific and detailed information; - to infer the meaning of unknown words from a listening text 	<p>Practical lesson 6.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Troubleshooting. 2. Dealing with technical problems. 3. Identifying the person in charge. 4. Dealing with misleading numbers. <p>Recommended reading: Sources: 1-5 Materials: 8-18, 20 Internet sources: 26, 27, 28, 30</p>	2
	<p>Self-study: perusing additional resources; preparing tips for the group mates on how to deal with technical problems (a leaflet);</p>	4
<p>Unit 2. University teaching, learning and research majoring in Marketing</p>		
<ul style="list-style-type: none"> - to explore international words widely used in science and technologies; - to identify variety of discourse markers of cohesion in academic texts; - to explain peculiarities of university research programmes; - names of research areas; - phrases that include an evaluation in academic texts; - to recognise the main information in academic texts; - to predict what a text will be about; -to distinguish main ideas from supporting details; - to understand relations between parts of a text through the use of linking words/phrases; - to guess the meaning of new words/expressions from context 	<p>Practical lesson 7.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teaching and learning at higher education institutions. 2. International words in science and technologies. 3. Discourse markers of cohesion in academic texts. <p>Recommended reading: Sources: 5, 6 Materials: 19, 21, 24, 25 Internet sources: 26, 27, 28</p>	2
	<p>Self-study: perusing additional resources; devising a task for group mates on false friends of a translator</p>	5

<ul style="list-style-type: none"> - to know what virtual environment is; - to identify main features of Moodle platform; -to differentiate advantages and disadvantages of different learning platforms; - to recognise the main information in academic texts; - to predict what a text will be about; - to distinguish main ideas from supporting details; - to understand relations between parts of a text through the use of linking words/phrases; - to guess the meaning of new words/expressions from context. 	<p style="text-align: center;">Practical lesson 8.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Virtual learning environments. 2. Open source e-learning: In the Moodle. 3. Advantages and disadvantages of different learning platforms. <p>Recommended reading: Sources: 5, 6 Materials: 19, 21, 24, 25 Internet sources: 26, 27, 28</p>	2
<ul style="list-style-type: none"> - to identify peculiarities of university research programmes, names of research areas, phrases that include an evaluation in academic texts; - to recognise the main information in academic texts; - to predict what a text will be about; - to distinguish main ideas from supporting details; - to understand relations between parts of a text through the use of linking words/phrases; - to guess the meaning of new words/expressions from context 	<p>Self-study: A presentation of a learning platform or on-line course.</p>	5
<ul style="list-style-type: none"> - to identify peculiarities of university research programmes, names of research areas, phrases that include an evaluation in academic texts; - to recognise the main information in academic texts; - to predict what a text will be about; - to distinguish main ideas from supporting details; - to understand relations between parts of a text through the use of linking words/phrases; - to guess the meaning of new words/expressions from context 	<p style="text-align: center;">Practical lesson 9.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. University research. 2. Research Areas. 3. Phrases that include an evaluation in academic texts. <p>Recommended reading: Sources: 5, 6 Materials: 19, 21, 24, 25 Internet sources: 26, 27, 28</p> <p>Self-study: Analysing the sites of different academic institutions; searching for research account on these sites.</p>	2
		5

Unit 3. Academic publications on Marketing / International Marketing		
<ul style="list-style-type: none"> - to rank key types of reference styles; - to identify the structure of abstracts and popular science articles; - to construct types of research reports; - to know key elements of research; 	<p>Practical lesson 10.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Publishing matters. 2. Types of reference styles (APA, etc.). 3. Popular science articles. 4. Compound nouns in academic texts. <p>Recommended reading: Sources: 1, 5, 6 Materials: 9, 14, 19, 21, 24, 25 Internet sources: 26, 27, 28</p>	2
<ul style="list-style-type: none"> - to identify the reader, type and purpose of academic texts - to examine features of academic texts; - to understand similarities and differences between texts; - to understand relations between parts of a text; - to recognise elements of academic texts format; - to recognise and understand compound nouns more readily 	<p>Self-study: pros and cons of Ukrainian standard of compiling reference list (an essay)</p>	5
<ul style="list-style-type: none"> - to identify the types of research reports, key elements of research reports; - to identify the reader, type and purpose of academic texts; - to examine features of academic texts; 	<p>Practical lesson 11.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Research reports. 2. Research report elements. 3. Tips and recommendations on writing a research report. <p>Recommended reading: Sources: 1, 5, 6 Materials: 9, 14, 19, 21, 24, 25 Internet sources: 27, 28</p>	2
<ul style="list-style-type: none"> - to understand similarities and differences between texts; - to clarify the structure of abstracts and popular science articles 	<p>Self-study: Writing an abstract in Ukrainian on the investigated problem basing on English scientific sources.</p>	5

Unit 4. International cooperation. Strategies for changing Marketing		
<ul style="list-style-type: none"> - to know linguistic features of different genre texts on international cooperation; - to identify relations between parts of a text describing grant programmes; - to scan for relevant information; - to summarise information in the form of a table; - to identify text style; - to scan tables of contents of grant documents for information; - to express the main idea of a text on research ethics in one sentence. 	<p>Practical lesson 12.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. International cooperation programmes. 2. Background of the interational programme 3. Territory. 4. Participants. 5. General aim. 6. Causes of existing problems. <p>Recommended reading: Sources: 1, 3-7 Materials: 8-18, 20, 22, 23 Internet sources: 29, 30</p>	2
	<p>Self-study: searching for real cooperation programmes and their analysis.</p>	5
<ul style="list-style-type: none"> - to identify the functions of different types of texts about grant programmes; - to scan tables of contents of grant documents for information; - to identify the register of texts on grants; - to express the main idea of a text on research ethics in one sentence 	<p>Practical lesson 13.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grants. 2. Activities that may be supported by a grant. 3. Grant proposal. 4. Project phase. <p>Recommended reading: Sources: 1, 3-7 Materials: 8-18, 20, 22-24 Internet sources: 27, 31-32</p>	2
	<p>Self-study: searching for real grant proposals and their analysis.</p>	5
Unit 5. Marketing and International Marketing Networking		
<ul style="list-style-type: none"> - to know key vocabulary for socializing and networking; - to extract specific information from short conversations while networking; - to recognise stress and rhythm in spoken English identify key words in utterances; - to identify communicative functions of phrases while listening. 	<p>Practical lesson 14.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Being in charge. 2. Introducing oneself. 3. Initiating a conversation 4. Referring to the context of the previous meeting. 5. Confirming information. <p>Recommended reading: Sources: 1-5 Materials: 8-18, 20, 25 Internet sources: 30</p>	2
	<p>Self-study: Preparing a report on the topic: “How to become a successful communicator?”</p>	4

<ul style="list-style-type: none"> - to identify key vocabulary for socializing and networking; - to extract specific information from short conversations while socialising; - to start a conversation and keep it going; - to show interest and react to news; -to invite people, accept or decline invitations; - to pay and receive compliments; - to thank people, apologise and say goodbye. 	<p>Practical lesson 15.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Discussing matters. 2. Asking for opinion. 3. Expressing opinion. 4. Changing the topic. 5. Making arrangements for the future. 6. Asking for clarification. 7. Arriving at the consensus. <p>Recommended reading: Sources: 1-5 Materials: 8-18, 20, 25 Internet sources: 26, 27, 30</p>	2
<ul style="list-style-type: none"> - to know key vocabulary for socializing and networking; - to recognise stress and rhythm in spoken English; - to build a strategy to identify core ideas in utterances; - to extract specific information while making arrangements; - to identify communicative functions of utterances while listening. 	<p>Self-study: Preparing video content on the topic: “Gender differences in communication”.</p>	4
<ul style="list-style-type: none"> - to know key vocabulary for socializing and networking; - to recognise stress and rhythm in spoken English; - to build a strategy to identify core ideas in utterances; - to extract specific information while making arrangements; - to identify communicative functions of utterances while listening. 	<p>Practical lesson 16.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Making arrangements. 2. How do people develop professional contacts at conferences? 3. Exchanging contacts. 4. Thanking someone for something. 5. Saying goodbye at the end of a first conversation. <p>Recommended reading: Sources: 1-5 Materials: 8-18, 20, 25 Internet sources: 30</p>	2
	<p>Self-study: producing your own business card.</p>	4
Unit 6. In the audience		
<ul style="list-style-type: none"> - to know the difference between a lecture and a presentation; - to extract gist and specific information from oral presentations; - to use a variety of strategies for listening to a presentation; - to use a variety of listening subskills, such as extracting the meaning of unknown words from explanations and examples, discriminating between phrases that sound similar, using a variety of clues 	<p>Practical lesson 17.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Your participation is welcome. 2. The difference between a lecture and a presentation. 3. Presentation overview. <p>Recommended reading: Sources: 1-5, 7 Materials: 8-18, 20, 24 Internet sources: 27, 30</p>	2
	<p>Self-study: analyzing a preferred TED talk</p>	5

<ul style="list-style-type: none"> - to identify three golden rules of research ethics; - to use a variety of subskills to distinguish between relevant and irrelevant information; - to identify key words in longer stretches of speech and use them to understand the gist. - to build a strategy to identify specific words in the flow of speech 	<p>Practical lesson 18.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The three golden rules of research ethics. 2. Five things that make up ‘accuracy in research’. 3. Unethical behavior in academic world. <p>Recommended reading: Sources: 5-7 Materials: 9, 19, 20, 24 Internet sources: 28</p>	2
	<p>Self-study: preparing three ethical problems for discussion at class</p>	5
Unit 7. Presentation skills for marketers		
<ul style="list-style-type: none"> - to identify their strengths and weaknesses as a presenter; - to rank a stock of phrases for presentations; - to know key structural elements of a presentation; - to devise criteria for a successful academic presentation 	<p>Practical lesson 19.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. What makes a good presentation? 2. Presentation criteria. 3. Presentation goals. <p>Recommended reading: Sources: 1-5 Materials: 8-18, 20, 24, 25 Internet sources: 26, 27, 30</p>	2
	<p>Self-study: Preparing an oral presentation of yourself and your scientific research.</p>	4
<ul style="list-style-type: none"> - to use different techniques to open and close a presentation; - to create, use and refer to visuals; - to express opinions and give advice and recommendations 	<p>Practical lesson 20.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Structuring your presentation. 2. Giving your lecture a title. 3. Beginning your presentation. <p>Recommended reading: Sources: 1-5 Materials: 8-18, 23, 24, 25 Internet sources: 27</p>	2
	<p>Self-study: Preparing a group presentation on a project.</p>	4
<ul style="list-style-type: none"> - to use software that helps create proper slides; - to create, use and refer to visuals. 	<p>Practical lesson 21.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The role of visuals in presentation. 2. Slides Checklist. 3. Before answering a question. <p>Recommended reading: Sources: 1-5 Materials: 8-18, 20, 25 Internet sources: 27, 30</p>	2
	<p>Self-study: Preparing an overview of the visual software.</p>	4

Unit 8. Academic correspondence		
<ul style="list-style-type: none"> - to know types of formal letters; - to follow the rules of formal e-mail etiquette; - to distinguish between various types of formal letters; - to organise and structure different types of letter. 	Practical lesson 22. 1. Types of letters. 2. Formal style. Recommended reading: Sources: 1-7 Materials: 9, 11, 19, 24, 25 Internet sources: 26, 27, 29	2
	Self-study: Writing different types of CV.	4
<ul style="list-style-type: none"> - to know types of formal letters; - to follow the rules of formal e-mail etiquette; - to distinguish between various types of formal letters; - to organise and structure different types of letter 	Practical lesson 23. 1. Organising a reference letter. 2. Describing personal qualities. 3. Paper and online references. Recommended reading: Sources: 1-7 Materials: 9, 11, 19, 24, 25 Internet sources: 26, 27, 29	2
	Self-study: Preparing a reference letter for a group mate.	4
<ul style="list-style-type: none"> - to know types of formal letters; - to follow the rules of formal e-mail etiquette; -to distinguish between various types of formal letters; - to organise and structure different types of letter. 	Practical lesson 24. 1. Proposal for partnership. 2. Structuring a proposal for partnership. 3. Information about your institution/department. 4. Benefits of potential partnership. Recommended reading: Sources: 1, 3, 5, 7 Materials: 9, 11, 19, 24, 25 Internet sources: 27, 30	2
	Self-study: Report on the topic: “Types of partnership”	4
<ul style="list-style-type: none"> - to know types of formal letters; - to follow the rules of formal e-mail etiquette; - to distinguish between various types of formal letters; - to organise and structure different types of letter 	Practical lesson 25. 1. A covering letter for a grant proposal. 2. Structuring a covering letter. 3. Contact information. Recommended reading: Sources: 1, 3, 5, 7 Materials: 9, 11, 19, 21, 24, 25 Internet sources: 27, 30	2
	Self-study: Searching for real grants online; preparing a covering letter for the preferred grant.	4

Unit 9. Writing a summary.		
<ul style="list-style-type: none"> - to know structure of an abstract; - to use vocabulary for describing trends and graphs; - to organise a summary; - to evaluate a summary; - to write a summary of an academic article; - to connect parts of an abstract using linking words; - to interpret visuals - to write a short description of trends. 	<p>Practical lesson 26.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. What makes a good summary? 2. Organising a summary. 3. Topic sentences. <p>Recommended reading: Sources: 1, 3, 5, 7 Materials: 9, 11, 19, 21, 24, 25 Internet sources: 27, 30</p>	2
	<p>Self-study:</p> <p>Summarizing, paraphrasing and synthesizing ideas from research journals, articles, dictionaries and Internet resources on your field of knowledge.</p>	5
<ul style="list-style-type: none"> - to know the structure of an abstract; - to connect parts of an abstract using linking words; - to notice particular features of abstracts from different fields of study; - to write an abstract of an article. 	<p>Practical lesson 27.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Writing an abstract. 2. Make your abstract cohesive. 3. Linking words. <p>Recommended reading: Sources: 1, 3, 5, 7 Materials: 9, 11, 21, 24, 25 Internet sources: 27</p>	2
	<p>Self-study:</p> <p>Making a list of words and word combinations based on the texts selected.</p>	5
<ul style="list-style-type: none"> - to use the vocabulary for describing trends and graphs; - to identify the features of descriptions of visual information; - to refer to visuals; - to interpret visuals; - to write a short description of trends 	<p>Practical lesson 28.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describing visual data. 2. Types of visual. <p>Recommended reading: Sources: 1, 3, 5-7 Materials: 9, 11, 19, 21, 24, 25 Internet sources: 27, 30</p>	2
	<p>Self-study:</p> <p>Choose a topic, draw a graph or a diagram and make your own presentation.</p>	5
ВСЬОГО:		180 год. / 6 кредитів

III. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні джерела

1. Академічне письмо: Навчальний посібник / Уклад. Ревуцька С.К., Зінченко В.М. Кривий Ріг: ДНУЕТ ім. Михайла Туган-Барановського, 2019. 130 с.
2. Болдирєва А.Є., Раєвська І.В. Англійська мова. Академічне письмо. Академічна доброчесність: метод. вказівки. Одеса: Видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2021. 40 с.
3. Bailey S. The Essentials of Academic Writing for International Students. Routledge, 2015. 246 p.
4. Hewings M., Thaine C. Cambridge Academic English. An Integrated Skills Course for EAP. Student's Book. Advanced. London: Cambridge University Press, 2018. 176 p.
5. McCarthy M., O'Dell F. Academic Vocabulary in Use. Vocabulary reference and practice. Second edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2016. 173 p.
6. Powell M. Dynamic Presentations. Cambridge University Press, 2016. 96 p.
7. Tamzen A. Cambridge English for Scientists. Cambridge University Press, 2017. 108 p.

Додаткові джерела

8. Англо-український словник наукового мовлення / укладач: Жуковська В.В. Житомир: Вид. О. О. Євенок, 2019. 88 с.
9. Болайто Р., Вест Р. Інтернаціоналізація українських університетів у розрізі англійської мови: Проект «Англійська мова для університетів». К.: «Видавництво «Сталь», 2017. 154 с.
10. Гладь С.В., Терещенко Л.Я. Challenges and perspectives of digitalized communication. *Актуальні питання іноземної філології*. 2021. Вип. 15. С. 22 – 29.
11. Іваницька Н.Б. Реалізація комунікативної стратегії переконання в різномовних наукових статтях: зіставний аспект. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71). № 1. Ч. 1. С. 220 – 228.
12. Іваницька Н.Б. Сучасні стратегії перекладу наукового тексту. *Наукові записки Кіровоградського державного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Філологічні науки*. Кіровоград: Видавець Лисенко В.Ф., 2016. С. 54 – 58.
13. Іваницька Н.Б., Іваницька Н.Л., Нечипоренко В.О. Стратегії наукового дискурсу: поліпарадигмальний вимір. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. Kosice. 2020. Vol. 8. No. 3. P. 90 – 94.

14. Ільченко О.М. Англійська для науковців. The Language of Science: Підручник. Видання четверте, доопрацьоване. К.: Наук. думка, 2016. 338 с.
15. Романюк С., Денисюк Л., Данілова Н. Формування комунікативної компетентності здобувачів-маркетологів під час вивчення англійської мови. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія»*. 2022. Вип. 13(81). С. 104–107.
16. Dudley-Evans, T. *Developments in English for Specific Purposes: A multi-disciplinary approach*. Cambridge University Press, 2016. 234 p.
17. Ільченко О. М., Крамар Н. А. English for Academic Purposes: Keeping up with the Times. *STUDIA LINGUISTICA*, 2020. Вип. 16. С. 40-57.
18. Jordan R. *English for Academic Purposes*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019. 160 p.
19. McCarthy M., O’Dell F. *Academic Vocabulary in Use. Vocabulary reference and practice. Second edition*. Cambridge: Cambridge University Press, 2016. 173 p.
20. *Skills for Effective Writing. Level 4. Student's Book*. Cambridge University Press, 2015. 99 p.
21. Swick E. *English Sentence Builder*. Mc Grawe Hill, 2017. 202p.
22. Templeton M. *Public Speaking and Presentations*. USA: The McGraw-Hill Companies, 2015. 272 p.
23. Tymoshchuk N. The Implementation of E-Learning to Support Learning and Teaching Foreign Language: A Case Study in Ukrainian Higher Education. *Arab World English Journal*. January 2022. P. 233 – 244.
24. Wallwork A. *English for Academic Research: Vocabulary Exercises*. Springer, 2015. 193 p.
25. Zamkova N., Tymoshchuk N., Havryliuk N. Ukrainian EFL Learners’ Use and Views of Electronic Dictionaries: a Case Study in Higher Education. *Arab World English Journal*. January 2023. P. 49 – 61.

Інтернет-ресурси

26. Academic English Website for International Students and EAP Teachers. URL: <https://academic-englishuk.com/academic-style/>
27. Academic Phrasebank. URL: <https://www.phrasebank.manchester.ac.uk/>
28. Michael J. Wallace. Study Skills in English. A course in reading skills for academic purposes. URL: <http://www.englishbooks.cz/files/11272/11272.pdf>
29. Starting Up in Business Networks: Why Relationships Matter in Entrepreneurship / edited by Lise Aaboen, Antonella La Rocca, Frida Lind, Andrea Perna, Tommy Shih. URL: <https://doi.org/10.1057/978-1-137-52719-6>
30. Tench R., Zerfass A., Verhoeven P. Communication Excellence : How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications. URL: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-48860-8>