

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
 ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
 ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
 КАФЕДРА ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ**

**СИЛАБУС**

**ІНОЗЕМНА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ/  
 FOREIGN LANGUAGE FOR SPECIFIC PURPOSES**

<b>Інформація про викладача</b>	
Викладач(-і)	Нечипоренко Віолета
Науковий ступінь	кандидат філологічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Театральна, 21, каб. 14
Контактний телефон	(0432) 55-04-21
E-mail:	<a href="mailto:v.nechyporenko@vtei.edu.ua">v.nechyporenko@vtei.edu.ua</a>
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	<a href="https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=614">https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=614</a>
<b>Інформація про освітній компонент</b>	
Освітній ступінь	бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Навчальний рік	2024/2025
Семестр	<b>1</b>
Факультет	торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування
Курс	<b>1</b>
Групи	МР-11д, МР-12д
Анотація курсу	Кінцеві комунікативні цілі навчання здобувачів вищої освіти з іноземної мови в економічному закладі вищої освіти повинні включати наступне: - здатність до трансмісії діалогічних і монологічних усних повідомлень у сфері загальнонаукових та професійних тем; - здатність до рецепції усного монологічного і діалогічного знакового продукту у сфері загальнонаукових та професійних тем зі здатністю розуміти природне мовлення носія мови; - здатність до трансформації письмових повідомлень, достатня для професійної та особистої комунікації; - здатність до рецепції письмових повідомлень, достатня для адекватного розуміння загальнополітичного, загальнонаукового, науково-популярного та науково-технічного вузькопрофесійного характеру.
Мова викладання	англійська, українська
<b>Місце дисципліни в освітній програмі</b>	
Освітня програма (ОП)	<a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2024/opp2024/mr_bak.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/2024/opp2024/mr_bak.pdf</a>
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 і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

	<p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p>
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	-
Перелік програмних результатів навчання (Р)	<p>Р 15. 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.</p> <p>Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>
Пререквізити освітнього компонента (що треба знати, з чим ознайомитися здобувачу перед вивченням компоненту)	<p>Вивчення освітнього компонента передбачає сформованість окремих базових компетентностей у здобувачів, зокрема: розуміння сутності та принципів розвитку суспільства, природи і мислення; розуміння культурологічних питань сучасності з позицій вшанування традицій і звичаїв свого народу та культурного надбання людства; здатність до аналізу і синтезу соціально-значущих проблем та процесів; здатність генерувати нові ідеї (креативність); уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел. Освітній компонент має безпосередній зв'язок із дисциплінами професійної та практичної підготовки, оскільки забезпечує професійно орієнтовану іншомовну компетенцію фахівців сфери маркетингової діяльності.</p>

### Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Теми	Кількість годин			Форми контролю	Бальна оцінка	
	всього	з них				
		лекції	практ.			СРС
<b>I семестр</b>						
<b>Unit 1. Business and Entrepreneurship. The Noun</b>	<b>30</b>	-	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	
1.1 Key Notions of Business. Formation of nouns. Classification of nouns	5		2	3	В, УД	2,5
1.2 Productive Resources: natural resources, capital, labour, technology. The Category of Number. Countable and uncountable nouns	5		2	3	РМГ, УО, ТД	2,5
1.3 Profits and Profitability. Regular plurals.	5		2	3	УД, В	2,5
1.4. Competition. Compounds. Irregular plurals	5		2	3	ПЗ, В	2,5
1.5 Types of Business. Singularia tantum. Pluralia tantum nouns. Invariable nouns	5		2	3	ТД, Т, УО	2,5
1.6 Forms of Business. Category of Case. Possessive case, of-phrases	5		2	3	П, УО	2,5

<b>Unit 2. Business Organizations and Human Resources. The Article</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>18</b>		<b>15</b>
2.1 Types of Companies. Privately-owned and State-owned Companies. The Article. Kinds of Articles	5		2	3	В, УД	2,5
2.2 Relationships between Companies. Holding Company. Conglomerate. Use of articles with common and abstract nouns.	5		2	3	ПЗ, УО	2,5
2.3 Joint Venture. Consortium. Use of articles with nouns of material	5		2	3	РМГ, Т, В	2,5
2.4 Shareholders, the Management. Workforce of a Company. Use of articles with proper nouns	5		2	3	В, КТ, ТД	2,5
2.5 The Management Structure of a Typical Company. Special difficulties in the use of articles (names of months and days, seasons, meals, languages)	5		2	3	П, В	2,5
2.6 Human Resources (HR). HR Department. Human Resource Management. Use of articles with set expressions	5		2	3	ПР, УО	2,5
<b>Unit 3. Management and Leadership. The Pronoun</b>	<b>40</b>	<b>-</b>	<b>16</b>	<b>24</b>		<b>20</b>
3.1 Key Notions of Management. Classification of pronouns	5		2	3	В, ПЗ	2,5
3.2 Basic Management Functions. Personal and possessive pronouns	5		2	3	Д, УО	2,5
3.3 Planning and Organizing Functions. Reflexive pronouns	5		2	3	К, В	2,5
3.4 Directing and Controlling Functions. Reciprocal pronouns	5		2	3	Т, ТД, УО	2,5
3.5 Leadership. Leadership styles. Interrogative pronouns	5		2	3	П, В	2,5
3.6 Autocratic / Authoritarian style of leadership. Demonstrative pronouns	5		2	3	П, УО	2,5
3.7 Participative or Democratic style. Indefinite and negative pronouns	5		2	3	УД, В	2,5
3.8 Laissez-faire (Free Rein Style). Visionary, Coaching, Narcissistic. Toxic and Other Leadership Styles. Pronouns: <i>some, any, all, most, no, none of</i> . Defining pronouns. <i>Both, either, neither; each, every</i> . Quantitative pronouns. <i>Much/ many, a lot of, (a) little / (a) few</i>	5		2	3	УО, ПЗ	2,5
<b>Unit 4. Economics. Key Economic Notions. The Adjective. Comparative and Superlative forms of adjectives</b>	<b>50</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>25</b>
4.1 Key Notions of Economics. Adjectives with nouns	5		2	3	ТД, Т, УО	2,5
4.2 Goods and Services. Adjectives with verbs	5		2	3	КТ, РМГ, В	2,5
4.3 Production. Distribution. -ed and -ing forms of the Adjectives	5		2	3	УД, В	2,5
4.4 The notion of Scarcity. Order of adjectives; stronger and weaker meanings	5		2	3	Д, УО	2,5
4.5 Types of Economic Systems. Degrees of comparison of adjectives	5		2	3	П, В	2,5

4.6 Microeconomics. Comparative and superlative forms of adjectives	5		2	3	Д, УО	2,5
4.7 Macroeconomics. Comparative structures: <i>as...as, not so...as, the more...the less, the same as</i> with adjectives	5		2	3	Д, В	2,5
4.8 Domestic Economy. The structures: <i>the+ comparative, so and such, enough and too</i> with adjectives	5		2	3	П, УО	2,5
4.9 Main Functions of Economists. Grammar exercises	5		2	3	УО, ПЗ	2,5
4.10 Duties of Managers. Grammar revision	5		2	3	КТ, В, ТД	2,5
<b>Individual Tasks</b>	30			30	ІЗ	25
<b>Разом за І семестр</b>	<b>180/6</b>		<b>60</b>	<b>120</b>		<b>100</b>

**Підсумковий контроль – екзамен**

<p>Поточний контроль / критерії оцінювання</p>	<p><b>Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:</b>  В – відповідь на практичних заняттях – 0,5 бала  УД – участь у дискусії – 2 бали  КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал  Т – тестування – 1 бал  К – кейс-стаді – 2 бали  РМГ – робота в малих групах – 1 бал  Д – доповідь – 2 бали  П – презентація – 2 бали  ПР – проєкт – 2 бали  УО – усне опитування – 1 бал  ПЗ – письмові завдання – 2 бали  ТД – термінологічний диктант – 1 бал  ІЗ – індивідуальні завдання – як сума балів за виконання таких видів завдань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 5 балів;</li> <li>▪ участь у наукових заходах – 10 балів;</li> <li>▪ складання ментальної карти до теми – 5 балів;</li> <li>▪ есе – 3 бали;</li> <li>▪ складання тематичного словника – 2 бали.</li> </ul> <p><b>Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.</b></p>
<p>Основні літературні та інформаційні джерела</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Гончар К. Л., Тригуб Г. В., Хникіна О. О. English for Business Communication = Ділова комунікація англійською мовою) : навч.-метод. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2022.</li> <li>2. Іваницька Н.Б., Нечипоренко В.О., Калініченко А.І., Сікорська Л.О. Граматика перекладу фахової літератури (у вправах та прикладах): навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019.</li> <li>3. Нечипоренко В.О. Англійська мова маркетингу та реклами = Basic English of Marketing and Advertising : навч. посіб. [для студ. закл. вищ. осв.]. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020.</li> <li>4. Пабат М., Кочмар Д., Оверчук О. Іноземна мова за професійним спрямуванням. Англійська для</li> </ol>

	<p>економістів = English for Professional Purposes. English for Economists: навч. посібник. Рівне: МЕРУ, 2023.</p> <p>5. Zamkova, N., Tymoshchuk, N., &amp; Havryliuk, N. (2023). Ukrainian EFL Learners' Use and Views of Electronic Dictionaries: a Case Study in Higher Education. Arab World English Journal (AWEJ). Special Issue on Communication and Language in Virtual Spaces, 49–61. DOI: <a href="https://dx.doi.org/10.24093/awej/comm1.4">https://dx.doi.org/10.24093/awej/comm1.4</a></p>
<b>Політика освітнього компонента</b>	
Організація навчання	Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2024/dok/8.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/2024/dok/8.pdf</a> Відвідування практичних занять, проведення консультації перед екзаменом, виконання самостійної роботи.
Відпрацювання пропусків занять	Відпрацювання пропущених занять з поважних та неповажних причин здійснюється на кафедрі в період з 10.00 год. до 15.00 год. шляхом проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі.
Допуск до підсумкового контролю	Підсумковий контроль – екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму освітнього компонента, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).
Академічна доброчесність	Дотримання політики академічної доброчесності є обов'язковим. Положення про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/35.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/35.pdf</a>
Інші складові політики дисципліни	Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Усі завдання, передбачені робочою програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними науково-дослідними завданнями та проектами не припустиме порушення академічної доброчесності. Презентації та доповіді мають бути авторськими, оригінальними.

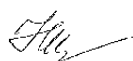
Затверджено на засіданні кафедри протокол № 08 від 19.08.2024.

Науково-педагогічний працівник



Віолета НЕЧИПОРЕНКО

Завідувач кафедри



Наталя ІВАНИЦЬКА

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
КАФЕДРА ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ**

**СИЛАБУС**

**ІНОЗЕМНА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ/  
FOREIGN LANGUAGE FOR SPECIFIC PURPOSES**

<b>Інформація про викладача</b>	
Викладач(-і)	Нечипоренко Віолета
Науковий ступінь	кандидат філологічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Театральна, 21, каб. 14
Контактний телефон	(0432) 55-04-21
E-mail:	<a href="mailto:v.nechyporenko@vtei.edu.ua">v.nechyporenko@vtei.edu.ua</a>
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	<a href="https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=614">https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=614</a>
<b>Інформація про освітній компонент</b>	
Освітній ступінь	бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Навчальний рік	<b>2024/2025</b>
Семестр	<b>2</b>
Факультет	торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування
Курс	<b>1</b>
Групи	МР-11д, МР-12д
Анотація курсу	Кінцеві комунікативні цілі навчання здобувачів вищої освіти з іноземної мови в економічному закладі вищої освіти повинні включати наступне: - здатність до трансмісії діалогічних і монологічних усних повідомлень у сфері загальнонаукових та професійних тем; - здатність до рецепції усного монологічного і діалогічного знакового продукту у сфері загальнонаукових та професійних тем зі здатністю розуміти природне мовлення носія мови; - здатність до трансформації письмових повідомлень, достатня для професійної та особистої комунікації; - здатність до рецепції письмових повідомлень, достатня для адекватного розуміння загальнополітичного, загальнонаукового, науково-популярного та науково-технічного вузькопрофесійного характеру.
Мова викладання	англійська, українська
<b>Місце дисципліни в освітній програмі</b>	
Освітня програма (ОП)	<a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2024/opp2024/mr_bak.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/2024/opp2024/mr_bak.pdf</a>
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 і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

	<p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p>
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	-
Перелік програмних результатів навчання (Р)	<p>Р 15. 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.</p> <p>Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>
Пререквізити освітнього компонента (що треба знати, з чим ознайомитися здобувачу перед вивченням компоненту)	<p>Вивчення освітнього компонента передбачає сформованість окремих базових компетентностей у здобувачів, зокрема: розуміння сутності та принципів розвитку суспільства, природи і мислення; розуміння культурологічних питань сучасності з позицій вшанування традицій і звичаїв свого народу та культурного надбання людства; здатність до аналізу і синтезу соціально-значущих проблем та процесів; здатність генерувати нові ідеї (креативність); уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел. Освітній компонент має безпосередній зв'язок із дисциплінами професійної та практичної підготовки, оскільки забезпечує професійно орієнтовану іншомовну компетенцію фахівців сфери маркетингової діяльності.</p>

### Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Теми	Кількість годин			Форми контролю	Бальна оцінка	
	всього	з них				
		лекції	практ.			СРС
<b>II семестр</b>						
<b>Unit 5. Product, Market and Market Relations. The Adverb</b>	<b>40</b>	-	<b>20</b>	<b>20</b>	-	<b>20</b>
5.1 Customers, Consumers and Clients. Word order	4	-	2	2	В, Т	2
5.2 The Concept of Product. The Adverb. Types of adverb	4	-	2	2	В, РМГ	2
5.3 Tangible Products and Intangible Products. Adverbs of frequency, time	4	-	2	2	ПЗ	2
5.4 Core, Actual and Augmented Products. Adverbs of place and manner	4	-	2	2	ПЗ	2
5.5. The Concept of a Market. Adverbs of probability, degree, and completeness	4		2	2	П	2
5.6 Market Orientation. Grammar Exercises	4		2	2	В, КТ	2
5.7 The Concept of Demand. Connecting adverbs ( <i>so, too, either, neither; first, next, then, etc; actually, fortunately, etc; only, even</i> )	4		2	2	Д	2

5.8 The Concept of Supply. Comparison of adverbs. Adverbs of degree: <i>quite – rather</i> .	4		2	2	Д	2
5.9 Types of Markets. Adverbs/ adjectives.	4		2	2	УД	2
5.10 Target Market. Grammar Revision	4		2	2	П	2
<b>Unit 6. Marketing and Advertising. The Preposition. The Numeral</b>	<b>40</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>20</b>
6.1 The Concept of Marketing. The Preposition: general forms and use	4		2	2	П	2
6.2 The Marketing Mix. Prepositions of place	4		2	2	Д	2
6.3 Product and Price as Elements of Marketing Mix. Prepositions of movement	4		2	2	УД	2
6.4 Placement and Promotion as Elements of Marketing Mix. Prepositions of time	4		2	2	ПЗ	2
6.5 Additional Elements of Marketing Mix (8 P's of Marketing Mix). Common prepositional phrases	4		2	2	В, Т	2
6.6 The Common Channel of Distribution. Grammar Revision	4		2	2	УО, Т	2
6.7 Advertising. Product Advertising. The Numeral. Cardinal numerals. Ordinal numerals	4		2	2	РМГ, В	2
6.8 Service Advertising. Institutional Advertising. Fractions. Expressing quantity, reading figures	4		2	2	К	2
6.9 Social Advertising. Telling the time, dates, telephone numbers, addresses	4		2	2	Д	2
6.10 Advertising Strategies. Grammar Revision	4		2	2	П	2
<b>Unit 7. Trade and Commerce. Word formation. The Sentence. Questions, negatives and answers</b>	<b>40</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>20</b>
7.1 Key Notions of Trade. Word formation. Productive and unproductive affixes.	4		2	2	УО, Т	2
7.2 Producers and Consumers. The Sentence. Simple / compound/ complex, extended/ unextended sentences	4		2	2	Д	2
7.3 Forms and Types of Trade. The Subject. The Predicate. The Object	4		2	2	К	2
7.4 Wholesale Trade. The Attribute.	4		2	2	ПЗ	2
7.5 Retail Trade. The Adverbial Modifier	4		2	2	РМГ, В	2
7.6 B2B Trade. Word order in statements. Questions, negatives and answers.	4		2	2	Д	2
7.7 E-commerce. Yes/No questions. Wh-questions. Subject/object questions.	4		2	2	П	2
7.8 International Trade. Prepositions in wh-questions. Negative statements.	4		2	2	В, Т	2
7.9 International Trade Organizations. Negative questions. Question tags. Alternative Questions. Disjunctive Questions	4		2	2	ПЗ	2
7.10 The WTO. Grammar Revision	4		2	2	УО, Т	2
<b>Unit 8. Money and Banking. The Verb. Present Tense Forms</b>	<b>48</b>	<b>-</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>24</b>
8.1 Concept of Money. Types of verbs	4		2	2	П	2
8.2 Functions of Money: medium of exchange. Regular verbs and Irregular verbs	4		2	2	УД	2
8.3 Functions of Money: measure of value. State verbs and event verbs.	4		2	2	К	2
8.4 Functions of Money: store of value. Time,	4		2	2	В, КТ	2



tense and aspect. Be, have and have got.						
8.5 Types of Money. Present Simple (Indefinite).	4		2	2	П	2
8.6 Hard money, soft money and no-money. Present Continuous (Progressive).	4		2	2	ПЗ	2
8.7 Credit and Debit Cards. Present Simple (Indefinite) vs Present Continuous (Progressive).	4		2	2	К	2
8.8 Banking Sector. Time indicators	4		2	2	УО, РМГ	2
8.9 Types of Banks. State Verbs.	4		2	2	П	2
8.10 National Bank of Ukraine. Present Perfect	4		2	2	Д	2
8.11 Personal Finance. Present Perfect Continuous.	4		2	2	В, Т	2
8.12 Corporate Finance. Present Perfect vs Present Perfect Continuous	4		2	2	УД	2
<b>Individual Tasks</b>	12			12	ІЗ	16
<b>Разом за II семестр</b>	<b>180/6</b>		<b>84</b>	<b>96</b>		<b>100</b>
<b>Підсумковий контроль – екзамен</b>						

Поточний контроль / критерії оцінювання

**Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:**

- В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал
- УД – участь у дискусії – 2 бали
- КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал
- Т – тестування – 1 бал
- К – кейс-стаді – 2 бали
- РМГ – робота в малих групах – 1 бал
- Д – доповідь – 2 бали
- П – презентація – 2 бали
- ПР – проект – 2 бали
- УО – усне опитування – 1 бал
- ПЗ – письмові завдання – 2 бали
- ТД – термінологічний диктант – 1 бал
- ІЗ – індивідуальні завдання – як сума балів за виконання таких видів завдань:
  - курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 5 балів;
  - участь у наукових заходах – 5 балів;
  - складання ментальної карти до теми – 2 бали;
  - есе – 2 бали;
  - складання тематичного словника – 2 бали.

**Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.**

Основні літературні та інформаційні джерела

1. Гончар К. Л., Тригуб Г. В., Хникіна О. О. English for Business Communication = Ділова комунікація англійською мовою) : навч.-метод. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2022.
2. Іваницька Н.Б., Нечипоренко В.О., Калініченко А.І., Сікорська Л.О. Граматика перекладу фахової літератури (у вправах та прикладах): навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019.
3. Нечипоренко В.О. Англійська мова маркетингу та реклами = Basic English of Marketing and Advertising : навч. посіб. [для студ. закл. вищ. осв.]. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020.

	<p>4. Пабат М., Кочмар Д., Оверчук О. Іноземна мова за професійним спрямуванням. Англійська для економістів = English for Professional Purposes. English for Economists: навч. посібник. Рівне: МЕРУ, 2023.</p> <p>5. Zamkova, N., Tymoshchuk, N., &amp; Havryliuk, N. (2023). Ukrainian EFL Learners' Use and Views of Electronic Dictionaries: a Case Study in Higher Education. Arab World English Journal (AWEJ). Special Issue on Communication and Language in Virtual Spaces, 49–61. DOI: <a href="https://dx.doi.org/10.24093/awej/comm1.4">https://dx.doi.org/10.24093/awej/comm1.4</a></p>
<b>Політика освітнього компонента</b>	
Організація навчання	Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2024/dok/8.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/2024/dok/8.pdf</a> Відвідування практичних занять, проведення консультації перед екзаменом, виконання самостійної роботи.
Відпрацювання пропусків занять	Відпрацювання пропущених занять з поважних та неповажних причин здійснюється на кафедрі в період з 10.00 год. до 15.00 год. шляхом проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі.
Допуск до підсумкового контролю	Підсумковий контроль – екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму освітнього компонента, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).
Академічна доброчесність	Дотримання політики академічної доброчесності є обов'язковим. Положення про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/35.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/35.pdf</a>
Інші складові політики дисципліни	Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Усі завдання, передбачені робочою програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними науково-дослідними завданнями та проектами не припустиме порушення академічної доброчесності. Презентації та доповіді мають бути авторськими, оригінальними.

Затверджено на засіданні кафедри протокол № 08 від 19.08.2024.

Науково-педагогічний працівник

Віолета НЕЧИПОРЕНКО

Завідувач кафедри

Наталя ІВАНИЦЬКА

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**  
**Кафедра іноземної філології та перекладу**

**СИЛАБУС**

**Іноземна мова за професійним спрямуванням /**  
**Foreign Language for Specific Purposes**

<b>Інформація про викладача</b>	
Викладач(-і)	Тимошук Наталія Миколаївна
Науковий ступінь	кандидат філологічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент
Адреса кафедри	вул. Театральна, 21, ауд. 14
Контактний телефон	(0432) 550421
Е-mail:	<a href="mailto:n.tymoshchuk@vtei.edu.ua">n.tymoshchuk@vtei.edu.ua</a>
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	<a href="https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=68">https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=68</a>
Консультації	Пн. 12.00-16.00
<b>Інформація про дисципліну</b>	
Освітній ступінь	Бакалавр
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	«Маркетинг»
Навчальний рік	2024-2025
Семестр	<b>3</b>
Факультет	Торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування
Курс	<b>2</b>
Групи	MP-21д, MP-22д
Анотація курсу	Дисципліна «Іноземна мова за професійним спрямуванням» належить до обов'язкових дисциплін професійної підготовки і має на меті сформувати у здобувачів вищої освіти професійні іншомовні компетенції, що сприятимуть їхньому ефективному функціонуванню в полікультурному навчальному та професійному середовищі та стануть запорукою конкурентоспроможності випускників Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ на сучасному ринку праці.
Мова викладання	англійська
<b>Місце дисципліни в освітній програмі</b>	
Освітня програма (ОП)	Маркетинг
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

	ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.
Перелік програмних результатів навчання	Р 15. 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. Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
Пререквізити дисципліни (що треба знати, з чим ознайомитися студенту перед вивченням дисципліни)	Вхідний рівень володіння іноземною мовою не нижче В <sub>1</sub> (відповідно до Загальноєвропейських рекомендацій мовної освіти).

### Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Теми	Кількість годин			Форми контролю	Бальна оцінка	
	всього	з них				
		лекції	практ.			СРС
<b>III семестр</b>						
<b>Unit 9. Marketers' Key Functions. Past Forms</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>7,5</b>
9.1 The Concept of Market Analysis. Past Simple (Indefinite). Past Continuous (Progressive)	4		2	2	В, ПЗ	2,5
9.2 Types of Marketing Research. Sales Activity. Past Habitual: <i>used to. Have gone to / have been to / have been in</i>	6		2	4	В, УД	2,5
9.3 Economic Management. Past Perfect. Past Perfect Continuous	6		2	4	В, К	2,5
<b>Unit 10. Marketing Environment. Future Forms</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>7,5</b>
10.1 The Concept of Marketing Environment. Future Simple/ Be going to	4		2	2	В, П	2,5
10.2 Internal Environment. External Environment. Future Simple/ Present Continuous. Future Continuous	6		2	4	В, ПЗ	2,5
10.3 Marketing Microenvironment and Marketing Macroenvironment. Future Perfect. Future Perfect Continuous	6		2	4	В, ТД, Т	2,5
<b>Unit 11. Product. Classification of Products. Modals</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>7,5</b>
11.1 What Is Product? Product Life-Cycle. Consumer and Industrial Products. Ability ( <i>can - could - be able to</i> ). Obligation/ Duty. Probability ( <i>should/ ought</i> ).	4		2	2	В, П	2,5
11.2 Consumer and Industrial Products. Necessity ( <i>must - have to - should/ ought - need</i> ). Absence of necessity ( <i>needn't/ don't have to / don't need to - didn't need to - needn't have done</i> )	6		2	4	В, ПЗ	2,5
11.3 What Is Brand and Trademark? Possibility ( <i>can - could/ may - might</i> ). Permission	6		2	4	В, К, РМГ	2,5

( <i>can/ could/ may/ might</i> ). Request ( <i>can/ could/ will/ would/ may/ might</i> ). Offers ( <i>I'll/ shall/ can/ could</i> ). Suggestions ( <i>shall/ can/ could</i> ). Prohibition ( <i>mustn't – can't</i> ). Logical assumption ( <i>must – can't/ couldn't</i> ). Advice ( <i>should/ ought to/ must</i> ). Criticism ( <i>should/ ought to</i> ). Promise ( <i>will</i> )						
<b>Unit 12. Price of a Product. The Passive voice</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>7,5</b>
12.1 What Is Price? Transformation from Active to Passive.	4		2	2	В, Д	2,5
12.1 Main Aspects of Pricing. Personal/ impersonal constructions	6		2	4	В, ПЗ	2,5
12.3 Pricing Strategies. Special passive constructions. Have something done. Get something done. To be done/ being done	6		2	4	В, Т, ТД	2,5
<b>Unit 13. Channels of Distribution and Forms of Trade. Sequence of Tenses</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>7,5</b>
13.1 Structures and Types of Channels of Distribution. Direct speech and reported speech	4		2	2	В, УД	2,5
13.2 Direct Marketing. Promotion	6		2	4	П, ТД	2,5
13.3 Types of Middlemen. Reported speech: the tense change. Reported requests, orders, and advice. Introductory Verbs	6		2	4	ПЗ, Т	2,5
<b>Unit 14. Target Market and Market Segmentation. Conditionals</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>7,5</b>
14.1 Mass Market vs. Target Market. Present and future conditionals	4		2	2	В, КТ	2,5
14.2 The Concept and Types of Target Marketing. Unlikely/ unreal conditions	6		2	4	Д, В	2,5
14.3 Main Phases of Market Segmentation. Positioning. Past conditionals. Mixed conditionals. <i>I wish, if only, it's time</i>	6		2	4	В, ПЗ	2,5
<b>Unit 15. Main Advertising Media: Pro et Contra. Clauses, linking words</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>7,5</b>
15.1 Main Advertising Media. Comparative Analysis of Advertising Media. Time clauses. Clauses of result. Clauses of reason. Clauses of purpose	4		2	2	В, УД	2,5
15.2 How to Choose Advertising Channels? Clauses of contrast. Clauses of manner	6		2	4	В, К	2,5
15.3 Best Patterns of World's Advertisements. Relative clauses. Relative adverbs. Identifying / non-identifying clauses	6		2	4	В, П	2,5
<b>Unit 16. Public Relations. Non-finite forms of the Verb</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>7,5</b>
16.1 The Concept of Public Relations. The Infinitive. Forms of the Infinitive and their meaning	4		2	2	В, ПЗ	2,5
16.2 Cooperation with Mass Media. The Objective infinitive complex	6		2	4	В, РМГ, Т	2,5
16.3 PR Events and Their Organization. The Subjective infinitive complex	6		2	4	В, Д	2,5
<b>Unit 17. International Marketing. Participles</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>7,5</b>
17.1 The Concept and Aims of International Marketing. The Present Participle. The Past Participle. The Perfect Participle	4		2	2	В, УО, Т	2,5

17.2 Marketing Research in International Marketing. The Objective Participle complex. The Subjective Participle complex	6		2	4	В, П	2,5
17.3 Key Concepts of International Marketing	6		2	4	В, ТД, РМГ	2,5
<b>Unit 18. Marketing Management. The Gerund</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>7,5</b>
18.1 What Is Marketing Management? The Present Participle. The Past Participle. The Perfect Participle	4		2	2	В, ПЗ	2,5
18.2 Goals and Tasks of Marketing Management. Complexes with the Gerund	6		2	4	В, К	2,5
18.3 Current Priorities of Marketing Management. Syntactical functions of the Gerund. The Subject. The Predicative. The Object. The Attribute	6		2	4	В, ПР	2,5
<b>Individual Tasks</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>ІЗ</b>	<b>25</b>
<b>Разом за III семестр</b>	<b>180/6</b>	<b>-</b>	<b>60</b>	<b>120</b>		<b>100</b>
<b>Підсумковий контроль – екзамен</b>						

Поточний контроль / критерії оцінювання	<p><b>Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:</b>  В – відповідь на практичних заняттях – 0,5 бала  УД – участь у дискусії – 2 бали  КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал  Т – тестування – 1 бал  К – кейс-стаді – 2 бали  РМГ – робота в малих групах – 1 бал  Д – доповідь – 2 бали  П – презентація – 2 бали  ПР – проект – 2 бали  УО – усне опитування – 1 бал  ПЗ – письмові завдання – 2 бали  ТД – термінологічний диктант – 1 бал  ІЗ – індивідуальні завдання – 25 балів як сума балів за виконання таких видів завдань:  – курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 5 балів;  – участь у наукових заходах – 10 балів;  – складання ментальної карти до теми – 5 балів;  – есе – 3 бали;  – складання тематичного словника – 2 бали.</p>
Основні літературні та інформаційні джерела	<ol style="list-style-type: none"> <li>Гончар К. Л., Тригуб Г. В., Хникіна О. О. English for Business Communication = Ділова комунікація англійською мовою) : навч.-метод. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2022.</li> <li>Іваницька Н.Б., Нечипоренко В.О., Калініченко А.І., Сікорська Л.О. Граматика перекладу фахової літератури (у вправах та прикладах): навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019.</li> <li>Нечипоренко В.О. Англійська мова маркетингу та реклами = Basic English of Marketing and Advertising : навч. посіб. [для студ. закл. вищ. осв.]. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020.</li> <li>Пабат М., Кочмар Д., Оверчук О. Іноземна мова за професійним спрямуванням. Англійська для економістів = English for Professional Purposes. English for Economists: навч. посібник. Рівне: МЕРУ, 2023.</li> <li>Хоменко Е. Граматика англійської мови = A Grammar of the English Language. К.: Знання, 2024.</li> <li>Zamkova, N., Tymoshchuk, N., &amp; Havryliuk, N. (2023). Ukrainian EFL Learners' Use and Views of Electronic Dictionaries: a Case Study in Higher Education.</li> </ol>

**Політика освітнього компонента**

Організація навчання	Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2024/dok/8.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/2024/dok/8.pdf</a> Відвідування практичних занять, проведення консультації перед екзаменом, виконання самостійної роботи.
Відпрацювання пропусків занять	Відпрацювання пропущених занять з поважних та неповажних причин здійснюється на кафедрі в період з 10.00 год. до 15.00 год. шляхом проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі.
Допуск до підсумкового контролю	Підсумковий контроль – екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).
Академічна доброчесність	Положення про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/35.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/35.pdf</a>
Інші складові політики дисципліни	Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Усі завдання, передбачені робочою програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними науково-дослідними завданнями та проектами не припустиме порушення академічної доброчесності. Презентації та доповіді мають бути авторськими оригінальними.

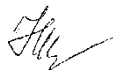
Затверджено на засіданні кафедри іноземної філології та перекладу  
протокол №08 від 19.08.24.

Науково-педагогічний працівник



Наталія ТИМОЩУК

Завідувач кафедри



Наталія ІВАНИЦЬКА

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
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**

Рішення вченої ради

03.06.2024

протокол № 06 п. 9

**ВВЕДЕНО В ДІЮ**

Наказ від 03.06.2024 № 91

**ІНОЗЕМНА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ /  
FOREIGN LANGUAGE FOR SPECIFIC PURPOSES**

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

Ступінь вищої освіти	бакалавр /	bachelor
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»** – Громова Ольга, доктор економічних наук, доцент

Обговорено та схвалено:

на засіданні кафедри іноземної філології та перекладу від 30.04.2024 р.  
протокол № 04;

на засіданні вченої ради обліково-фінансового факультету від 23.05.2024 р.  
протокол № 05.

**Рецензенти:**

Іваницька Наталя, доктор філологічних наук, професор.

Забужанська Інна, кандидат філологічних наук, завідувач кафедри англійської мови та методики її навчання Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

## **I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ:**

### **Мета вивчення освітнього компоненту.**

Робоча програма освітнього компоненту «Іноземна мова за професійним спрямуванням» розроблена для здобувачів вищої освіти, які навчаються на спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньо-професійною програмою «Маркетинг». Робоча програма побудована на принципах плюрилінгвізму, інтегрованості розвитку іншомовної компетентності, прозорості, гнучкості та варіативності, програма зорієнтована на формування професійної комунікативної компетентності як мовної поведінки, що є специфічною для академічного і професійного середовища і вимагає набуття лінгвістичної компетентності (мовленнєвих умінь та мовних знань), соціолінгвістичної та прагматичної субкомпетентностей.

**Основна мета** вивчення освітнього компоненту «Іноземна мова за професійним спрямуванням» - сформувати в здобувачів вищої освіти професійні іншомовні компетентності, що сприятимуть їхньому ефективному функціонуванню в полікультурному навчальному та професійному середовищі та стануть запорукою успішної конкурентоспроможності на сучасному ринку праці.

Курс «Іноземна мова за професійним спрямуванням» для здобувачів, які здобувають перший (бакалаврський) ступінь вищої освіти, охоплює етап навчання від рівня B1+ до рівня B2 та забезпечує досягнення випускниками рівня незалежного користувача іноземної мови, що відповідає міжнародній практиці мовної освіти в закладах вищої освіти. Критерії вказаного рівня володіння мовою (РВМ) визначено відповідно до дескрипторів, запропонованих Загальноєвропейськими Рекомендаціями з мовної освіти.

Зміст робочої програми створює умови для досягнення здобувачами вищої освіти РВМ B2, як цього вимагає освітній ступінь бакалавра. Такий РВМ забезпечує академічну і професійну мобільність здобувачів вищої освіти, дає змогу випускникам компетентно функціонувати в професійному й академічному контекстах та забезпечує їм базу для навчання упродовж усього життя.

Одержані здобувачами вищої освіти знання можуть вибути використані в процесі ефективного спілкування іноземною мовою в професійному середовищі; під час підготовки публічних виступів у розрізі галузевих проблем; для пошуку нової текстової, аудіо та відео-інформації, що міститься в іншомовних професійних матеріалах; для аналізу іншомовних джерел інформації з метою отримання даних, що є необхідними для виконання професійних завдань та прийняття професійних рішень; для перекладу іншомовних професійних текстів на рідну мову.

**Іноземна мова за професійним спрямуванням є обов'язковим освітнім компонентом.**

**Результати вивчення освітнього компоненту, його місце в освітньому процесі.**

Результатом вивчення ОК «Іноземна мова за професійним спрямуванням» для освітньої програми «Маркетинг» є формування комплексу компетентностей:

**- 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 і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

**- загальні компетентності:**

ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

***Мовленнєві субкомпетентності містять аудіювання, говоріння, читання, письмо:***

***Аудіювання:***

- розпізнавати інформацію, пов'язану із професійною сферою економіки, під час детальних обговорень, дебатів, офіційних доповідей, лекцій, бесід;

- розуміти загальний зміст і більшість суттєвих деталей в автентичних радіо і телепередачах, пов'язаних з академічною та професійною сферами;

- розуміти досить складні повідомлення та інструкції в академічному та професійному середовищі;

- розуміти намір мовця і комунікативні наслідки його висловлювання;

- визначати позицію і точку зору мовця;

- розрізняти різні стилістичні реєстри в усному та письмовому спілкуванні з друзями, незнайомцями, колегами, працевластуваними та з людьми різного віку і соціального статусу, маючи при цьому різні наміри спілкування.

***Говоріння:***

- реагувати на основні ідеї та розпізнавати суттєво важливу інформацію під час детальних обговорень, дискусій, офіційних перемовин, лекцій, бесід, що пов'язані з економічною сферою;

- чітко аргументувати відносно актуальних тем в академічному та професійному житті (напр., в семінарах, дискусіях);

- поводитись адекватно в типових світських, академічних і професійних ситуаціях;

- реагувати на телефонні розмови, які виходять за межі типового спілкування;

- реагувати на оголошення, доволі складні повідомлення та інструкції в академічному і професійному середовищах;

- адекватно реагувати на позицію/точку зору співрозмовника;

- пристосовуватися до змін, які зазвичай трапляються під час бесіди і стосуються її напрямку, стилю та основних наголосів;

- чітко виступати з підготовленими індивідуальними презентаціями щодо широкого кола тем академічного та професійного спрямування;

- продукувати чіткий, детальний монолог з широкого кола тем, пов'язаних з навчанням та спеціальністю;

- користуватися базовими засобами зв'язку для поєднання висловлювань у чіткий, логічно об'єднаний дискурс.

#### ***Читання:***

- розуміти автентичні тексти, пов'язані з навчанням та спеціалізацією, з підручників, газет, популярних і спеціалізованих журналів та Інтернетівських джерел;

- визначати позицію і точки зору в автентичних текстах, пов'язаних з навчанням та спеціалізацією;

- розуміти намір автора письмового тексту і комунікативні наслідки висловлювання (напр., службових записок, листів, звітів);

- розуміти автентичну академічну та професійну кореспонденцію (напр., листи, факси, електронні повідомлення тощо);

- розрізняти різні стилістичні реєстри усного та писемного мовлення з друзями, незнайомцями, колегами, працевластувачами та з людьми різного віку і соціального статусу, коли здійснюються різні наміри спілкування.

#### ***Письмо:***

- писати деталізовані завдання та звіти, пов'язані з навчанням та спеціальністю;

- писати резюме економічних текстів з високим ступенем граматичної коректності;

- користуватись базовими засобами зв'язку для поєднання висловлювань у чіткий, логічно об'єднаний дискурс;

- готувати і продукувати ділову та професійну кореспонденцію.

***Лінгвістична (лексична, граматична, семантична, фонологічна, орфографічна та орфоенічна):***

- розпізнавати та вживати граматичні структури, що є необхідними для гнучкого вираження відповідних функцій та понять, а також для розуміння і продукування широкого кола текстів в академічній та професійній сферах;

- знати та використовувати правила англійського синтаксису, щоб дати можливість розпізнавати і продукувати широке коло текстів в академічній та професійній сферах;

- ідентифікувати мовні форми, властиві офіційним та розмовним реєстрам академічного і професійного мовлення;

- володіти широким діапазоном словникового запасу (у тому числі термінології), що є необхідним в академічній та професійній сферах;

- вміння визначати відношення слова до його загального контексту, внутрішньо лексичних зв'язків, значень граматичних елементів, категорій, структур та процесів, а також важливих для розуміння та продукування іншомовного дискурсу таких логічних зв'язків, як наслідковість, пресупозиція, імплікативність.

#### ***Соціолінгвістична та прагмалінгвістична субкомпетентності:***

- усвідомлювати, як ключові цінності, переконання та поведінка в академічному і професійному середовищі України відрізняються при порівнянні

однієї культури з іншими (міжнародні, національні, інституційні особливості);

- розуміти різні корпоративні культури в конкретних професійних контекстах і те, яким чином вони співвідносяться одна з одною;

- застосовувати міжкультурне розуміння у процесі безпосереднього усного і писемного спілкування в академічному та професійному середовищі;

- належним чином поводити себе й реагувати у типових світських, академічних і професійних ситуаціях повсякденного життя, а також знати правила взаємодії між людьми у таких ситуаціях (розпізнавання відповідних жестів, спілкування очима, усвідомлення значення фізичної дистанції та розуміння жестикуляції у кожній з таких ситуацій).

#### **Уміння вчитись:**

- знаходити конкретну інформацію, пов'язану з професійними питаннями, користуючись бібліотечним каталогом, сторінкою змісту, довідниками, словниками та Інтернетом;

- формувати план-схему висловлювання та логічно структурувати ідеї;

- виділяти головну ідею та розвивати її;

- стисло викладати зміст тексту;

- організовувати текст як послідовність абзаців з їх заголовками та підзаголовками;

- робити адекватні та придатні для користування конспекти з різноманітних інформаційних джерел;

- вести навчальні аналітичні щоденники (мовний портфель);

- вести облік прочитаного матеріалу;

- розуміти вимоги щодо оцінювання, критерії виставлення балів на екзаменах, тестах та при виконанні окремих завдань;

- належним чином здійснювати самооцінювання.

**Результати навчання** здобувачів з ОК «Іноземна мова за професійним спрямуванням» полягають:

Р 15. 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.

Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології

#### **Міждисциплінарні зв'язки:**

Освітній компонент «Іноземна мова за професійним спрямуванням» посідає важливе місце серед дисциплін гуманітарної підготовки здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг». Він викладається протягом I-II курсів (1-3 семестр), має безпосередній зв'язок із дисциплінами професійної та практичної підготовки, оскільки забезпечує професійно орієнтовану іншомовну компетенцію фахівців сфери маркетингової діяльності.

## Критерії оцінювання результатів навчання.

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни. Мінімальний пороговий рівень оцінки визначається за допомогою якісних критеріїв і трансформується в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали.

Рівні компетентності	За шкалою ДТЕУ	Критерії оцінювання
1	2	3
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням», вмє узагальнювати та систематизувати набуті знання; 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 / письмовій формі; вільне оперування термінами й поняттями; виявлення творчих здібностей у процесі засвоєння та користування іноземною мовою
Достатній (частково-пошуковий)	82-89	Добре володіє теоретичним матеріалом, проявляє ініціативність у підготовці до занять, належним чином та в повному обсязі виконує завдання, що містить окремі (лексичні / граматичні / стилістичні / орфографічні / фонетичні) помилки, що свідчить про: добре володіє практичними навичками та вміннями; аргументовано й логічно розкриває більшість основних положень теми; виявляє розуміння сутнісного змісту понять; дає адекватні за змістом та лінгвістичним оформленням відповіді на поставлені питання.
	75-81	Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; в повному обсязі виконує завдання, що містить окремі помилки, дає адекватні за змістом та лінгвістичним оформленням відповіді на поставлені питання.
Елементарний (репродуктивний)	69-74	Неповністю виконує завдання / завдання, яке містить певну кількість помітних помилок у змісті та вербальному оформленні, що загалом свідчить про: рівень іншомовних знань, сформованість мовленнєвих навичок, які задовольняють мінімальні критерії; відсутність розуміння змісту основних понять, погане володіння термінологічним апаратом теми; 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 навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком.
Низький (фрагментарний)	35-59	Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів, невиконане завдання / завдання, що містить 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.

Для очної (денна, вечірня) форми навчання поточна робота оцінюється в 100 балів, підсумковий контроль (екзамен) оцінюється в 100 балів.

До екзамену допускаються всі здобувачі вищої освіти, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів.

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.

Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу від 07.02.2022 № 38 (зі змінами).

Здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового контролю, має право звернутися із проханням перегляду оцінки, одержаної на екзамені, відповідно до Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів від 07.02.2022 № 32.

### **Засоби оцінювання.**

Порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти ОС «бакалавр» з курсу «Іноземна мова за професійним спрямуванням» ґрунтується на основних принципах і засадах системи контролю якості знань здобувачів вищої освіти та узгодження її із загальноєвропейськими вимогами, визначеними Європейською системою залікових кредитів. Ця система передбачає проведення поточного і підсумкового контролю знань здобувачів вищої освіти, а також методику переведення показників

академічної успішності в шкалу ECTS і спрямовується на ефективну реалізацію наступних завдань:

- підвищення мотивації здобувачів вищої освіти до систематичної активної роботи над змістом конкретної навчальної дисципліни, переорієнтація їхніх цілей з отримання позитивної оцінки на формування стійких знань, умінь та навичок;

- систематизація знань та активне їх засвоєння впродовж навчально-дослідницької роботи;

- подолання елементів суб'єктивізму при оцінюванні знань, що забезпечується використанням контрольних завдань поточного модульного контролю та семестрового контролю у письмовій формі із застосуванням модульної системи оцінювання;

- забезпечення належних умов вивчення програмного матеріалу і підготовки до контрольних заходів, що досягаються шляхом чіткого їх розмежування за змістом та в часі;

- розширення можливостей для всебічного розкриття здібностей здобувачів вищої освіти, розвитку їх творчого мислення.

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти з ОК «Іноземна мова за професійним спрямуванням» здійснюється на основі результатів поточного та підсумкового контролю знань. Об'єктом оцінювання знань здобувачів освіти є програмний матеріал освітнього компоненту різного характеру та рівня складності.

Поточне оцінювання результатів навчальної діяльності здобувачів освіти враховує підготовку їх до занять та активність під час їх проведення. Крім того, бали нараховуються за виконання здобувачами вищої освіти самостійної роботи, індивідуальних завдань.

Загальна максимальна кількість балів, яку здобувач може набрати впродовж семестру (100 балів), розподіляється таким чином:

***I семестр:***

За кожне практичне заняття – 3 бали.

28 занять \* 3 бали = 84 бали.

Індивідуальні завдання – 16 балів.

***II семестр:***

За кожне практичне заняття – 2 бали.

42 заняття \* 2 бали = 84 бали.

Індивідуальні завдання – 16 балів.

***III семестр:***

За кожне практичне заняття – 3 бали.

28 занять \* 3 бали = 84 бали.

Індивідуальні завдання – 16 балів.

На практичному занятті оцінюються:

- рівень розвитку у здобувачів мовленнєвих навичок (усне діалогічне й монологічне мовлення; читання; письмо); мовленнєва поведінка під час роботи над темами;

- володіння структурою мови (граматична компетенція в межах окреслених тем з граматики);

- рівень засвоєння й використання активного вокабуляру; орфографічна та орфоепічна компетенція в межах тематичних вокабулярів.

- навички функціонального читання, розуміння автентичних професійно-спрямованих текстів з підручників, газет, журналів та Інтернет-джерел;



- реферативні навички, здатність розуміти ідею, сутність, деталі відповідних фахових текстів та розпізнавати інформацію в ході обговорень, дебатів, бесід із загальних питань професійного напрямку; рівень володіння відповідним фактичним матеріалом;

- виступи з підготовленими індивідуальними презентаціями щодо широкого кола професійних тем.

Оцінювання індивідуальних завдань включає:

- участь у творчих, наукових конкурсах, олімпіадах;
- підготовка презентації-повідомлення на одну з тем професійного спрямування;
- робота в системі дистанційної освіти MOODLE;
- опрацювання оригінального англomовного джерела для підготовки домашнього читання з обов'язковим веденням тематичного словника економіки й бізнесу.

Засоби оцінювання результатів вивчення ОК «Іноземна мова спеціальності»:

- екзамен;
- он-лайн тестування;
- командні проекти;
- презентації;
- письмове опитування;
- усне опитування;
- індивідуальні та групові завдання.

**Обсяг освітнього компоненту в кредитах та його розподіл, оцінювання  
результатів навчання**

Теми	Кількість годин			Форми контролю	Бальна оцінка	
	всього	з них				
		лекції	практ.			СРС
<b>I семестр</b>						
<b>Unit 1. Business and Entrepreneurship. The Noun</b>	<b>30</b>	-	<b>10</b>	<b>20</b>		<b>15</b>
1.1 Key Notions of Business. Formation of nouns. Classification of nouns	6		2	4	В, УД	3
1.2 Productive Resources: natural resources, capital, labour, technology. The Category of Number. Countable and uncountable nouns	6		2	4	РМГ, УО, ТД	3
1.3 Profits and Profitability. Competition. Regular plurals. Compounds. Irregular plurals	6		2	4	УД, Т	3
1.4 Types of Business. Singularia tantum. Pluralia tantum nouns. Invariable nouns	6		2	4	П, УО	3
1.5 Forms of Business. Category of Case. Possessive case, of-phrases	6		2	4	П, Т	
<b>Unit 2. Business Organizations and Human Resources. The Article</b>	<b>30</b>	-	<b>10</b>	<b>20</b>		<b>15</b>
2.1 Types of Companies. Privately-owned and State-owned Companies. The Article. Kinds of Articles	6		2	4	В, УД	3
2.2 Relationships between Companies. Holding Company. Conglomerate. Joint Venture. Consortium. Use of articles with common and abstract nouns. Use of articles with nouns of material	6		2	4	РМГ, ПЗ	3
2.3 Shareholders, the Management. Workforce of a Company. Use of articles with proper nouns	6		2	4	В, УО, ТД	3
2.4 The Management Structure of a Typical Company. Special difficulties in the use of articles (names of month and days, seasons, meals, languages)	6		2	4	П, В	3
2.5 Human Resources (HR). HR Department. Human Resource Management. Use of articles with set expressions	6		2	4	ПР, Т	3
<b>Unit 3. Management and Leadership. The Pronoun</b>	<b>54</b>	-	<b>18</b>	<b>36</b>		<b>27</b>
3.1 Key Notions of Management. Classification of pronouns	6		2	4	В, ПЗ	3
3.2 Basic Management Functions. Personal and possessive pronouns	6		2	4	Д, УО	3
3.3 Planning and Organizing Functions. Reflexive pronouns	6		2	4	К, Т	3
3.4 Directing and Controlling Functions. Reciprocal pronouns	6		2	4	К, УО	3

3.5 Leadership. Leadership styles. Interrogative pronouns	6		2	4	П, В	3
3.6 Autocratic / Authoritarian style of leadership. Demonstrative pronouns	6		2	4	П, УО	3
3.7 Participative or Democratic style. Indefinite and negative pronouns	6		2	4	УД, Т	3
3.8 Laissez-faire (Free Rein Style). Pronouns: <i>some, any, all, most, no, none of</i> . Defining pronouns. <i>Both, either, neither; each, every</i>	6		2	4	УО, ПЗ	3
3.9 Visionary, Coaching, Narcissistic. Toxic and Other Leadership Styles. Quantitative pronouns. <i>Much/ many, a lot of, (a) little / (a) few</i>	6		2	4	П, В	3
<b>Unit 4. Economics. Key Economic Notions. The Adjective. Comparative and Superlative forms of adjectives</b>	<b>54</b>	<b>-</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>27</b>
4.1 Key Notions of Economics. Adjectives with nouns	6		2	4	ТД, ПЗ	3
4.2 Goods and Services. Adjectives with verbs	6		2	4	УО, КТ, В	3
4.3 Production. Distribution. -ed and -ing forms of the Adjectives	6		2	4	УД, Т	3
4.4 The notion of Scarcity. Order of adjectives; stronger and weaker meanings	6		2	4	Д, УО	3
4.5 Types of Economic Systems. Degrees of comparison of adjectives	6		2	4	П, В	3
4.6 Microeconomics. Comparative and superlative forms of adjectives	6		2	4	Д, ТД	3
4.7 Macroeconomics. Comparative structures: <i>as...as, not so..as, the more...the less, the same as</i> with adjectives	6		2	4	Д, В	3
4.8 Domestic Economy. The structures: <i>the+ comparative, so and such, enough and too</i> with adjectives	6		2	4	П, КТ	3
4.9 Main Functions of Economists. Duties of Managers. Grammar revision	6		2	4	УО, ПЗ	3
<b>Individual Tasks</b>	<b>12</b>			<b>12</b>	<b>ІЗ</b>	<b>16</b>
<b>Разом за I семестр</b>	<b>180/6</b>		<b>56</b>	<b>124</b>		<b>100</b>
<b>Підсумковий контроль – екзамен</b>						
<b>II семестр</b>						
<b>Unit 5. Product, Market and Market Relations. The Adverb</b>	<b>40</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>20</b>
5.1 Customers, Consumers and Clients. Word order	4	-	2	2	В, Т	2
5.2 The Concept of Product. The Adverb. Types of adverb	4	-	2	2	В, РМГ	2
5.3 Tangible Products and Intangible Products. Adverbs of frequency, time	4	-	2	2	ПЗ	2
5.4 Core, Actual and Augmented Products. Adverbs of place and manner	4	-	2	2	ПЗ	2
5.5. The Concept of a Market. Adverbs of	4		2	2	П	2

probability, degree, and completeness						
5.6 Market Orientation. Grammar Exercises	4		2	2	В, КТ	2
5.7 The Concept of Demand. Connecting adverbs ( <i>so, too, either, neither; first, next, then, etc; actually, fortunately, etc; only, even</i> )	4		2	2	Д	2
5.8 The Concept of Supply. Comparison of adverbs. Adverbs of degree: <i>quite – rather.</i>	4		2	2	Д	2
5.9 Types of Markets. Adverbs/ adjectives.	4		2	2	УД	2
5.10 Target Market. Grammar Revision	4		2	2	П	2
<b>Unit 6. Marketing and Advertising. The Preposition. The Numeral</b>	<b>40</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>20</b>
6.1 The Concept of Marketing. The Preposition: general forms and use	4		2	2	П	2
6.2 The Marketing Mix. Prepositions of place	4		2	2	Д	2
6.3 Product and Price as Elements of Marketing Mix. Prepositions of movement	4		2	2	УД	2
6.4 Placement and Promotion as Elements of Marketing Mix. Prepositions of time	4		2	2	ПЗ	2
6.5 Additional Elements of Marketing Mix (8 P's of Marketing Mix). Common prepositional phrases	4		2	2	В, Т	2
6.6 The Common Channel of Distribution. Grammar Revision	4		2	2	УО, Т	2
6.7 Advertising. Product Advertising. The Numeral. Cardinal numerals. Ordinal numerals	4		2	2	РМГ, В	2
6.8 Service Advertising. Institutional Advertising. Fractions. Expressing quantity, reading figures	4		2	2	К	2
6.9 Social Advertising. Telling the time, dates, telephone numbers, addresses	4		2	2	Д	2
6.10 Advertising Strategies. Grammar Revision	4		2	2	П	2
<b>Unit 7. Trade and Commerce. Word formation. The Sentence. Questions, negatives and answers</b>	<b>40</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>20</b>
7.1 Key Notions of Trade. Word formation. Productive and unproductive affixes.	4		2	2	УО, Т	2
7.2 Producers and Consumers. The Sentence. Simple / compound/ complex, extended/ unextended sentences	4		2	2	Д	2
7.3 Forms and Types of Trade. The Subject. The Predicate. The Object	4		2	2	К	2
7.4 Wholesale Trade. The Attribute.	4		2	2	ПЗ	2
7.5 Retail Trade. The Adverbial Modifier	4		2	2	РМГ, В	2
7.6 B2B Trade. Word order in statements. Questions, negatives and answers.	4		2	2	Д	2
7.7 E-commerce. Yes/No questions. Wh-questions. Subject/object questions.	4		2	2	П	2
7.8 International Trade. Prepositions in wh-questions. Negative statements.	4		2	2	В, Т	2
7.9 International Trade Organizations. Negative questions. Question tags. Alternative Questions. Disjunctive Questions	4		2	2	ПЗ	2
7.10 The WTO. Grammar Revision	4		2	2	УО, Т	2

<b>Unit 8. Money and Banking. The Verb. Present Tense Forms</b>	<b>48</b>	<b>-</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>24</b>
8.1 Concept of Money. Types of verbs	4		2	2	П	2
8.2 Functions of Money: medium of exchange. Regular verbs and Irregular verbs	4		2	2	УД	2
8.3 Functions of Money: measure of value. State verbs and event verbs.	4		2	2	К	2
8.4 Functions of Money: store of value. Time, tense and aspect. Be, have and have got.	4		2	2	В, КТ	2
8.5 Types of Money. Present Simple (Indefinite).	4		2	2	П	2
8.6 Hard money, soft money and no-money. Present Continuous (Progressive).	4		2	2	ПЗ	2
8.7 Credit and Debit Cards. Present Simple (Indefinite) vs Present Continuous (Progressive).	4		2	2	К	2
8.8 Banking Sector. Time indicators	4		2	2	УО, РМГ	2
8.9 Types of Banks. State Verbs.	4		2	2	П	2
8.10 National Bank of Ukraine. Present Perfect	4		2	2	Д	2
8.11 Personal Finance. Present Perfect Continuous.	4		2	2	В, Т	2
8.12 Corporate Finance. Present Perfect vs Present Perfect Continuous	4		2	2	УД	2
<b>Individual Tasks</b>	<b>12</b>			<b>12</b>	<b>ІЗ</b>	<b>16</b>
<b>Разом за II семестр</b>	<b>180/6</b>		<b>84</b>	<b>96</b>		<b>100</b>
<b>Підсумковий контроль – екзамен</b>						
<b>III семестр</b>						
<b>Unit 9. Marketers' Key Functions. Past Forms</b>	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>9</b>
9.1 The Concept of Market Analysis. Past Simple (Indefinite). Past Continuous (Progressive)	6		2	4	В, ПЗ	3
9.2 Types of Marketing Research. Sales Activity. Past Habitual: <i>used to. Have gone to / have been to / have been in</i>	6		2	4	УД, Т	3
9.3 Economic Management. Past Perfect. Past Perfect Continuous	6		2	4	К, ТД	3
<b>Unit 10. Marketing Environment. Future Forms</b>	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>9</b>
10.1 The Concept of Marketing Environment. Future Simple/ Be going to	6		2	4	П, Т	3
10.2 Internal Environment. External Environment. Future Simple/ Present Continuous. Future Continuous	6		2	4	ПЗ, ТД	3
10.3 Marketing Microenvironment and Marketing Macroenvironment. Future Perfect. Future Perfect Continuous	6		2	4	ІР, В	3
<b>Unit 11. Product. Classification of Products. Modals</b>	<b>12</b>		<b>4</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>6</b>
11.1 What Is Product? Product Life-Cycle. Consumer and Industrial Products. Ability ( <i>can -</i>	6		2	4	В, П	3

<i>could - be able to</i> ). Obligation/ Duty. Probability ( <i>should/ ought</i> ). Necessity ( <i>must -have to - should/ ought – need</i> ). Absence of necessity ( <i>needn 't/ don 't have to / don 't need to – didn 't need to – needn 't have done</i> )						
11.2 What Is Brand and Trademark? Possibility ( <i>can - could/ may - might</i> ). Permission ( <i>can/ could/ may/ might</i> ). Request ( <i>can/ could/ will/ would/ may/ might</i> ). Offers ( <i>I 'll/ shall/ can/ could</i> ). Suggestions ( <i>shall/ can/ could</i> ). Prohibition ( <i>mustn 't – can 't</i> ). Logical assumption ( <i>must – can 't/ couldn 't</i> ). Advice ( <i>should/ ought to/ must</i> ). Criticism ( <i>should/ ought to</i> ). Promise ( <i>will</i> )	6		2	4	УД, РМГ	3
<b>Unit 12. Price of a Product. The Passive voice</b>	<b>12</b>		<b>4</b>	<b>8</b>	-	<b>6</b>
12.1 What Is Price? Main Aspects of Pricing. Transformation from Active to Passive. Personal/ impersonal constructions	6		2	4	В, Л	3
12.2 Pricing Strategies. Special passive constructions. Have something done. Get something done. To be done/ being done	6		2	4	Д, Т	3
<b>Unit 13. Channels of Distribution and Forms of Trade. Sequence of Tenses</b>	<b>18</b>		<b>6</b>	<b>12</b>	-	<b>9</b>
13.1 Structures and Types of Channels of Distribution. Direct speech and reported speech	6		2	4	В, УД	3
13.2 Direct Marketing. Promotion	6		2	4	П, ТД	3
13.3 Types of Middlemen. Reported speech: the tense change. Reported requests, orders, and advice. Introductory Verbs	6		2	4	ПЗ, Т	3
<b>Unit 14. Target Market and Market Segmentation. Conditionals</b>	<b>18</b>		<b>6</b>	<b>12</b>	-	<b>9</b>
14.1 Mass Market vs. Target Market. Present and future conditionals	6		2	4	УД, КТ	3
14.2 The Concept and Types of Target Marketing. Unlikely/ unreal conditions	6		2	4	Д, В	3
14.3 Main Phases of Market Segmentation. Positioning. Past conditionals. Mixed conditionals. <i>I wish, if only, it 's time</i>	6		2	4	РМГ, ПЗ	3
<b>Unit 15. Main Advertising Media: Pro et Contra. Clauses, linking words</b>	<b>18</b>		<b>6</b>	<b>12</b>	-	<b>9</b>
15.1 Main Advertising Media. Comparative Analysis of Advertising Media. Time clauses. Clauses of result. Clauses of reason. Clauses of purpose	6		2	4	В, УД	3
15.2 How to Choose Advertising Channels? Clauses of contrast. Clauses of manner	6		2	4	К, ТД	3
15.3 Best Patterns of World's Advertisements. Relative clauses. Relative adverbs. Identifying / non-identifying clauses	6		2	4	П, Т	3
<b>Unit 16. Public Relations. Non-finite forms of the Verb</b>	<b>18</b>		<b>6</b>	<b>12</b>	-	<b>9</b>
16.1 The Concept of Public Relations. The	6		2	4	В, ПЗ	3

Infinitive. Forms of the Infinitive and their meaning						
16.2 Cooperation with Mass Media. The Objective infinitive complex	6		2	4	УД, РМГ	3
16.3 PR Events and Their Organization. The Subjective infinitive complex	6		2	4	Д, Т	3
<b>Unit 17. International Marketing. Participles</b>	<b>18</b>		<b>6</b>	<b>12</b>	-	<b>9</b>
17.1 The Concept and Aims of International Marketing. The Present Participle. The Past Participle. The Perfect Participle	6		2	4	УО, ПЗ	3
17.2 Marketing Research in International Marketing. The Objective Participle complex. The Subjective Participle complex	6		2	4	П, Т	3
17.3 Key Concepts of International Marketing	6		2	4	УД, ТД	3
<b>Unit 18. Marketing Management. The Gerund</b>	<b>18</b>		<b>6</b>	<b>12</b>	-	<b>9</b>
18.1 What Is Marketing Management? The Present Participle. The Past Participle. The Perfect Participle	6		2	4	УО, ПЗ	3
18.2 Goals and Tasks of Marketing Management. Complexes with the Gerund	6		2	4	К, Т	3
18.3 Current Priorities of Marketing Management. Syntactical functions of the Gerund. The Subject. The Predicative. The Object. The Attribute	6		2	4	ПР, ТД	3
<b>Individual Tasks</b>	<b>12</b>	-	-	<b>12</b>	ІЗ	<b>16</b>
<b>Разом за III семестр</b>	<b>180/6</b>	-	<b>56</b>	<b>124</b>		<b>100</b>
<i>Підсумковий контроль – екзамен</i>						

### Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал

УД – участь у дискусії – 2 бали

КТ – комп'ютерне тестування – 1 бал

Т – тестування – 1 бал

К – кейс-стаді – 2 бали

РМГ – робота в малих групах – 1 бал

Д – доповідь – 2 бали

П – презентація – 2 бали

ПР – проєкт – 2 бали

УО – усне опитування – 1 бал

ПЗ – письмові завдання – 2 бали

ТД – термінологічний диктант – 1 бал

ІЗ – індивідуальні завдання – 16 балів як сума балів за виконання таких видів завдань:

- курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 5 балів;
- участь у наукових заходах – 5 балів;
- складання ментальної карти до теми – 2 бали;
- есе – 2 бали;
- складання тематичного словника – 2 бали.

## II. ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

### **Unit 1. Business and entrepreneurship. The Noun**

Key Notions of Business. Productive Resources: natural resources, capital, labour, technology. Profits and Profitability. Competition. Types of Business. Manufacturing Businesses. Service Businesses. Forms of Business. Sole Proprietorships. Partnerships. Corporations. Entrepreneurship.

Formation of nouns. Classification of nouns. The Category of Number. Countable and uncountable nouns. Regular plurals. Compounds. Irregular plurals. Singulalia tantum nouns. Pluralia tantum nouns. Invariable nouns. The Category of Case. Possessive case, of-phrases.

### **Unit 2. Business organizations and Human Resources. The Article.**

Types of Companies. Privately-owned and State-owned Companies. Relationships between Companies. Holding Company. Conglomerate. Joint Venture. Consortium. Shareholders, the Management and the Workforce of a Company. The Management Structure of a Typical Company. Human Resources (HR). Human Resources Department. Human Resource Management.

Use of articles with common nouns. Use of articles with nouns of material and abstract nouns. Use of articles with proper nouns (geographical names, names of places, buildings, public organizations, etc., names of persons). Special difficulties in the use of articles (names of month and days, seasons, meals, languages). Use of articles with set expressions.

### **Unit 3. Management and Leadership. The Pronoun**

Key Notions of Management. Basic Management Functions. Planning. Organizing. Directing. Controlling. Leadership. Leadership styles. Autocratic or Authoritarian style. Participative, or Democratic Style. Laissez-faire, or Free Rein Style. Visionary, Coaching, Narcissistic, Toxic and other Leadership Styles.

Classification of pronouns. Personal and possessive pronouns. Reflexive pronouns. Reciprocal pronouns. Demonstrative pronouns. Interrogative pronouns. Indefinite and negative pronouns. *Some, any, all, most, no, none of*. Defining pronouns. *Both, either, neither; each, every*. Quantitative pronouns. *Much/ many, a lot of, (a) little / (a) few*.

### **Unit 4. Economics. Key economic notions. The Adjective.**

Key Notions of Economics. Goods and Services. Production. Distribution. Scarcity. Types of Economic Systems. Microeconomics. Macroeconomics. Key Functions of Economists.

Adjectives with nouns and verbs; -ed and -ing forms. Order of adjectives; stronger and weaker meanings. Degrees of comparison of adjectives. Comparative and superlative forms of adjectives. Comparative structures: *as...as, not so..as, the more...the less, the same as, the+ comparative, so and such, enough and too* with adjectives.

### **Unit 5. Product, Market and Market Relations. The Adverb.**

Customers, consumers and clients. The concept of product. Tangible and Intangible Products. Core, Actual and Augmented Products. The Concept of a Market. Market orientation. Demand and Supply. Demanders and Suppliers. Types of Markets. Target Market.



Types of adverb. Adverb and word order. Adverbs of frequency, time, place and manner. Adverbs of probability, degree, and completeness. Connecting adverbs (*so, too, either, neither; first, next, then, etc; actually, fortunately, etc; only, even*). Comparison of adverbs. Adverbs of degree: *quite – rather*.

### **Unit 6. Marketing and Advertising. The Preposition. The Numeral.**

The concept of Marketing. The Marketing Mix: Product, Price, Placement, and Promotion. Additional elements of Marketing mix. The Common Channel of Distribution: manufacturer – wholesaler – retailer – customer. Advertising. Product Advertising. Service Advertising. Institutional Advertising. Social Advertising. Advertising Strategies.

General form and use. Prepositions of place. Prepositions of movement. Prepositions of time. Common prepositional phrases.

Cardinal numerals. Ordinal numerals. Fractions. Expressing quantity, reading figures. Telling the time, dates, telephone numbers, addresses.

### **Unit 7. Trade and Commerce. The Sentence. Questions, negatives and answers.**

Key Notions of Trade. Producers and Consumers. Forms and Types of Trade. Wholesale Trade. Retail Trade. B2B Trade. E-commerce. International Trade. International Trade Organization. The WTO.

The Sentence. Simple / compound/ complex, extended/ unextended sentences. The Subject. The Predicate. The Object. The Attribute. The Adverbial Modifier. Word order in statements.

Yes/No questions. Wh-questions. Subject/object questions. Prepositions in wh-questions. Negative statements. Negative questions. Question tags. Alternative Questions. Disjunctive Questions.

### **Unit 8. Money and Banking. The Verb. Present Tense Forms**

The Concept of Money. Functions of Money: medium of exchange, measure of value; store of value. Types of Money: hard money, soft money and no-money. Credit and debit cards. Banking Sector. Types of Banks. Personal and Corporate Finance. Bank Accounts.

Types of verbs. Regular and irregular verbs. State verbs and event verbs. Time, tense and aspect. *Be, have* and *have got*.

Present Simple (Indefinite). Adverbs of frequency. Present Continuous (Progressive). State Verbs. Present Perfect. Have been (to) /have been (to). Present Perfect Continuous (Progressive).

### **Unit 9. Marketers' Key Functions. Past Tense Forms**

Market Analysis. Types of Marketing Research. Sales Activity. Economic Management.

Past Forms. Past Simple (Indefinite). Past Continuous (Progressive). Past Habitual: *used to. Have gone to / have been to / have been in*. Past Perfect. Past Perfect Continuous.

### **Unit 10. Marketing Environment. Future Tense Forms**

The Concept of Marketing Environment. Internal (Endogenous) Environment. External (Exogenous) Environment. What Is Marketing Microenvironment? What Is Marketing Macroenvironment?

Future Forms. Future Simple/ Be Going to. Future Simple/ Present Continuous. Future Continuous. Future Perfect. Future Perfect Continuous. Future-in-the Past tense forms. Other ways of expressing future: constructions: *be about+ infinitive, be on the point + -ing form, be due to +*

*infinitive, be sure to/ be certain to/ be bound to + infinitive, to be (un)likely to + infinitive, to be sure to + infinitive.*

### **Unit 11. Product. Classification of Products. Modals**

What Is Product? Product Life-Cycle. Consumer and Industrial Products. What Is Brand and Trademark?

Modals. Ability (*can - could - be able to*). Obligation/ Duty. Probability (*should/ ought*). Necessity (*must -have to - should/ ought – need*). Absence of necessity (*needn't/ don't have to / don't need to – didn't need to – needn't have done*). Possibility (*can - could/ may - might*). Permission (*can/ could/ may /might*). Request (*can/ could/ will/ would/ may/ might*). Offers (*I'll/ shall/ can/ could*). Suggestions (*shall/ can/ could*). Prohibition (*mustn't – can't*). Logical assumption (*must – can't/ couldn't*). Advice (*should/ ought to/ must*). Criticism (*should/ ought to*). Promise (*will*). Expressions similar to modal verbs.

### **Unit 12. Price of a Product. The Passive voice**

What Is Price? Main Aspects of Pricing. Pricing Strategies.

The Passive Voice. Transformation from Active to Passive. Personal/ impersonal constructions. Special passive constructions. *Have something done. Get something done. To be done/ being done.*

### **Unit 13. Channels of Distribution and Forms of Trade. Sequence of Tenses.**

Structures and Types of Channels of Distribution. Direct Marketing. Promotion. Types of Middlemen.

Sequence of Tenses. Direct speech and reported speech. Reported speech: person, place and time. Reported statements. Reported questions. Reported speech: the tense change. Reported requests, orders, and advice. Introductory Verbs.

### **Unit 14. Target market and Market Segmentation. Conditionals**

Mass Market vs. Target Market. The Concept and Types of Target Marketing. Main Phases of Market Segmentation. Positioning. .

Conditionals. Present and future conditionals. Unlikely/ unreal conditions. Past conditionals. Mixed conditionals. *I wish, if only, it's time.*

### **Unit 15. Main Advertising Media: Pro et Contra. Clauses, linking words.**

Main Advertising Media. How to Choose Advertising Channels? Comparative Analysis of Advertising Media. Best Patterns of World's Advertisements.

Clauses, linking words. Time clauses. Clauses of result. Clauses of reason. Clauses of purpose. Clauses of contrast. Clauses of manner. Relative clauses. Relative adverbs. Identifying / non-identifying clauses.

### **Unit 16. Public Relations. The Infinitive**

The Concept of Public Relations. Cooperation with mass Media. PR Events and Their Organization. Reputation Management.

Non-finite forms of the Verb. The Infinitive. Forms of the Infinitive and their meaning. The Objective infinitive complex. The Subjective infinitive complex.

### **Unit 17. International Marketing. Participles**

The Concept and Aims of International Marketing. Enterprise Activity Globalization. Marketing Research in International Marketing. Key Concepts of International Marketing.

Participles. The Present Participle. The Past Participle. The Perfect Participle. The Objective Participle complex. The Subjective Participle complex. The Absolute Participle complex.

### **Unit 18. Marketing Management. The Gerund**

What Is Marketing Management? Goals and Tasks of Marketing Management. Current Priorities of Marketing Management. Marketing in a New Millennium.

The Gerund. Complexes with the Gerund. Inversion. Stylistic Use of Word Order.

## Структура освітнього компоненту

Результат навчання	Навчальна діяльність	Робочий час студента, год.
<b>I семестр</b>		
<b>Unit 1. Business and Entrepreneurship. The Noun</b>		<b>10/20</b>
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; understanding different aspects of language behaviour	<b>Practical lesson 1.</b> 1. Key Notions of Business. 2. Formation of nouns. 3. Classification of nouns. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 19, 29 Internet sources: 31, 32, 33	2
	<b>Self-study:</b> enriching thematic vocabulary; developing grammatical skills; analyzing grammar rules	4
correct use of topical vocabulary; practising and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 2.</b> 1. Productive Resources. 2. The Category of Number. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 19, 29 Internet sources: 31, 32, 33	2
	<b>Self-study:</b> doing grammar exercises; reading and translating texts on the topic	4
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 3.</b> 1. The Profits and Profitability. 2. Competition. 3. Regular plurals. 4. Compounds. 5. Irregular plurals References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 19, 29 Internet sources: 31, 32, 33	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	4
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations	<b>Practical lesson 4.</b> 1. Types of Business. 2. Manufacturing Businesses. 3. Service Businesses 4. Singularia tantum. 5. Pluralia Tantum. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 19, 29 Internet sources: 31, 32, 33	2

	<p><b>Self-study:</b> studying thematic information; preparing presentations on the topic; developing grammatical skills; analyzing grammar rules</p>	4
ability to use lexical and grammatical resources of the language; knowledge of topical vocabulary	<p><b>Practical lesson 5.</b> 1. Forms of Business. 2. Sole Proprietorships. 3. Partnerships. 4. Corporations. 5. Category of Case. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 19, 29 Internet sources: 31, 32, 33</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme</p>	4
<b>Unit 2. Business Organizations and Human Resources. The Article</b>		<b>10/20</b>
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<p><b>Practical lesson 6.</b> 1. Types of Companies. 2. Privately-owned and State-owned Companies. 3. The Article. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 20, 21, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> doing grammar exercises; reading and translating texts on the theme</p>	4
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work	<p><b>Practical lesson 7.</b> 1. Relationships between Companies. 2. Holding Company. 3. Conglomerate. 4. Joint Venture. 5. Consortium. 6. Use of articles with common and abstract nouns. 7. Use of articles with nouns of material. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 20, 21, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options</p>	4

ability to use lexical and grammatical resources of the language; knowledge of topical vocabulary	<b>Practical lesson 8.</b> 1. Shareholders. 2. Management . 3. Workforce of a Company. 4. Use of articles with proper nouns (geographical names, names of places, buildings, public organizations, etc., names of persons). References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 20, 21, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	4
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 9.</b> 1. The Management Structure of a Typical Company. 2. Special difficulties in the use of articles (names of month and days, seasons, meals, languages). References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 20, 21, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33	2
	<b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	4
correct use of topical vocabulary; practising and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 10.</b> 1. Human Resources Department. 2. Human Resources Management. 3. Use of articles with set expressions. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 20, 21, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33	2
	<b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating texts on the theme	4
<b>Unit 3. Management and Leadership. The Pronoun</b>		<b>18/36</b>
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition,	<b>Practical lesson 11.</b> 1. Key Notions of Management. 2. Classification of pronouns. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 35, 41	2

implicature, etc.)	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	4
gain in depth the knowledge of the topical vocabulary; practicing and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 12.</b> 1. Basic Management Functions. 2. Personal and possessive pronouns. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 35, 41	2
	<b>Self-study:</b> enriching thematic vocabulary; developing grammatical skills; analyzing grammar rules	4
correct use of topical vocabulary; practising and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 13.</b> 1. Planning and Organizing Functions. 2. Reflexive pronouns. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 35, 41	2
	<b>Self-study:</b> doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the topic	4
ability to reproduce and produce effectively topical vocabulary in oral and writing speech; practising and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 14.</b> 1. Directing and Controlling Functions. 2. Reciprocal pronouns. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 35, 41	2
	<b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options	4
ability to use grammatical resources of the language; understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work	<b>Practical lesson 15.</b> 1. Leadership. 2. Leadership styles. 3. Interrogative pronouns. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 35, 41	2
	<b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme	4

correct use of topical vocabulary; practising and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 16.</b> 1. Autocratic or Authoritarian leadership style. 2. Demonstrative pronouns. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 35, 41	2
	<b>Self-study:</b> analyzing grammar rules and doing grammar tasks; developing the ability to collect information on the topic from specialized Internet sources; preparing presentations on the topic	4
understanding of logical relations ; awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements	<b>Practical lesson 17.</b> 1. Participative or Democratic leadership style. 2. Indefinite pronouns. 3. Negative pronouns. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 35, 41	2
	<b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options	4
ability to identify, evaluate and synthesize topical information; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson18.</b> 1. Laissez-fair or Free Rein leadership style. 2. Pronouns <i>some, any, all, most, no, none of</i> . 3. Defining pronouns. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 35, 41	2
	<b>Self-study:</b> analyzing grammar rules and doing grammar tasks; developing the ability to collect information on the topic from specialized Internet sources	4
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 19.</b> 1. Visionary, Coaching, Narcissistic, Toxic leadership styles. 2. Quantitative pronouns. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 35, 41	2
	<b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options; preparing presentations on the topic	4



<b>Unit 4. Economics. Key Economic Notions. The Adjective. Comparative and Superlative forms of adjectives</b>		<b>18/36</b>
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 20.</b> 1. Key Notions of Economics. 2. Adjectives with nouns . References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 34, 35, 38	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	4
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 21.</b> 1. Goods and Services. 2. Adjectives with verbs. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 34, 35, 38	2
	<b>Self-study:</b> analyzing grammar rules and doing grammar tasks; developing the ability to collect information on the topic from specialized Internet sources	4
correct use of topical vocabulary; practising and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 22.</b> 1. Production. 2. Distribution. 3. –ed and –ing forms of adjectives. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 34, 35, 38	2
	<b>Self-study:</b> enriching thematic vocabulary; developing grammatical skills; analyzing grammar rules	4
gain in depth the knowledge of the topical vocabulary; practising and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 23.</b> 1. The Notion of Scarcity. 2. Order of adjectives; stronger and weaker meaning. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 34, 35, 38	2
	<b>Self-study:</b> doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the topic	4

understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<p><b>Practical lesson 24.</b></p> <p>1. Types of Economic Systems.</p> <p>2. Degrees of Comparison of Adjectives.</p> <p>References: 1, 2, 4, 5, 6</p> <p>Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30</p> <p>Internet sources: 31, 32, 33, 34, 35, 38</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>preparing presentations on the topic</p> <p>writing study and specialism- related essays to develop an argument;</p> <p>explaining advantages and disadvantages of various options</p>	4
ability to use topical vocabulary and grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<p><b>Practical lesson 25.</b></p> <p>1. Microeconomics.</p> <p>2. Comparative and Superlative Adjective Forms.</p> <p>References: 1, 2, 4, 5, 6</p> <p>Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30</p> <p>Internet sources: 31, 32, 33, 34, 35, 38</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>writing notes conveying complex professionally relevant information;</p> <p>rendering articles;</p> <p>summarizing a wide range of factual information</p>	4
capability to apply effectively the acquired knowledge of topical information to the appropriate situation	<p><b>Practical lesson 26.</b></p> <p>1. Macroeconomics.</p> <p>2. Comparative structures: as...as, not so...as, the more...the less, the same as with adjectives.</p> <p>References: 1, 2, 4, 5, 6</p> <p>Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30</p> <p>Internet sources: 31, 32, 33, 34, 35, 38</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>learning topical vocabulary; revising grammar rules and doing grammar tasks; developing writing skills</p>	4
understanding of logical relations ; awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements;	<p><b>Practical lesson 27.</b></p> <p>1. Domestic Economy.</p> <p>2. The structures: the +comparative, so and such, enough and too with adjectives.</p> <p>References: 1, 2, 4, 5, 6</p> <p>Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30</p> <p>Internet sources: 31, 32, 33, 34, 35, 38</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>activating topical vocabulary;</p> <p>revising grammar rules;</p> <p>developing speaking skills; preparing presentations on the topic</p>	4

ability to identify, evaluate and synthesize topical information; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 28.</b> 1. Key Functions of Economists . 2. Duties of Managers. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 27, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 33, 34, 35, 38	2
	<b>Self-study:</b> doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme	4
<b>Individual Tasks</b>		12
<b>Разом за I семестр</b>		<b>180</b>
<b>II семестр</b>		
<b>Unit 1. Product, Market and Market Relations. The Adverb</b>		<b>20/20</b>
knowledge of topical vocabulary; ability to use lexical and grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 1.</b> 1. Customers, Consumers and Clients. 2. Word Order. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 23, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	2
knowledge of topical vocabulary; ability to use lexical and grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 2.</b> 1. The Concept of Product. 2. Types of adverb. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 23, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	2
gain in depth the knowledge of the topical vocabulary; practicing and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 3.</b> 1. Tangible products. 2. Intangible Products. 3. Adverbs of frequency, time. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 23, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> learning topical vocabulary; revising grammar rules and doing grammar tasks; developing writing skills	2

ability to use topical vocabulary and grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 4.</b> 1. Core, Actual and Augmented Products. 2. Adverbs of place and manner. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 23, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> enriching thematic vocabulary; developing grammatical skills; analyzing grammar rules	2
ability to identify, evaluate and synthesize topical information; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 5.</b> 1. The Concept of a Market. 2. Adverbs of probability and completeness. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 23, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> analyzing grammar rules and doing grammar tasks; developing the ability to collect information on the topic from specialized Internet sources; preparing presentations on the topic	2
knowledge of topical vocabulary; ability to use lexical and grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 6.</b> 1. Market Orientation. 2. Grammar Exercises. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 23, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> learning topical vocabulary; revising grammar rules and doing grammar tasks; developing writing skills	2
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work	<b>Practical lesson 7.</b> 1. The Concept of Demand. 2. Connecting adverbs. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 23, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> doing grammar exercises; reading and translating texts on the topic; developing speaking skills	2

awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations	<p><b>Practical lesson 8.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. The Concept of Supply.</li> <li>2. Adverbs of degree.</li> <li>3. Comparison of adverbs.</li> </ol> <p>References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 23, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>doing grammar exercises; reading and translating texts on the topic; developing speaking skills</p>	2
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations	<p><b>Practical lesson 9.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Types of Markets.</li> <li>2. Adverbs/adjectives.</li> </ol> <p>References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 23, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts</p>	2
capability to apply effectively the acquired knowledge of topical information to the appropriate situation	<p><b>Practical lesson 10.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Target Market.</li> <li>2. Grammar Revision.</li> </ol> <p>References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 23, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme</p>	2
<b>Unit 2. Marketing and Advertising. The Preposition. The Numeral</b>		<b>20/20</b>
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; ability to lexical resources of the language	<p><b>Practical lesson 11.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. The Concept of Marketing.</li> <li>2. Prepositions. General forms and use.</li> </ol> <p>References: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme</p>	2

understanding of logical relations ; awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements	<b>Practical lesson 12.</b> 1. The Marketing Mix (four Ps). 2. Prepositions of place. References: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 45	2
	<b>Self-study:</b> analyzing grammar rules and doing grammar tasks; developing the ability to collect information on the topic from specialized Internet sources; preparing reports on the topic	2
capability to apply effectively the acquired knowledge of topical information to the appropriate situation	<b>Practical lesson 13.</b> 1. Product as an Element of Marketing. 2. Price as an Element of Marketing. 3. Prepositions of movement. References: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts	2
awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 14.</b> 1. Placement as an Element of Marketing Mix. 2. Promotion as an Element of Marketing Mix. 3. Prepositions of time. References: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 45	2
	<b>Self-study:</b> studying thematic information; developing grammatical skills; analyzing grammar rules	2
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work	<b>Practical lesson 15.</b> 1. Additional Elements of Marketing Mix (eight Ps). 2. Common Prepositional Phrases. References: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 45	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	2

ability to identify, evaluate and synthesize topical information; ability to use grammatical resources of the language	<p><b>Practical lesson 16.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Common Channel of Distribution: manufacturer-wholesaler-retailer-customer.</li> <li>2. Grammar Revision.</li> </ol> <p>References: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>doing grammar exercises; reading and translating texts on the topic; developing speaking skills</p>	2
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<p><b>Practical lesson 17.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Advertising.</li> <li>2. Product Advertising.</li> <li>3. The Numeral.</li> <li>4. Cardinal and Ordinal Numerals.</li> </ol> <p>References: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts</p>	2
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations	<p><b>Practical lesson 18.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Service Advertising.</li> <li>2. Institutional Advertising.</li> <li>3. Fractions.</li> <li>4. Expressing quantity, reading figures.</li> </ol> <p>References: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>analyzing grammar rules and doing grammar tasks; developing the ability to collect information on the topic from specialized Internet sources</p>	2
ability to identify, evaluate and synthesize topical information; ability to use grammatical resources of the language	<p><b>Practical lesson 19.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Social Advertising.</li> <li>2. Telling the time, dates, telephone numbers, addresses.</li> </ol> <p>References: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b></p> <p>activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills</p>	2

capability to apply effectively the acquired knowledge of topical information to the appropriate situation	<p><b>Practical lesson 20.</b></p> <p>1. Advertising Strategies. 2. Grammar Revision. References: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials</p>	2
<b>Unit 3. Trade and Commerce. Word formation. The Sentence. Questions, negatives and answers</b>		<b>20/20</b>
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<p><b>Practical lesson 21.</b></p> <p>1. Key Notions of Trade. 2. Word formation. 3. Productive and unproductive affixes. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills</p>	2
ability to use topical vocabulary and grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<p><b>Practical lesson 22.</b></p> <p>1. Producers and Consumers. 2. The Sentence. 3. Simple / compound/ complex, extended/ unextended sentences. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> analyzing grammar rules and doing grammar tasks; developing the ability to collect information on the topic from specialized Internet sources; preparing reports on the topic</p>	2
gain in depth the knowledge of the topical vocabulary; practicing and memorizing grammatical rules	<p><b>Practical lesson 23.</b></p> <p>1. Forms and Types of Trade. 2. The Subject. 3. The Predicate. 4. The Object. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 45</p>	2



	<b>Self-study:</b> enriching thematic vocabulary; developing grammatical skills; analyzing grammar rules	2
capability to apply effectively the acquired knowledge of topical information to the appropriate situation	<b>Practical lesson 24.</b> 1. Wholesale Trade. 2. The Attribute. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options	2
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 25.</b> 1. Retail Trade. 2. The Adverbial Modifier. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 45	2
	<b>Self-study:</b> revising grammar rules; developing speaking skills; writing notes conveying complex relevant information to academic and professional addressees	2
ability to reproduce and produce effectively topical vocabulary in oral and writing speech; practicing and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 26.</b> 1. B2B Trade. 2. Word Order in Different Types of Sentences. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 45	2
	<b>Self-study:</b> learning topical vocabulary; revising grammar rules and doing grammar tasks; developing writing skills	2
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 27.</b> 1. E-commerce. 2. Yes/No questions. 3. Wh-questions. 4. Subject/object questions.. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 45	2

	<p><b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the topic</p>	2
<p>awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)</p>	<p><b>Practical lesson 28.</b> 1. International Trade. 2. Prepositions in wh-questions. 3. Negative statements. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> developing grammatical skills; analyzing grammar rules; developing reading and speaking skills</p>	2
<p>ability to identify, evaluate and synthesize topical information; ability to use grammatical resources of the language</p>	<p><b>Practical lesson 29.</b> 1. International Trade Organizations. 2. Negative questions. 3. Question tags. 4. Alternative Questions. 5. Disjunctive Questions. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme</p>	2
<p>knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language</p>	<p><b>Practical lesson 30.</b> 1. The WTO. 2. Grammar Revision. References: 1, 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26 Internet sources: 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> developing grammatical skills; analyzing grammar rules; developing reading and speaking skills</p>	2
<b>Unit 4. Money and Banking. The Verb. Present Tense Forms</b>		<b>24/24</b>
<p>knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language</p>	<p><b>Practical lesson 31.</b> 1. Concept of Money. 2. Types of verbs. References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41</p>	2

	<p><b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the topic</p>	2
gain in depth the knowledge of the topical vocabulary; practicing and memorizing grammatical rules	<p><b>Practical lesson 32.</b> 1. Functions of Money: medium of exchange. 2. Regular verbs and Irregular verbs. References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> developing grammatical skills; analyzing grammar rules; developing reading and speaking skills</p>	2
capability to apply effectively the acquired knowledge of topical information to the appropriate situation	<p><b>Practical lesson 33.</b> 1. Functions of Money: measure of value. 2. State verbs and event verbs. References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills</p>	2
ability to use topical vocabulary and grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<p><b>Practical lesson 34.</b> 1. Functions of Money: store of value. 2. Time, tense and aspect. <i>Be, have and have got.</i> References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> learning topical vocabulary; revising grammar rules and doing grammar tasks; developing writing skills</p>	2
awareness and proper use of categories, structures and processes; ability to use topical vocabulary and grammatical resources of the language	<p><b>Practical lesson 35.</b> 1. Types of Money. 2. The Present Simple Tense. 3. Adverbs of Frequency. References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> analyzing grammar rules and doing grammar tasks; developing the ability to collect information on the topic from specialized Internet sources; preparing presentations on the topic</p>	2

ability to identify, evaluate and synthesize topical information; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 36.</b> 1. Hard Money, Soft Money, No-Money. 2. Present Continuous. References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41	2
	<b>Self-study:</b> studying thematic information; developing grammatical skills; analyzing grammar rules	2
understanding of logical relations ; awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements	<b>Practical lesson 37.</b> 1. Credit and Debit Cards. 2. Present Simple (Indefinite) and Present Continuous (Progressive). References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41	2
	<b>Self-study:</b> rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts	2
control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 38.</b> 1. Banking Sector. 2. Time indicators. References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41	2
	<b>Self-study:</b> doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the topic; developing speaking skills	2
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 39.</b> 1. Types of Banks. 2. State Verbs. References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41	2
	<b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the topic; developing speaking skills	2

correct use of topical vocabulary; practicing and memorizing grammatical rules	<b>Practical lesson 40.</b> 1. National Bank of Ukraine. 2. Present Perfect. References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41	2
	<b>Self-study:</b> doing grammar tasks; developing the ability to collect information on the topic from specialized Internet sources; preparing reports on the topic	2
ability to use topical vocabulary and grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 41.</b> 1. Personal Finance. 2. Present Perfect Continuous. References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41	2
	<b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options	2
awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 42.</b> 1. Corporate Finance. 2. Present Perfect and Present Perfect Continuous. References: 2, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16, 19, 28, 29, 30 Internet sources: 31, 32, 38, 41	2
	<b>Self-study:</b> writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials	2
<b>Individual Tasks</b>		12
<b>Разом за II семестр</b>		<b>180</b>
<b>III семестр</b>		
<b>Unit 1. Marketers' Key Functions. Past Forms</b>		<b>6/12</b>
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 1.</b> 1. The Concept of Market Analysis. 2. Past Simple (Indefinite). 3. Past Continuous (Progressive). References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2

	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	4
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 2.</b> 1. Types of Marketing Research. 2. Sales Activity. 3. Past Habitual. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options	4
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 3.</b> 1. Economic Management. 2. Past Perfect. 3. Past Perfect Continuous. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts	4
<b>Unit 2. Marketing Environment. Future Forms</b>		<b>6/12</b>
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 4.</b> 1. The Concept of Marketing Environment. 2. Future Simple. 3. The construction <i>to be going to</i> . References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme	4

knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 5.</b> 1. Internal (Endogenous) Environment. 2. External (Exogenous) Environment. 3. Future Simple / Present Continuous. 4. Future Continuous. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	4
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 6.</b> 1. Marketing Microenvironment. 2. Marketing Macroenvironment. 3. Future Perfect. 4. Future Perfect Continuous. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options	4
<b>Unit 3. Product. Classification of Products. Modals</b>		<b>4/8</b>
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 7.</b> 1. What is Product? 2. Product Life-Cycle. 3. Consumer and Industrial Products 4. Ability. 5. Obligation / Duty. 6. Probability. 7. Necessity. Absence of necessity. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme	4

awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 8.</b> 1. What is a Brand? 2. What Is a Trademark? 3. Possibility. Permission. 4. Request. Offers. Suggestions. 5. Prohibition. Logical assumption. 6. Advice. Criticism. Promise. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts	4
<b>Unit 4. Price of a Product. The Passive voice</b>		<b>4/8</b>
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 9.</b> 1. What Is Price? 2. Main Aspects of Pricing. 3. Transformation from Active to Passive. 4. Personal / Impersonal Constructions. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options	4
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 10.</b> 1. Pricing Strategies. 2. Special Passive Constructions. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> preparing reports on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme	4
<b>Unit 5. Channels of Distribution and Forms of Trade. Sequence of Tenses</b>		<b>6/12</b>



knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 11.</b> 1. Structures of Channels of Distribution. 2. Types of Channels of Distribution. 3. Direct Speech. 4. Reported Speech. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	4
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 12.</b> 1. Direct Marketing. 2. Promotion. 3. Reported Statements. 4. Reported Questions. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme	4
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 13.</b> 1. Types of Middlemen. 2. Wholesale Trade. 3. Retail Trade. 4. Reported speech: the tense change. 5. Reported requests, orders, and advice. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts	4
<b>Unit 6. Target Market and Market Segmentation. Conditionals</b>		<b>6/12</b>
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 14.</b> 1. Mass Market. 2. Target Market. 3. Present and Future Conditionals. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2

	<p><b>Self-study:</b> writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts</p>	4
<p>knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes</p>	<p><b>Practical lesson 15.</b> 1. The Concept of Target Marketing. 2. Types of Target Markets. 3. Unlikely / Unreal Conditions. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills</p>	4
<p>awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)</p>	<p><b>Practical lesson 16.</b> 1. Main Phases of Market Segmentation. 2. Past Conditionals. 3. Mixed Conditionals. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options</p>	4
<b>Unit 7. Main Advertising Media: Pro et Contra. Clauses, linking words</b>		<b>6/12</b>
<p>understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language</p>	<p><b>Practical lesson 17.</b> 1. Main Advertising Media. 2. Comparative Analysis of Advertising Media. 3. Time Clauses. Clauses of Result. 4. Clauses of Reason. Clauses of Purpose. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45</p>	2
	<p><b>Self-study:</b> writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts</p>	4

knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 18.</b> 1. How to Choose Advertising Channels? 2. Clauses of Contrast. 3. Clauses of Manner. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing study and specialism- related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options	4
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 19.</b> 1. Best Patterns of World's Advertisements. 2. Relative Adverbs. 3. Identifying / Non-identifying Clauses. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 14, 17, 18, 23, 24, 26 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; preparing presentations on the topic; revising grammar rules; developing speaking skills	4
<b>Unit 8. Public Relations. Non-finite forms of the Verb</b>		<b>6/12</b>
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 20.</b> 1. The Concept of Public Relations. 2. The Infinitive. 3. Forms of the Infinitive and Their Meaning. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 8, 9, 14, 17, 18, 23, 24 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts	4
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 21.</b> 1. Cooperation with Mass Media. 2. The Objective Infinitive Complex. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 8, 9, 14, 17, 18, 23, 24 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> enriching thematic vocabulary; developing grammatical skills; analyzing grammar rules	4

awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 22.</b> 1. PR Events and Their Organization. 2. The Subjective Infinitive Complex. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 8, 9, 14, 17, 18, 23, 24 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the topic	4
<b>Unit 9. International Marketing. Participles</b>		<b>6/12</b>
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 23.</b> 1. The Concept and Aims of International Marketing. 2. The Present Participle. 3. The Past Participle. 4. The Perfect Participle. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 8, 9, 14, 17, 18, 23, 24 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	4
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 24.</b> 1. Marketing Research and International Marketing. 2. The Objective Participle Complex. 3. The Subjective Participle Complex. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 8, 9, 14, 17, 18, 23, 24 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> preparing presentations on the topic; doing grammar exercises; reading and translating a newspaper article on the theme	4
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 25.</b> 1. Key Concepts of International Marketing. 2. The Absolute Participle Complex. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 8, 9, 14, 17, 18, 23, 24 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> enriching thematic vocabulary; developing grammatical skills; analyzing grammar rules	4

<b>Unit 10. Marketing Management. The Gerund</b>		<b>6/12</b>
knowledge of topical vocabulary; ability to use grammatical resources of the language; awareness and proper use of categories, structures and processes	<b>Practical lesson 26.</b> 1. What is Marketing Management? 2. Forms of Gerund and Its Features. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 8, 9, 14, 17, 18, 23, 24 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing notes and memos conveying complex relevant information to academic and professional addressees, rendering articles and authentic materials; summarizing a wide range of factual academic and specialism-related texts	4
awareness and control of the organization of the meaning of grammatical elements; understanding of logical relations (entailment, presupposition, implicature, etc.)	<b>Practical lesson 27.</b> 1. Goals and Tasks of Marketing Management. 2. Complexes with the Gerund. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 8, 9, 14, 17, 18, 23, 24 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> activating topical vocabulary; revising grammar rules; developing speaking skills	4
understanding and interpreting different aspects of culture and language behaviour in the world of work; ability to use grammatical resources of the language	<b>Practical lesson 28.</b> 1. Current Priorities of Marketing Management. 2. Syntactical Functions of the Gerund. The Subject. The Predicate. 3. The Object. The Attribute. References: 2, 3, 4, 5, 6 Recommended materials: 8, 9, 14, 17, 18, 23, 24 Internet sources: 31, 32, 36, 37, 39, 40, 42, 45	2
	<b>Self-study:</b> writing study and specialism-related essays to develop an argument; explaining advantages and disadvantages of various options	4
<b>Individual Tasks</b>		12
<b>Разом за III семестр</b>		<b>180</b>

### III. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

#### *Основні джерела*

1. Гончар К. Л., Тригуб Г. В., Хникіна О. О. English for Business Communication = Ділова комунікація англійською мовою) : навч.-метод. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2022.
2. Іваницька Н.Б., Нечипоренко В.О., Калініченко А.І., Сікорська Л.О. Граматика перекладу фахової літератури (у вправах та прикладах): навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019.
3. Нечипоренко В.О. Англійська мова маркетингу та реклами = Basic English of Marketing and Advertising : навч. посіб. [для студ. закл. вищ. осв.]. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020.
4. Пабат М., Кочмар Д., Оверчук О. Іноземна мова за професійним спрямуванням. Англійська для економістів = English for Professional Purposes. English for Economists: навч. посібник. Рівне: МЕРУ, 2023.
5. Хоменко Е. Граматика англійської мови = A Grammar of the English Language. К.: Знання, 2024.
6. Zamkova, N., Tymoshchuk, N., & Havryliuk, N. (2023). Ukrainian EFL Learners' Use and Views of Electronic Dictionaries: a Case Study in Higher Education. Arab World English Journal (AWEJ). Special Issue on Communication and Language in Virtual Spaces, 49–61. DOI: <https://dx.doi.org/10.24093/awej/comm1.4>.

#### *Додаткові:*

7. Акмалдінова О.М., Будко Л.В., Фатєєва С.П. Практична граматика англійської мови : навч. посіб. 5-е вид. К.: НАУ, 2016.
8. Все про англійські дієслова. К.: Методика, 2020.
9. Граматика англійської мови. Доступно і просто. К.: Арій, 2018.
10. Граматика англійської мови: часові форми дієслова: навч. посіб. / Укладач: Щур Н.М. Тернопіль: Центр оперативної поліграфії, 2020.
11. Кравченко В.В. Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей. Костянтинівка, 2022.
12. Литвиненко Г. І., Алексахіна Т.О. Англійська мова для студентів I-II курсів інженерних та економічних спеціальностей = English for Students of Technology and Economics. К.: Університетська книга, 2023.
13. Мазур О.В., Сочач К.О. Англійська для економістів / English for Economists. К.: Гельветика, 2021.
14. Турчин Д.Б. English for International relations. Вінниця: НОВА КНИГА, 2021.
15. Armstrong G., Kotler Ph., Harker M., Brennan R. Marketing: An Introduction. 4<sup>th</sup> ed. Longman (Pearson Education), 2019.
16. Chan M. English for Business Communication. Routledge, 2020.
17. Clark R., Baker D. Finance. Oxford University Press, 2017.

18. Clark D., McCarten J., McCarthy M. Grammar for Business (with Audio CD). Cambridge University Press, 2019.
19. Dooley J., Evans V. It's Grammar Time. Express Publishing, 2023.
20. Emmerson P. Business vocabulary Builder. McMillan, 2018.
21. Evans V., Dooley J., Buchannan D. Career Paths: Logistics. Express Publishing, 2019.
22. Evans V., Dooley J., Bloom M. Career Paths: Public Relations. Express Publishing, 2018.
23. Evans V., Dooley J., Vickers C. Sales and Marketing. Express Publishing, 2017.
24. Hobbs M., Starr K.J. Commerce. Oxford University Press, 2019.
25. O'Keeffe M., Dubicka I., Rosenberg M. Business Partner. Pearson, 2020.
26. Lisboa M., Handford M. Business Advantage. Student's Book. International English, 2017.
27. Rosenberg M. Business English. Communicative Activities. Express Publishing, 2018.
28. Taylor J., Zeter J. Career Paths: Business English. Express Publishing, 2019.
29. Townend J., Allison J. In Company 3.0. ESP Logistics. Macmillan Education, 2017.
30. Ukrainian-English Visual Dictionary = Українсько-англійський візуальний словник. HarperCollins Publishers, 2023.

**Інтернет ресурси:**

31. ENGLISH GRAMMAR. URL: <https://www.e-grammar.org/>
32. Free English Grammar Books. URL: <https://www.learnenglishteam.com/great-books-to-improve-your-english/>
33. Oxford Grammar. URL: <https://languages.oup.com/>
34. Oxford Handbooks Online: Economics and Finance. URL: [www.oxfordhandbooks.com](http://www.oxfordhandbooks.com)
35. Oxford Learner Dictionary. URL: <https://www.oed.com/>
36. <https://marketing-dictionary.org/>
37. <https://www.pdfdrive.com/the-international-dictionary-of-marketing-e34332723.html>
38. [www.thebalance.com](http://www.thebalance.com)
39. [www.marketing-schools.org](http://www.marketing-schools.org)
40. [www.prontomarketing.com](http://www.prontomarketing.com)
41. [www.mbaskool.com](http://www.mbaskool.com)
42. [www.lyfemarketing.com](http://www.lyfemarketing.com)
43. [www.socialmediatoday.com](http://www.socialmediatoday.com)
44. [www.pestleanalysis.com](http://www.pestleanalysis.com)
45. <https://www.businessenglishpod.com/category/marketing/>