ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

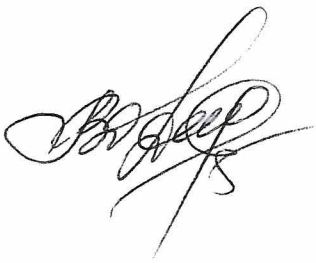
Факультет суспільних і прикладних наук
КафКафедра іноземної філології та бізнес-комунікацій
Кафедра бізнесу та управління

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчально-методичної роботи
_____ Ярослав ШТАНЬКО
"31" 08 2026 р.

ІНОЗЕМНА МОВА
(ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

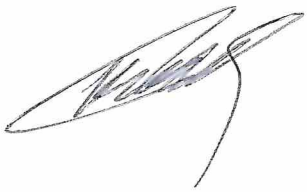
Галузь знань:	D Бізнес адміністрування та право
Спеціальність:	D3 Менеджмент
Освітньо-професійна (освітньо-на програма:	Диджитал маркетинг
Освітній рівень:	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни:	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання:	англійська
Семестр викладання	3-4

Івано-Франківськ
2026

РОЗРОБНИК:
викладачка кафедри іноземної філології та бізнес-комунікацій  Ольга ВІРСТЮК

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні кафедри іноземної філології та бізнес-комунікацій,
протокол № 1 від 31 серпня 2026 р.

Завідувач кафедри  Василь БОЙЧУК

УЗГОДЖЕНО:

Гарант ОПП  Наталія ЮРЧЕНКО

СХВАЛЕНО:

на засіданні Науково-методичної ради, протокол № 1 від 31 серпня 2026 р.

e-mail	olha.virstiuk@ukd.edu.ua
Номер кафедри	ауд. 202
Посилання на сайт	https://ukd.edu.ua
Сторінка курсу в СДО	https://online.ukd.edu.ua/course/view.php?id=3761

ВСТУП

Анотація навчальної дисципліни

Дисципліна "**Іноземна мова за професійним спрямуванням**" спрямована на розвиток ключових мовних та професійних компетенцій, які необхідні для успішного кар'єрного зростання. Курс надає студентам можливість опанувати ділову англійську мову для впевненого проходження співбесід, ведення переговорів і створення презентацій, а також оволодіти сучасними онлайн інструментами для кар'єрного розвитку. Окрім того, навчання включає розвиток м'яких навичок, таких як ефективна комунікація, аналітичне мислення та командна робота, що є критично важливими для досягнення професійних цілей.

Мета та завдання дисципліни:

Дисципліна "**Іноземна мова за професійним спрямуванням**" ставить за мету надати студентам необхідні знання та навички ділової англійської мови, необхідні для проходження співбесід, ведення переговорів, презентацій тощо. Курс спрямований на покращення мовної точності та плавності, а також розвиток навичок використання онлайн інструментів для професійного розвитку. Також особливий акцент ставиться на вдосконаленні вимови та усуненні типових мовних помилок, які перешкоджають успішній комунікації.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати:**

Основні граматичні та лексичні конструкції, що застосовуються у діловій англійській мові.

Способи використання онлайн інструментів (наприклад, LinkedIn) для побудови та розвитку кар'єри.

Методи підвищення мовної точності, корекції типових помилок та покращення вимови.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **уміти:**

Застосовувати ділову англійську мову в різних ситуаціях, таких як співбесіди, переговори, презентації тощо.

Розпізнавати та виправляти типові мовні помилки, такі як неправильне використання форм слів, узгодження та вимова.

Писати різні ділові документи (резюме, листи, електронні листи), використовуючи правильні мовні форми.

Використовувати різні онлайн інструменти для професійного розвитку та пошуку роботи.

Розвивати м'які навички, такі як комунікація, критичне мислення, командна робота тощо.

Компетентності, набуті на курсі, допоможуть студентам досягти професійних цілей у різних сферах діяльності, де потрібні знання ділової англійської мови та м'які навички.

Навчання на курсі організовано у формі практичних занять та самостійної роботи, зосереджених на покращенні мовної точності та плавності мовлення. Практичні заняття включають корекцію типових помилок, що зустрічаються у мовленні, а також запрошення фахівців, які надають рекомендації щодо успішного працевлаштування.

Професійні компетентності та результати навчання, яких набувають здобувачі внаслідок вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мовам за професійним спрямуванням» (шифри та зміст компетентностей та програмних результатів вказані відповідно до освітньої програми «Диджитал маркетинг»).

Код та назва компетентності	**Результати навчання**
ЗК 3 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу	ПР 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності
ЗК 6 Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	ПР 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності
ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях	ПР 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності
ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою	ПР 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності
СК 11 Здатність аналізувати поведінку ринкових суб’єктів та визначати особливості функціонування ринків	ПР 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс	**другий (II)**		
Семестр	**3, 4**		
Кількість кредитів ЄКТС	6		
Аудиторні навчальні заняття		**денна форма**	**заочна форма**
	лекції	**-** **(в годинах)**	**-** **(в годинах)**
	практичні	**84** **(в годинах)**	**16**
Самостійна робота		**96** **(в годинах)**	**164** **(в годинах)**
Форма підсумкового контроль	**екзамен**		

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Пререквізити	Постреквізити
Іноземна мова	Іноземна мова за професійним спрямуванням

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1: Transferable Skills, Career Choices and Careers in Marketing (12 год)

Професійні та універсальні навички, необхідні сучасному фахівцю з маркетингу. Визначення сильних сторін та професійних компетентностей. Основні професії та кар'єрні можливості у сфері маркетингу. Кар'єрні цілі та професійний розвиток. Мовні засоби для опису навичок, досвіду, надання порад і рекомендацій.

Самостійна робота студентів (16 год):

Дослідження сучасних професій у сфері маркетингу та вимог до маркетологів. Аналіз власних *hard skills* і *soft skills*. Опрацювання лексики для опису професійних компетентностей. Аналіз вакансії у сфері маркетингу та визначення основних вимог

до кандидата. Створення особистого професійного профілю та короткого *career development plan*.

Тема 2: Business Sectors, Markets and Marketing Environment (12 год)

Основні сектори економіки та галузі бізнесу. Поняття ринку та маркетингового середовища. Типи ринків та особливості діяльності компаній у різних галузях. Основні ринкові тенденції та фактори, що впливають на діяльність компаній. Опис компанії, її продуктів, послуг, клієнтів та конкурентів.

Самостійна робота студентів (16 год):

Дослідження різних секторів економіки та ринків. Порівняння діяльності компаній у різних галузях. Опрацювання понять *market, industry, sector, market leader, competitor, customer, consumer, demand, market share, market trends*. Підготовка профілю обраної компанії та короткого опису ринку, на якому вона працює.

Тема 3: Market Research and Consumer Behaviour (12 год)

Роль маркетингових досліджень у прийнятті бізнес-рішень. Основні способи збору та аналізу інформації про ринок. Визначення цільової аудиторії та потреб клієнтів. Фактори, що впливають на поведінку споживачів та прийняття рішення про покупку. Робота з поняттями *market research, target audience, customer needs, consumer behaviour, survey, feedback, buying habits, market trends*.

Самостійна робота студентів (16 год):

Ознайомлення з основними методами маркетингових досліджень. Створення короткого опитування для визначення потреб споживачів. Аналіз *customer needs* та *buying habits* для обраного продукту. Створення простого *customer profile / buyer persona*. Проведення міні-дослідження серед студентів та представлення його основних результатів.

Тема 4: Marketing Strategy and Marketing Mix (12 год)

Основні принципи розроблення маркетингової стратегії. Постановка маркетингових цілей. Поняття *target market, positioning, value proposition* та *competitive advantage*. Основні складові marketing mix. Планування запуску та просування продукту. Обговорення маркетингових цілей, пріоритетів та очікуваних результатів.

Самостійна робота студентів (16 год):

Вивчення основних складових *marketing mix (4Ps): product, price, place, promotion*. Аналіз маркетингової стратегії відомої компанії. Визначення *target market* та *competitive advantage* для обраного продукту. Розроблення простого marketing mix для нового продукту або послуги. Формулювання SMART marketing objectives.

Тема 5: Branding, Advertising and Promotion (12 год)

Поняття бренду та його роль у маркетингу. Основні елементи *brand identity* та *brand image*. Позиціонування бренду та формування впізнаваності. Основні види реклами та канали просування. Планування рекламних і промоційних кампаній. Мовні засоби для опису брендів, реклами та маркетингових кампаній.

Самостійна робота студентів (16 год):

Аналіз відомого міжнародного або українського бренду. Дослідження понять *brand identity, brand image, brand awareness, brand loyalty, brand values* та *brand reputation*. Порівняння рекламних кампаній двох брендів. Аналіз рекламного повідомлення та його цільової аудиторії. Розроблення концепції простої рекламної кампанії для обраного продукту.

Тема 6: Digital Marketing and Social Media (8 год)

Роль цифрового маркетингу у просуванні товарів і послуг. Основні канали digital marketing. Вебсайти, соціальні мережі, пошукові системи, email marketing та online advertising. Створення контенту та взаємодія з аудиторією. Основні показники ефективності цифрових маркетингових кампаній.

Самостійна робота студентів (16 год):

Дослідження основних каналів *digital marketing*. Аналіз присутності обраного бренду в соціальних мережах. Опрацювання термінів *content, engagement, reach, impressions, website traffic, conversion rate, click-through rate (CTR), KPI, ROI*. Створення простого *social media content plan*. Підготовка пропозицій щодо покращення digital presence обраного бренду.

Тема 7: Customers, Sales and Customer Experience (8 год)

Роль клієнта у маркетинговій діяльності компанії. Залучення та утримання клієнтів. Взаємозв'язок маркетингу та продажів. Поняття *customer journey, customer experience, customer satisfaction* та *customer loyalty*. Робота з відгуками та скаргами. Мовні засоби для презентації продукту, переконання та роботи з клієнтами.

Самостійна робота студентів (16 год):

Аналіз основних етапів *customer journey*. Дослідження факторів, що впливають на *customer satisfaction* та *customer loyalty*. Аналіз позитивних і негативних відгуків споживачів. Порівняння способів залучення та утримання клієнтів. Створення простого *customer journey map* для обраного продукту або послуги. Підготовка короткого *sales pitch*.

Тема 8: Marketing Communication and Presentations (8 год)

Роль ефективної комунікації у професійній діяльності маркетолога. Внутрішня та зовнішня маркетингова комунікація. Професійне листування, онлайн-комунікація, зустрічі та презентації. Представлення маркетингових ідей, результатів досліджень

та рекламних кампаній. Мовні засоби для опису тенденцій, представлення даних, аргументації та переконання.

Самостійна робота студентів (16 год):

Опрацювання правил *business email etiquette*. Написання професійного email клієнту або колезі. Підготовка короткого опису результатів маркетингового дослідження. Опрацювання мовних засобів для опису графіків, змін і тенденцій: *increase, decrease, remain stable, grow, fall, significantly, slightly*. Підготовка фінального мініпроєкту **"Marketing Campaign"**: визначення цільової аудиторії, потреб споживачів, позиціонування продукту, каналів просування та основних маркетингових повідомлень.

Зміст самостійної роботи здобувачів

Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни:

Найменування видів робіт	Розподіл годин за формам навчання	
	денна	заочна
Самостійна робота, год, у т.ч.:	96	164
Опрацювання матеріалу, викладеного на лек	50	82
Підготовка до практичних занять та контро заходів	-	-
Підготовка звітів з практичних робіт	-	-
Підготовка до поточного контролю	-	-
Опрацювання матеріалу, винесеного на само вивчення	46	82

ПОЛІТИКА КУРСУ

1) щодо системи поточного і підсумкового контролю

Організація поточного та підсумкового семестрового контролю знань студентів, проведення практик та атестації, переведення показників академічної успішності за 100-бальною шкалою в систему оцінок за національною шкалою здійснюється згідно з "Положенням про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти". Ознайомитись з документом можна за посиланням.

2) щодо оскарження результатів контрольних заходів

Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження оцінки з дисципліни отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до «Положення про політику та врегулювання конфліктних ситуацій». Ознайомитись з документом можна за покликанням.

3) щодо відпрацювання пропущених занять

Згідно "Положення про організацію освітнього процесу" здобувач допускається до семестрового контролю з конкретної навчальної дисципліни (семестрового екзамену, диференційованого заліку), якщо він виконав усі види робіт, передбачені на семестр навчальним планом та силабусом/робочою програмою навчальної дисципліни, підтвердив опанування на мінімальному рівні результатів навчання (отримав ≥35 бали), відпрацював визначені індивідуальним навчальним планом всі лекційні, практичні, семінарські та лабораторні заняття, на яких він був відсутній. Ознайомитись з документом можна за покликанням.

4) щодо дотримання академічної доброчесності

"Положення про академічну доброчесність" закріплює моральні принципи, норми та правила етичної поведінки, позитивного, сприятливого, доброчесного освітнього і наукового середовища, професійної діяльності та професійного спілкування спільноти Університету, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання. Ознайомитись з документом можна за покликанням. Ознайомитись з "Політикою академічної доброчесності" - за покликанням.

5) щодо використання штучного інтелекту

“Положення про академічну доброчесність” визначає політику щодо використання технічних засобів на основі штучного інтелекту в освітньому процесі. Ознайомитись з документом можна за покликанням.[1] *“Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату, самоплагіату, фабрикації та фальсифікації академічних творів” містить рекомендації щодо використання в академічних текстах генераторів на основі штучного інтелекту. Ознайомитись з документом можна за покликанням.*

6) щодо використання технічних засобів в аудиторії та правила комунікації

Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). На гаджетах повинен бути активований режим «без звуку» до початку заняття. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Під час виконання заходів контролю використання гаджетів заборонено (за винятком, коли це передбачено умовами його проведення). У разі порушення цієї заборони результат анульовується без права перескладання. Ознайомитись з відповідним документом можна за посиланням. Комунікація відбувається через електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle.

7) щодо зарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної/інформальної освіти

Процедури визнання результатів навчання, здобутих шляхом формальної/інформальної освіти визначаються «Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти». Ознайомитись з документом можна за покликанням.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При вивченні дисципліни застосовується комплекс методів для організації навчання студентів з метою розвитку їх логічного та абстрактного мислення, творчих здібностей, підвищення мотивації до навчання та формування особистості майбутнього фахівця.

1

Програмний результат навчання	Метод навчання	Метод оцінювання
ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності	Пояснювально-ілюстративний метод; репродуктивний метод; метод проблемного викладу матеріалу; бесіда як діалогічний метод навчання; частково-пошуковий метод; дослідницький метод; метод спостереження за мовленням; інтерактивні методи навчання; метод малих (конкурентних) груп, метод мозкового штурму, дискусія, кейс-метод, метод проєктів, метод мікрофона, метод незакінченого речення, ділова гра, метод дебрифінгу, проблемні ситуації тощо.	Поточний контроль (усне опитування й виконання письмових завдань, підготовка й проголошення публічних виступів, презентацій на практичних заняттях; самоконтроль).

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНІ РЕСУРСИ

(програмне забезпечення, лабораторне та комп'ютерне обладнання тощо)

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНІ РЕСУРСИ

Для вивчення навчальної дисципліни

"**Англійська мова за професійним спрямуванням**» необхідно:

- проєктор або інший мультимедійний екран для демонстрації навчальних презентацій, відеоматеріалів, зразків професійних текстів, документів та інфографіки;
- текстові редактори та офісні програмні засоби (Microsoft Word, Google Docs або аналоги) для підготовки, редагування й форматування документів професійного спрямування;
- доступ до англомовних електронних словників, довідників та мовних ресурсів для виконання лексикографічних, орфографічних, граматичних і редакторських завдань;
- доступ до мережі Інтернет для пошуку та аналізу актуальних зразків професійної комунікації, ділових документів, фахових публікацій, офіційних текстів та інших інформаційних ресурсів;
- електронні та друковані навчальні посібники, словники, довідники й фахова література, що входять до програми навчальної дисципліни.

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Контрольні заходи

(в разі потреби - розділити за семестрами)

Вид	***Зміст***	***% від загальної оцін***	***Бал***	
			min	***max***
Поточні контрольні заходи				
	всього	**60**	**35**	**60**
Підсумкові контрольні заходи		**40**	**25**	**40**
Всього:		**100**	**60**	**100**

Процедура проведення контрольних заходів, а саме поточного контролю знань протягом семестру та підсумкового семестрового контролю, регулюється «Положенням про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу студентів».

Фіксація **поточного** контролю здійснюється в “Електронному журналі обліку успішності академічної групи” на підставі чотирибальної шкали - “2”; “3”; “4”; “5”. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі, автоматично визначається підсумкова оцінка, здійснюється підрахунок пропущених занять.

Усі пропущені заняття, а також негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість “н” в журналі буде виставлено “0” (нуль балів), без права перездачі. Відпрацьоване лекційне заняття в електронному журналі позначається літерою «в».

Критерії оцінювання (поточного та підсумкового контролю)

До підсумкового контролю допускаються студенти які за результатами поточного контролю отримали не менше 35 балів. Усі студенти, що отримали 34 балів і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру. За результатами підсумкового контролю (диференційований залік/екзамен) студент може отримати 40 балів. Студенти, які під

час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не здали екзамен/диференційований залік і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях оцінюється в балах (згідно з **Шкалою оцінювання знань за ЄКТС**) і є сумою балів отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Шкала оцінювання знань за ЄКТС:

Оцінка за національною шкал	**Рівень досягнень,**	**Шкала ECTS**
Національна диференційована шкала		
Відмінно	90 – 100	A
Добре	83 – 89	B
	75 – 82	C
Задовільно	67 – 74	D
	60 – 66	E
Незадовільно	35 – 59	FX
	0 – 34	F
Національна недиференційована шкала		
Зараховано	60 – 100	-
Не зараховано	0 – 59	-

Студенти, які не з'явилися на заліки/екзамени без поважних причин, вважаються такими, що одержали незадовільну оцінку.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Covey, S. R. The 7 Habits of Highly Effective People. Simon & Schuster, 2004. 381 p.
2. Dignen, B. 50 Ways to Improve Your Business English. Harper Collins, 2011. 128 p.
3. Emmerson, P. Email English. Macmillan Education, 2004. 95 p.
4. Murphy, R. English Grammar in Use. 5th ed., Cambridge University Press, 2019. 380 p.
5. Williams, E. J. Presenting in English: How to Give Successful Presentations. National Geographic Learning, 2008. 112 p.