

ДІЛОВА ІНОЗЕМНА МОВА

(англійська)

Освітні програми: «Маркетинг», «Логістика»

Цикл: професійної та практичної підготовки.

Статус: нормативна навчальна дисципліна.

Навчальний рік: 2020-2021 н.р., 3 семестр.

Мета вивчення дисципліни – формування у студентів необхідної комунікативної спроможності у сферах ділового спілкування під час здійснення маркетингової діяльності в усній і письмовій формах, а також вдосконалення вже набутих на попередньому етапі навчання загальних комунікативних компетенцій.

Завдання курсу – набуття навичок володіння усним монологічним і діалогічним мовленням в межах тематики ділової англійської мови; опрацювання новітньої автентичної інформації; складання англійською мовою електронних листів, звітів, статей, есе, рекламних оголошень, оглядів на веб-сайти та службових документів.

У результаті навчання ділової англійської мови студент повинен набути наступних компетентностей:

знати:

- лексичний матеріал за темами ділового спілкування;
- продуктивний граматичний матеріал, до якого входить:
 - ~ загальна характеристика частин мови, система часів дієслів,
 - ~ типи питальних речень,
 - ~ пасивний стан дієслів, особливості вживання дієслів у пасивному стані,
 - ~ узгодження часів,
 - ~ модальні дієслова та їх еквіваленти,
 - ~ неособові форми дієслова,
 - ~ складнопідрядні речення; стратегії самостійного вивчення іноземних мов;

вміти:

- ~ розуміти розгорнуте мовлення за темами ділового спілкування стандартною мовою у нормальному темпі;
- ~ читати й розпізнавати з високим рівнем самостійності широкий діапазон термінології зі сфери ділового спілкування;
- ~ брати активну участь у розгорнутих бесідах і дискусіях, обґрунтовуючи свою позицію;
- ~ робити презентації з тем ділової англійської мови;
- ~ писати різні типи ділових документів та кореспонденції;
- ~ застосовувати способи формування та формулювання думок з граматичної точки зору;
- ~ знаходити й опрацьовувати нову текстову, графічну, аудіо- та відео інформацію з англійськомовних джерел та використовувати її для вирішення професійних завдань;
- ~ демонструючи міжкультурне розуміння, застосовувати набуті знання у конкретному професійному контексті;
- ~ перекладати англійськомовні тексти зі спеціальності українською мовою, користуючись двомовними термінологічними словниками, електронними словниками й програмним забезпеченням перекладацького спрямування.

Зміст дисципліни

- Тема 1. Основи маркетингової діяльності.
- Тема 2. Маркетингові дослідження.
- Тема 3. Сегментування, таргетування та позиціонування.
- Тема 4. Стратегії підприємства.
- Тема 5. Ціна та особливості маркетингового ціноутворення.
- Тема 6. Маркетингові канали розподілу.
- Тема 7. Логістика. Транспортування та складування в ланцюзі поставок.
- Тема 8. Маркетинг відносин.
- Тема 9. Ділова розмова по телефону.
- Тема 10. Ділові зустрічі.
- Тема 11. Ділові презентації.
- Тема 12. Як знайти роботу?
- Тема 13. Маркетингові комунікації.
- Тема 14. Реклама і просування товарів.
- Тема 15. Інтернет-маркетинг.

Викладацький склад:

Лектор: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Макарова В.В.

Викладач практичних занять: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Макарова В.В.

Тривалість: 4 кредити ECTS, 12 тижнів, 4 години на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролю, підсумковий контроль – залік.