

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
19.06.2026
протокол № 08, п. 7

ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказ від 19.06.2026 № 144

ІНОЗЕМНА МОВА СПЕЦІАЛЬНОСТІ

FOREIGN LANGUAGE FOR PROFESSIONAL PURPOSES

РОБОЧА ПРОГРАМА

Ступінь вищої освіти	«бакалавр» /	«bachelor»
Галузь знань	06 Журналістика» /	Journalism
Спеціальність	061 Журналістика» /	Journalism
Освітня програма	Реклама і зв'язки з громадськістю /	Advertising and Public Relations

Розробник Іваницька Наталя, доктор філологічних наук, професор

Гарант освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» - Танасійчук Альона, доктор економічних наук, професор

Обговорено та схвалено:

на засіданні кафедри іноземної філології та перекладу 29.05.2026 р. протокол № 06;

на засіданні вченої ради обліково-фінансового факультету 05.06.2026 р. протокол № 06.

Рецензенти:

Терещенко Лілія, кандидат філологічних наук, доцент;

Сліпецька Віра, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри практики англійської мови і методики її навчання Дрогобицького державного педагогічного університету ім. Івана Франка.

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

Підп. до друку 31.08.2026 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,16.
Обл.-вид. арк.0,95. Тираж 2. Зам. № 474.

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

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Мета вивчення освітнього компонента.

Робоча програма освітнього компонента «Іноземна мова спеціальності» розроблена для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 061 Журналістика на ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю. Курс «Іноземна мова спеціальності» є невід'ємним складником навчального процесу з підготовки PR-спеціалістів. Основне призначення іноземної мови як предметної галузі вищої освіти полягає у формуванні компетентностей для комунікації в усній і писемній формах відповідно до мотивів, цілей і соціальних норм мовленнєвої поведінки у типових сферах і ситуаціях іншомовного спілкування.

Мета навчання іноземної мови спеціальності у немовному ЗВО полягає у формуванні іншомовної комунікативної компетенції для ведення переговорів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю, ділового листування, складання анотації та реферування наукової літератури за фахом іноземною мовою. Під час вивчення освітнього компонента передбачено набуття соціокультурних та лінгвокультурних компетентностей

Освітній компонент «Іноземна мова спеціальності» є важливою складовою професійної підготовки здобувачів вищої освіти освітньої за ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю». Курс спрямований на формування іншомовної комунікативної компетентності, необхідної для ефективної професійної діяльності у сфері реклами, медіакомунікації, брендингу, цифрового маркетингу та зв'язків з громадськістю. Сучасна індустрія реклами та PR функціонує в умовах глобалізації, активного розвитку цифрових технологій і міжнародної професійної комунікації, що зумовлює потребу у фахівцях, здатних здійснювати професійне спілкування іноземною мовою, працювати з автентичними інформаційними джерелами, аналізувати міжнародний комунікаційний досвід та використовувати сучасну професійну термінологію у сфері реклами і зв'язків з громадськістю.

Метою освітнього компонента є формування у здобувачів вищої освіти іншомовної професійно-комунікативної компетентності для здійснення ефективної комунікації у професійній сфері, розвитку навичок усного та писемного мовлення, роботи з професійно орієнтованими текстами, а також використання іноземної мови у майбутній професійній діяльності.

Основними завданнями освітнього компонента є:

- формування навичок професійного іншомовного спілкування у сфері реклами та PR;
- засвоєння фахової лексики й сучасної термінології галузі;
- розвиток навичок читання, аналізу та інтерпретації автентичних професійно орієнтованих текстів;
- удосконалення навичок усного мовлення під час обговорення професійних ситуацій, презентацій та ділової комунікації;
- формування навичок написання професійних текстів різних жанрів (пресрелізів, рекламних повідомлень, ділового листування, медіатекстів тощо);

- розвиток навичок міжкультурної комунікації у міжнародному професійному середовищі;
- формування здатності використовувати сучасні цифрові та інформаційні ресурси іноземною мовою у професійній діяльності;
- підготовка здобувачів до самостійного професійного вдосконалення та безперервного розвитку мовної компетентності.

Після вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні набути вмінь використовувати іноземну мову як інструмент професійної комунікації, ефективно взаємодіяти у міжнародному комунікаційному середовищі та застосовувати іншомовні знання у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.

Результатом вивчення освітнього компонента «Іноземна мова спеціальності» для освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» є формування комплексу компетентностей:

- інтегральна компетентність: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов;

- загальні компетентності:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

- спеціальні (фахові) компетентності:

СК02. Здатність формувати інформаційний контент;

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

Програмні результати навчання здобувачів з освітнього компонента «Іноземна мова спеціальності» наступні.

ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

ПР12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.

ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

Міждисциплінарні зв'язки: програма упорядкована відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю». Курс викладається на IV курсі (8 семестр), має безпосередній

зв'язок із дисциплінами професійної та практичної підготовки, оскільки забезпечує професійно орієнтовану іншомовну компетенцію фахівців облікової сфери.

Критерії оцінювання результатів навчання

Критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітнього компонента. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Критерії оцінювання результатів навчання

Рівні компетентності	За шкалою ДТЕУ	Критерії оцінювання
1	2	3
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з освітнього компонента, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та працює з ними; проводить власні дослідження, може використовувати набуті знання та вміння при розв'язанні задач.
Достатній (частково-пошуковий)	82-89	Володіє навчальним матеріалом, вміє зіставляти та узагальнювати, виявляє творчий інтерес до предмету, виконує завдання з повним поясненням та обґрунтуванням, але допускає незначні помилки; може усвідомити нові для нього факти, ідеї.
	75-81	Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені програмою, з частковим поясненням.
Елементарний (репродуктивний)	69-74	Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.
	60-68	Ознайомлений з навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком або відомим алгоритмом.
Низький (фрагментарний)	35-59	Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів та фрагментів матеріалу; під керівництвом НПП виконує елементарні завдання.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.

Для очної 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 компонента для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.

Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з 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).

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу від 17.06.2024 № 08 (зі змінами від 25.11.2024, протокол № 12).

Відповідно до згаданого Положення здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового контролю, має право в день оголошення результатів звернутися із заявою на ім'я директора з проханням апеляційного перегляду оцінки.

**Обсяг освітнього компонента в кредитах та його розподіл
(тематичний план)**

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Усього годин / кредитів	з них				
		лекції	практичні	СРС		
1	2	3	4	5	6	7
Unit 1. Career Opportunities in Advertising and Public Relations. Curriculum Vitae. The Passive Voice in Professional Communication	8		4	4		
1.1. Career paths in advertising, public relations, and media communication	4		2	2	УО, УД	4
1.2. Curriculum Vitae. The Passive Voice in Professional Communication in Professional Communication	4		2	2	ТД, УО	4
Unit 2. Employability Skills in Advertising and Public Relations. Business Communication. Modal Verbs for Probability, Deduction and Speculation	8		4	4		
2.1. Employability Skills in Advertising and Public Relations.	4		2	2	РМГ, П	4
2.2 Business Communication. Modal Verbs for Probability, Deduction and Speculation	4		2	2	УД, ТД	4
Unit 3. PR Writing and Professional Correspondence. Conditionals and Mixed Conditionals	8		4	4		
3.1 PR Writing and Professional Correspondence	4		2	2	ПР, Т	4
3.2 Conditionals and Mixed Conditionals	4		2	2	УО, МК	4
Unit 4. Media and Advertising Content Writing. Reported Speech in Media and Business Communication	8		4	4		
4.1 Media and Advertising Content Writing.			2	2	ПО, Т, РМГ	4
4.2 Reported Speech in Media and Business Communication			2	2	ПО, ТД	4
Unit 5. Professional Documentation in Advertising and PR. Complex Object and Complex Subject	8		4	4		

5.1. Professional Documentation in Advertising and PR.	4		2	2	ПО, ТД	4
5.2. Complex Object and Complex Subject	4		2	2	МК, РМГ, Т	4
Unit 6. Public Speaking and Presentation Skills in Public Relations. Participle Clauses and Reduced Relative Clauses	8		4	4		
6.1. Public Speaking and Presentation Skills in Public Relations	4		2	2	УО, РМГ, Т	4
6.2. Participle Clauses and Reduced Relative Clauses	4		2	2	ПР, РМГ	4
Unit 7. Professional Communication and Negotiation Skills. Inversion and Emphatic Structures	6		4	2		
7.1 Professional Communication and Negotiation Skills	3		2	1	УО, ТД	4
7.2. Inversion and Emphatic Structures	3		2	1	МК, УД	4
Unit 8. Media Communication and Interview Skills. The Gerund and the Infinitive in Professional Contexts	6		4	2		
8.1. Media Communication and Interview Skills.	3		2	1	П, Т	4
8.2. The Gerund and the Infinitive in Professional Contexts	3		2	1	УО, ПО	4
Unit 9. Digital Communication in Advertising and Public Relations. Linking Devices and Cohesion in Formal Communication	10		6	4		
9.1. Digital Communication in Advertising and Public Relations.	4		2	2	П, РМГ	4
9.2. Online communication tools and digital platforms.	3		2	1	ПО, ТД	4
9.3. Linking Devices and Cohesion in Formal Communication	3		2	1	МК, УО	4
Unit 10. Social Media Platforms for Professional Communication and Networking. Academic and Professional Style in Written Communication	10		6	4		
10.1. Professional communication through social media platforms	4		2	2	П, РМГ	4
10.2. Building professional online presence and reputation.	3		2	1	ПР, Т	4
10.3. Professional Style in Written Communication	3		2	1	УД, ТД	4
Індивідуальне завдання	10			10		12
Разом за II семестр	90/3		44	46		100
Підсумковий контроль - екзамен						

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

УО – усне опитування на практичних заняттях – 2 бали.

ПО – письмове опитування на практичних заняттях – 2 бали.

УД – участь у дискусії – 2 бали.

ТД – термінологічний диктант – 2 бали.

МК – складання ментальної карти – 2 бали.

ТЕ – написання есе – 3 бали.

П – презентація – 3 бали.

ПР – розробка проєктного завдання – 3 бали.

Т – тестування – 1 бал.

РМГ – робота в малих групах – 1 бал.

ІЗ – індивідуальне завдання – 12 балів (підготовка проєктів на розвиток softskills / участь у наукових заходах). За бажанням здобувачі вищої освіти можуть отримати бали за індивідуальне завдання, виконавши завдання в межах неформальної освіти, узгодивши обсяг роботи із викладачем. Наприклад, можна пройти такий курс

How to start a PR career. URL:

<https://osvita.diia.gov.ua/en/profession/communications-specialist>

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

II. ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Unit 1. Career Opportunities in Advertising and Public Relations.

Curriculum Vitae. The Passive Voice in Professional Communication

Career paths in advertising, public relations, and media communication. Essential professional skills for communication specialists. Writing an effective Curriculum Vitae and cover letter. Job interviews and professional self-presentation. Career planning and professional growth opportunities. The use of the Passive Voice in business and professional communication. Passive structures in media, advertising and PR texts.

Unit 2. Employability Skills in Advertising and Public Relations. Business Communication. Modal Verbs for Probability, Deduction and Speculation

Professional communication in the workplace. Teamwork and collaboration in creative industries. Business etiquette and corporate communication culture. Time management and problem-solving strategies. Building professional relationships with clients and partners. Modal verbs for probability and deduction. Modal verbs for speculation and assumptions.

Unit 3. PR Writing and Professional Correspondence.

Conditionals and Mixed Conditionals

Writing professional e-mails and formal business correspondence. Communicating with clients, partners, and media representatives. Writing invitations, confirmations, and follow-up messages. Networking and partnership communication. Digital etiquette in professional interaction. Conditionals in professional and business communication. Mixed conditionals in hypothetical and problem-solving situations.

Unit 4. Media and Advertising Content Writing.

Reported Speech in Media and Business Communication

Writing press releases and public announcements. Creating advertising and promotional texts. Writing content for social media platforms. Producing texts for websites and digital communication channels. Adapting communication messages for target audiences. Reported statements and questions in professional communication. Reporting interviews, announcements, and media messages.

Unit 5. Professional Documentation in Advertising and PR.

Complex Object and Complex Subject

Writing reports and professional summaries. Preparing project proposals and creative briefs. Developing communication plans and event documentation. Creating presentation materials for professional purposes. Complex object in professional communication and media interaction. Complex subject in formal reports and public statements.

Unit 6. Public Speaking and Presentation Skills in Public Relations.

Participle Clauses and Reduced Relative Clauses

Techniques for effective public speaking. Delivering presentations and presenting communication ideas. Effective communication of ideas in professional contexts. Verbal and non-verbal communication strategies. Audience engagement and presentation delivery. Participle clauses in formal and professional communication. Reduced relative clauses in presentations and public speaking.

Unit 7. Professional Communication and Negotiation Skills.

Inversion and Emphatic Structures

Communication in workplace and business environment. Negotiation strategies in professional situations. Participating in meetings and professional discussions. Problem-solving and conflict management communication. Persuasive communication in professional interaction. Inversion in formal and persuasive communication. Emphatic structures for professional interaction and negotiations.

Unit 8. Media Communication and Interview Skills.

The Gerund and the Infinitive in Professional Contexts

Communication with media representatives and journalists. Interviewing and public communication in media context. Preparing for media interaction and public appearances. Managing communication in public and media contexts. Developing confidence in spoken professional interaction. The gerund after verbs and expressions used in communication. Infinitive structures in professional and media contexts.

Unit 9. Digital Communication in Advertising and Public Relations.

Linking Devices and Cohesion in Formal Communication

Digital transformation of advertising and PR industry. Online communication tools and digital platforms. Communication in virtual professional environment. Digital etiquette and online professional interaction. Current trends in digital communication technologies. Transitional words and phrases in formal communication. Cohesive techniques for structuring professional texts.

Unit 10. Social Media Platforms for Professional Communication and Networking. Academic and Professional Style in Written Communication

Professional communication through social media platforms. LinkedIn and professional online identity development. Networking in digital communication environment. Building professional online presence and reputation. Ethical communication in social networking platforms. Features of academic and professional writing styles. Language conventions in formal written communication.

Структура освітнього компонента

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час здобувача, год
1	2	3
Unit 1. Career Opportunities in Advertising and Public Relations. Curriculum Vitae. The Passive Voice in Professional Communication.		
identify and discuss career opportunities in advertising and public relations; prepare and structure a professional CV for employment in the communication industry; apply the Passive Voice in professional and business communication contexts.	Practical lesson 1.1 1. Career paths in advertising, public relations, and media communication. 2. Essential professional skills for communication specialists. Resources: Literature: 1, 3, 4, 6. Recommended materials: 9, 10, 18, 19. Internet sources: 22, 26, 27, 29, 30.	2
	Self-study: researching careers in advertising and public relations; preparing a personal CV in English; learning and revising topic-related vocabulary.	2
	Practical lesson 1.2. 1. Writing an effective Curriculum Vitae and cover letter. Job interviews and professional self-presentation. 2. Career planning and professional growth opportunities. 3. The use of the Passive Voice in business and professional communication. 4. Passive structures in media, advertising and PR texts. Resources: Literature: 1, 3, 4, 6. Recommended materials: 9, 10, 18, 19. Internet sources: 22, 26, 27, 29, 30.	2
	Self-study: completing grammar exercises on the Passive Voice; analyzing professional texts containing passive constructions; preparing a short self-presentation for a job interview.	2
Unit 2. Employability Skills in Advertising and Public Relations. Business Communication. Modal Verbs for Probability, Deduction and Speculation.		
use English vocabulary related to employability skills, advertising, and public relations in professional communication; participate in discussions and workplace	Practical lesson 2.1 1. Professional communication in the workplace. 2. Teamwork and collaboration in creative industries. 3. Business etiquette and corporate communication culture. Resources: Literature: 1, 3, 4, 5, 6. Recommended materials: 9, 10, 11, 17, 18, 19. Internet sources: 22, 23, 26, 27, 29, 30.	2

communication using appropriate business English expressions; apply modal verbs for probability, deduction, and speculation in spoken and written English within professional context.	Self-study: preparing vocabulary lists related to business communication; creating a multimedia presentation on employability skills for communication professionals	2
	Practical lesson 2.2. 1. Time management and problem-solving strategies. 2. Building professional relationships with clients and partners. 3. Modal verbs for probability and deduction. 4. Modal verbs for speculation and assumptions. Resources: Literature: 1, 3, 4, 5, 6. Recommended materials: 9, 10, 11, 17, 18, 19. Internet sources: 22, 23, 26, 27, 29, 30.	2
	Self-study: completing grammar exercises on modal verbs for probability and deduction; creating dialogues using modal structures in workplace situations; preparing a short presentation on professional communication skills.	2
Unit 3. PR Writing and Professional Correspondence. Conditionals and Mixed Conditionals.		
use English vocabulary and terminology related to PR writing and professional correspondence; write formal emails, business letters, and professional messages in English for public relations contexts; apply conditionals and mixed conditionals in spoken and written professional communication.	Practical lesson 3.1. 1. Writing professional e-mails and formal business correspondence. 2. Communicating with clients, partners, and media representatives. 3. Writing invitations, confirmations, and follow-up messages. 4. Networking and partnership communication. Digital etiquette in professional interaction.	2
	Self-study: Preparing a group project related to employability and communication strategies..	2
	Practical lesson 3.2. 1. Conditionals in professional and business communication. 2. Mixed conditionals in hypothetical and problem-solving situations. Resources: Literature: 1, 2, 5, 6, 7. Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 16, 17, 20. Internet sources: 23, 24, 25, 27, 28.	2
	Self-study: completing grammar exercises on conditionals and mixed conditionals; developing a grammar mind map illustrating the use of conditional structures in professional communication.	2

Unit 4. Media and Advertising Content Writing. Reported Speech in Media and Business Communication.		
use English vocabulary and terminology related to media, advertising, and content writing; analyze and create advertising and media texts for different communication purposes; produce written media content in English using appropriate style, tone, and structure; apply reported speech in professional, media, and business communication; communicate and report information effectively in spoken and written English within advertising and media contexts.	Practical lesson 4.1. 1. Writing press releases and public announcements. 2. Creating advertising and promotional texts. Writing content for social media platforms. 3. Producing texts for websites and digital communication channels. 4. Adapting communication messages for target audiences. Resources: Literature: 1, 2, 5, 6, 7. Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 16, 17, 20. Internet sources: 23, 24, 25, 27, 28.	2
	Self-study: analyzing examples of advertising and media content in English; preparing short media texts and promotional messages; learning and revising vocabulary related to media communication and advertising writing.	2
	Practical lesson 4.2. 1. Reported statements and questions in professional communication. 2. Reporting interviews, announcements, and media messages. Resources: Literature: 1, 2, 5, 6, 7. Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 16, 17, 20. Internet sources: 23, 24, 25, 27, 28.	2
	Self-study: completing grammar exercises on reported speech; transforming direct speech into reported speech in media and business contexts; preparing a short news report or media statement using reported speech structures.	2
Unit 5. Professional Documentation in Advertising and PR. Complex Object and Complex Subject.		
use English vocabulary and terminology related to professional documentation in advertising and public relations; prepare and analyze professional documents used in PR and advertising communication; produce formal written communication in	Practical lesson 5.1. 1. Writing reports and professional summaries. 2. Preparing project proposals and creative briefs. 3. Developing communication plans and event documentation. 4. Creating presentation materials for professional purposes. Resources: Literature: 1, 2, 5, 6, 7. Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 16, 17, 20. Internet sources: 23, 24, 25, 27, 28.	2

English using appropriate professional style and structure; apply Complex Object and Complex Subject constructions in spoken and written professional communication; communicate information clearly and accurately in business and media-related contexts.	Self-study: analyzing samples of professional documentation used in advertising and PR; preparing formal business documents and communication materials in English; learning and revising vocabulary related to professional documentation and business correspondence.	2
	Practical lesson 5.2. 1. Complex object in professional communication and media interaction. 2. Complex subject in formal reports and public statements. Resources: Literature: 1, 2, 5, 6, 7. Recommended materials: 7, 8, 9, 10, 12, 14, 16, 17, 20. Internet sources: 23, 24, 25, 27, 28.	2
	Self-study: completing grammar exercises on Complex Object and Complex Subject constructions; designing a mind map focused on the functions and patterns of Complex Object and Complex Subject constructions.	2
Unit 6. Public Speaking and Presentation Skills in Public Relations. Participle Clauses and Reduced Relative Clauses.		
use English vocabulary and terminology related to public speaking, presentations, and public relations communication; deliver professional presentations and public speeches in English for PR and media contexts; structure and present information clearly for different audiences and communication purposes; apply participle clauses and reduced relative clauses in spoken and written professional communication; communicate ideas confidently and effectively in public relations and presentation settings.	Practical lesson 6.1. 1. Techniques for effective public speaking. 2. Delivering presentations and presenting communication ideas. 3. Effective communication of ideas in professional contexts. 4. Verbal and non-verbal communication strategies. 5. Audience engagement and presentation delivery. Resources: Literature: 4, 5, 6, 7. Recommended materials: 7, 9, 10, 11, 13, 15, 16, 17, 19. Internet sources: 22, 26, 27, 28, 29.	2
	Self-study: analyzing examples of public speeches and PR presentations in English; preparing presentation outlines and speaking notes; learning and revising vocabulary related to public speaking and presentation skills.	2
	Practical lesson 6.2. 1. Participle clauses in formal and professional communication. 2. Reduced relative clauses in presentations and public speaking. Resources: Literature: 4, 5, 6, 7. Recommended materials: 7, 9, 10, 11, 13, 15, 16, 17, 19. Internet sources: 22, 26, 27, 28, 29.	2

	Self-study: developing a grammar project focused on complex syntactic structures in English.	2
Unit 7. Professional Communication and Negotiation Skills. Inversion and Emphatic Structures.		
use English vocabulary and terminology related to professional communication and negotiation in advertising and public relations; participate in professional discussions, meetings, and negotiation processes in English; apply appropriate communication strategies for persuasive and effective interaction in business contexts; use inversion and emphatic structures in spoken and written professional communication; express arguments, opinions, and negotiation positions clearly and confidently in English.	Practical lesson 7.1. 1. Communication in workplace and business environment. 2. Negotiation strategies in professional situations. 3. Participating in meetings and professional discussions.	2
	Self-study: completing grammar exercises on inversion and emphatic structures; transforming sentences using emphatic and inverted patterns; preparing and presenting a short negotiation or professional communication scenario in English.	1
	Practical lesson 7.2. 1. Problem-solving and conflict management communication. 2. Persuasive communication in professional interaction. 3. Inversion in formal and persuasive communication. 4. Emphatic structures for professional interaction and negotiations. Resources: Literature: 4, 5, 6, 7. Recommended materials: 7, 9, 10, 11, 13, 15, 16, 17, 19. Internet sources: 22, 26, 27, 28, 29.	2
	Self-study: analyzing examples of professional communication and negotiation in English; developing a grammar mind map illustrating the use of inversion in formal and professional communication.	1
Unit 8. Media Communication and Interview Skills. The Gerund and the Infinitive in Professional Context.		1
use English vocabulary and terminology related to media communication and interview skills; participate in professional interviews and media communication in English; apply appropriate communication strategies in formal and professional interaction; use gerund and infinitive structures accurately in spoken and written	Practical lesson 8.21 1. Communication with media representatives and journalists. 2. Interviewing and public communication in media context. 3. Preparing for media interaction and public appearances. 4. Managing communication in public and media contexts. 5. Developing confidence in spoken professional interaction.	2
	Self-study: Preparing a presentation on media communication and interview skills.	1
	Practical lesson 8.2. 1. The gerund after verbs and expressions used in communication. 2. Infinitive structures in professional and media contexts.	2

professional communication; express ideas, opinions, and professional information effectively in media and interview contexts.	Resources: Literature: 4, 5, 6, 7. Recommended materials: 7, 9, 10, 11, 13, 15, 16, 17, 19. Internet sources: 22, 26, 27, 28, 29.	
	Self-study: completing grammar exercises on the gerund and the infinitive; transforming sentences using gerund and infinitive constructions in professional contexts; preparing and practicing a short professional interview or media communication task in English.	1
Unit 9. Digital Communication in Advertising and Public Relations. Linking Devices and Cohesion in Formal Communication.		
use English vocabulary and terminology related to digital communication in advertising and public relations; communicate effectively in digital and professional communication environments; apply linking devices and cohesive techniques in formal spoken and written English; structure professional texts logically and coherently for different communication purposes; produce clear and well-organized digital communication content in advertising and PR contexts.	Practical lesson 9.1. 1. Digital transformation of advertising and PR industry. 2. Communication in virtual professional environment.	2
	Self-study: Preparing a presentation on social media communication and professional networking.	2
	Practical lesson 9.2. 1. Online communication tools and digital platforms. 2. Digital etiquette and online professional interaction. 3. Current trends in digital communication technologies.	2
	Self-study: learning and revising vocabulary related to digital communication and media interaction. improving text organization using cohesive techniques in formal communication.	1
	Practical lesson 9.3. 1. Transitional words and phrases in formal communication. 2. Cohesive techniques for structuring professional texts. Resources: Literature: 3, 6, 7. Recommended materials: 8, 10, 17, 18, 19. Internet sources: 23, 24, 25, 27, 29.	2
	Self-study: completing grammar and writing exercises on linking devices and cohesion; creating a mind map on linking devices and cohesion in formal communication	1
Unit 10. Social Media Platforms for Professional Communication and Networking. Academic and Professional Style in Written Communication.		
use English vocabulary and terminology related to social media communication and professional networking;	Practical lesson 10.1 1. Professional communication through social media platforms. 2. LinkedIn and professional online identity development. 3. Networking in digital communication environment.	2

communicate effectively in professional and academic online environments; produce written texts in English using appropriate academic and professional style conventions; apply language structures and stylistic features typical of formal written communication; create clear, coherent, and professionally structured written content for digital communication contexts.	Self-study: reviewing and discussing examples of professional communication on social media platforms; preparing a presentation on academic and professional writing styles.	2
	Practical lesson 10.2 1. Building professional online presence and reputation. 2. Ethical communication in social networking platforms. Resources: Literature: 3, 6, 7. Recommended materials: 8, 10, 17, 18, 19. Internet sources: 23, 24, 25, 27, 29.	2
	Self-study: preparing a project on building a professional online presence and reputation.	1
	Practical lesson 10.3 1. Features of academic and professional writing styles. 2. Language conventions in formal written communication. Resources: Literature: 3, 6, 7. Recommended materials: 8, 10, 17, 18, 19. Internet sources: 23, 24, 25, 27, 29.	2
	Self-study: practicing formal writing techniques in academic and professional contexts; creating a formal written communication task for professional or academic purposes.	1
Індивідуальне завдання		10
Всього:		90/3

III. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. 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. 276 с.
2. Anmol Salim Khan. How to Write Effective Business English: Write Better in Your Business Life. Sakha Global Books (Sakha Books), 2020. 152 p.
3. Downers Colm. Cambridge English for Job-hunting. Student's Book. Cambridge University Press, 2022. 187 p.
4. Evans Virginia, Dooly Jenny, Bloom Max. Career Paths. Public Relations. Express publishing, 2019. 127 p.
5. Gore Sylee. English for Marketing and Advertising. Oxford University Press, 2019. 156 p.
6. McLisky Mary, Phillips Terry. English For Public Relations in Higher Academic Studies, 2011. 260 p.
7. Moore Charles, Dooly Jenny Career Paths: Journalism. Public Relations. Express publishing, 2018. 127 p.

Додаткові:

7. Виспінська Н.М., Колісниченко Т.В. English for specific purposes. Journalism and Cross-media = Англійська мова для професійних цілей – журналістика та кросмедійність: навч. посібник. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. 184 с.
8. Banks T. Writing for Impact Student's Book. Cambridge University Press, 2021. 96 p.
9. Chan Mable. English for Business Communication. Routledge, 2020. 246p.
10. Clark David, McCarten Jeanne, McCarthy Michael. Grammar for Business (with Audio CD). Cambridge University Press, 2019. 272 p.
11. Dignen Bob. Communicating Across Cultures. Student's Book. Cambridge University Press, 2021. 187 p.
12. Forsyth Patrick. Persuasive business writing: achieve your objectives and raise your profile with better business communication. How To Books; 2014. 200 p.
13. Gaer Susan, Lynn Sarah. Project Success. Pearson, 2020. 204 p.
14. Kennedy Wylie Wesley. Effective English and Letter Writing. Creative Media Partners, LLC, 2018. 112 p.
15. Means Tomas. Business Communication. Cengage Learning, 2018. 672 p.
16. Norman A. Barrett. English Grammar and Business Letter Writing: Condensed and Simplified, In Three Parts. Creative Media Partners, LLC, 2022. 248 p.
17. O'Keeffe Margaret, Dubicka Iwonna, Rosenberg Marjorie. Business Partner. Pearson, 2020. 234 p.
18. Schofield James. Collins English for Work: Workplace English. Collins, 2020. 160 p.

19. Sweeney S. English for Business Communication. 2d ed. Cambridge University Press, 2022. 234 p.
20. Taylo Shirley. Model Business Letters, Emails and Other Business Documents. 7th Edition, Kindle Edition, 2020. 212 p.

Интернет-ресурсы:

21. Best Public Relations Courses. URL: <https://alison.com/tag/public-relations>
22. Careers in PR. URL: <https://www.learndirect.com/pillar/careers-in-pr>
23. Digital Advertising Glossary: The A-Z Beginner's Guide. URL: <https://www.outbrain.com/blog/digital-advertising-glossary/>
24. Digital Marketing News. URL: <https://www.marketingtechnews.net>
25. English for journalism. URL: <https://alison.com/course/english-for-journalism>
26. English for Public Relations. URL: <https://letslearnenglish.com/services/course-outlines/english-for-public-relations/>
27. Podcasts for professionals. URL: <https://learnenglish.britishcouncil.org/free-resources/business/podcasts-professionals>
28. Popular Public Relations Courses and Certifications. URL: <https://www.coursera.org/courses?query=public%20relations>
29. PRWeek: URL: <https://www.prweek.com/us/news>
30. Public relations. URL: <https://learnenglish.britishcouncil.org/business-english/podcasts-professionals/public-relations>