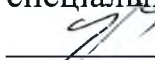


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Львівський національний університет ветеринарної медицини та**  
**біотехнологій імені С.З.Гжицького**

Кафедра української та іноземних мов  
імені Якіма Яреми

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Голова навчально-методичної комісії  
спеціальності 075- «Маркетинг»  
 доц. Поперечний С.І.  
«25» серпня 2020 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА АНГЛІЙСЬКА ЛЕКСИКА»**

*Рівень вищої освіти*

*Галузь знань*

*Спеціальність*

*Вид дисципліни*

другий (магістерський)

07 – «Управління та адміністрування»

075 – «Маркетинг»

обов'язкова

Робоча програма навчальної дисципліни «Соціально-економічна англійська лексика» для другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 – «Маркетинг».

Розробник - ст. викладач Бурковська З. Є.

Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри української та іноземних мов імені Якіма Яреми «17» серпня 20 20 року (протокол № 1).

Завідувач кафедри української та іноземних мов імені Якіма Яреми М.В. Подоляк Подоляк М.В.

Погоджено навчально-методичною комісією спеціальності 075 – «Маркетинг» «21» серпня 2020р. (протокол № 3).

Схвалено навчально-методичною радою факультету економіки та менеджменту «25» серпня 2020р. (протокол № 3).

Голова ради С.І. Поперечний Поперечний С. І.

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Всього годин	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів/годин	4,0/120	4,0/120
Усього годин аудиторної роботи	32	16
в т.ч.:		
• лекційні заняття, год.	–	–
• практичні заняття, год.	32	16
• лабораторні заняття, год.	–	–
• семінарські заняття, год.	–	–
Усього годин самостійної роботи	88	104
Вид контролю	Залік	Залік

Примітка.

Частка аудиторного навчального часу студента у відсотковому вимірі:

- для денної форми навчання – 26,6%
- для заочної форми навчання – 13,3 %.

## 2. ПРЕДМЕТ, МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 2.1. Предмет, мета вивчення навчальної дисципліни

**Предметом** вивчення дисципліни є соціально-економічна лексика та граматики мови, що дає можливість здійснювати професійне спілкування англійською мовою та оволодіння новітньою фаховою інформацією з іноземних джерел.

**Метою** вивчення дисципліни є формування необхідної комунікативної спроможності в сферах професійного та ситуативного спілкування, навичок практичного володіння англійською мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, що обумовлена професійно-діловими потребами.

### 2.2. Завдання навчальної дисципліни

**Завдання:** вивчення соціально-економічної англійської лексики; вміння сформулювати думку англійською мовою; вдосконалення слухових навичок та розуміння текстів з проблем маркетингу; збагачення словникового запасу економічного спрямування; вивчення написання офіційних листів та запитів англійською мовою; моделювання проходження співбесід та подання заяв на роботу; вміння одержувати новітню інформацію через англомовні джерела.

### 2.3. Загальні і спеціальні (фахові) компетентності та програмні результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни відповідно до освітньо-професійної програми «Маркетинг» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 – «Маркетинг» передбачає формування у студентів необхідних компетентностей та результатів навчання.

#### **Загальні компетентності:**

- навички міжособистісної взаємодії (ЗК5);
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК6).

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен продемонструвати такі **програмні результати** навчання:

- презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами (P5);
- використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу (P8).

### 3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

#### 3.1. Розподіл навчальних занять за розділами дисципліни

Назви тем	Кількість годин											
	Денна форма навчання (ДФН)						Заочна форма навчання (ЗФН)					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		л	п	лаб	Інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>	<i>13</i>
Тема 1. English as business language	9		4			5	9		2			7
Тема 2. Business communication	7		2			5	7		1			6
Тема 3. Money and economic relations	7		2			5	7		1			6
Тема 4. Business correspondence. Basic skills.	7		2			5	7		1			6
Тема 5. Advertising and its influence on goods.	7		2			5	7		1			6
Тема 6. Brands.	7		2			5	7		1			6
Тема 7. Marketing concepts	7		2			5	7		1			6
Тема 8. Products. Place	7		2			5	7		1			6
Тема 9. Promotion . Kinds of advertising.	7		4			3	7		2			5
Тема 10. Pricing	7		2			5	7		1			6
Тема 11. International Marketing and Trade	7		2			5	7		1			6
Тема 12. Wholesaling	7		2			5	7		1			6
Тема 13. Retailing	7		2			5	7		1			6
Тема 14. Talking Business	7		2			5	7		1			6
Інші види самостійної роботи	20					20	20					20
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>		<b>32</b>			<b>88</b>	<b>120</b>		<b>16</b>			<b>104</b>

**3.2. Загальні і спеціальні (фахові) компетентності та програмні результати навчання, що забезпечуються вивченням окремих тем**

Теми	Шифри компетентностей, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти	Шифри програмних результатів навчання здобувача вищої освіти
Тема 1. English as business language	ЗК5; ЗК6.	Р5; Р8.
Тема 2. Business communication	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 3. Money and economic relations	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 4. Business correspondence	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 5. Advertising and its influence on goods.	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 6. Brands.	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 7. Marketing concepts	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 8. Products. Place	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 9. Promotion . Kinds of advertising.	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 10. Pricing	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 11. International Marketing and Trade	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 12. Wholesaling	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 13. Retailing	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.
Тема 14. Talking Business	ЗК5; ЗК6	Р5; Р8.

## 3.3. Практичні заняття

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	<b>Тема 1. English as business language</b> Learn and memorize the following words and word-combinations. English as international language. Repeat Indefinite forms.	4	2
2	<b>Тема 2: Business communication</b> Learn and memorize the following words and word-combinations. Business travel (at the airport, at the hotel). Continuous forms.	2	1
3	<b>Тема 3. Money and economic relations</b> Learn and memorize the following words and word-combinations. Make up a dialogue. Read the text « Money». Perfect Forms.	2	1
4	<b>Тема 4. Business correspondence</b> New Vocabulary. Communication with computer. All Tenses in Active Voice. Practice.	2	1
5	<b>Тема 5. Advertising and its influence on goods.</b> Work at different countries in the world. Full-time and part time job. Check the facts. Passive Voice.	2	1
6	<b>Тема 6. Brands.</b> Training. National brands. Modal Verbs- can, may, must. Grammar exercises.	2	1
7	<b>Тема 7. Marketing concepts</b> Read the text «Marketing management». Learn active vocabulary. Grammar structure – to be going to / will	2	1
8	<b>Тема 8. Products. Place</b> Read the text «Branding». Working place and environment. Grammar : Future tenses	2	1
9	<b>Тема 9. Promotion. Kinds of advertising</b> Read the text «The promotion mix». Grammar : Perfect tenses	4	2
10	<b>Тема 10. Pricing</b> Read the text «Setting the price». Grammar: Prepositions. Linking words.	2	1
11	<b>Тема 11. International Marketing and Trade</b> Read the text «Breaking into an unreceptive market. International marketing».	2	1
12	<b>Тема 12. Wholesaling</b> Make up a dialogue. Learn the words. Adjectives. Adverbs.	2	1
13	<b>Тема 13. Retailing</b> Learn new words. Revision tenses.	2	1
14	<b>Тема 14. Talking Business</b> Vocabulary practice	2	1
<b>Усього годин</b>		<b>32</b>	<b>16</b>



## 3.4. Самостійна робота

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	2	3	4
1	<b>Тема 1. English as Business Language.</b> Communication with foreigners . Grammar: Indefinite Tenses	4	7
2	<b>Тема 2: Business communication</b> Learn and memorize the following words and word-combinations. Business online. Communicative skills. Continuous forms.	4	6
3	<b>Тема 3. Money and economic relations</b> Learn and memorize the following words and word-combinations. Money in the World. History of Money. Perfect Forms.	4	6
4	<b>Тема 4. Business correspondence</b> New Vocabulary. Conducting negotiations. All Tenses in Active Voice. Practice.	4	6
5	<b>Тема 5. Advertising and its influence on goods.</b> The development of adverting. All forms of advertising. Passive Voice.	7	6
6	<b>Тема 6. Brands.</b> Fashionable and National brands. Modal Verbs- can, may, must. Grammar exercises.	4	6
7	<b>Тема 7. Marketing concepts</b> Marketing management. Grammar structure – to be going to / will	4	6
8	<b>Тема 8. Products. Place</b> Global brands. Working place and environment. Grammar : Future tenses	4	6
9	<b>Тема 9. Promotion. Kinds of advertising</b> The rules of successful advertising. Grammar : Perfect tenses	4	5
10	<b>Тема 10. Pricing</b> Prices and goods. Grammar: Prepositions. Linking words.	7	6
11	<b>Тема 11. International Marketing and Trade</b> The history of trade. International marketing	4	6
12	<b>Тема 12. Wholesaling</b> I sell my hand made product. Adjectives. Adverbs.	7	6
13	<b>Тема 13. Retailing</b> Learn new words. Revision tenses.	4	6
14	<b>Тема 14. Talking Business</b> Good and bad manners at work.	7	6
15	Інші види самостійної роботи Business Correspondence. Applying for a Job ( Personal Business letter ) Negotiating International Sales	20	20
<b>Усього годин</b>		<b>88</b>	<b>104</b>



#### **4. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

Індивідуальне завдання є формою самостійної роботи студентів, в процесі виконання якого вони набувають відповідні компетенції та практичні навички одержання інформації та спілкування іноземною мовою. Студенти виконують індивідуальне завдання, обравши одну з тем, зазначених нижче.

Тематика індивідуальних завдань

1. Recruitment and selection
2. The rules of successful negotiations
3. Product and brands
4. My own product
5. My own brand
6. Business communication
7. News in advertising
8. International markets
9. Find a buyer in Europe
10. Trends today

#### **5. МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

За джерелами знань вивчення дисципліни здійснюється на основі використання таких методів навчання: словесні – розповідь, пояснення; наочні – ілюстрація; практичні – опрацювання тексту, вправи.

За рівнем самостійної розумової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

#### **6. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю.

Поточний контроль здійснюється під час практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання відповідних завдань. Форми проведення поточного контролю - усне та письмове опитування, тестовий контроль.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання на завершальному етапі вивчення дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється у формі заліку.

## 7. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ

### 7.1. Денна форма навчання

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою, національною 4-бальною шкалою та шкалою ECTS.

Таблиця 7.1

Шкали оцінювання успішності студентів

100 – бальна шкала	Національна шкала	Шкала ECTS
90 - 100	Зараховано	A
82 - 89		B
74 - 81		C
64 - 73		D
60 - 63		E
35 – 59	Незараховано з можливістю повторного складання заліку	FX
0 - 34	Незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	F

Підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою визначається на основі середнього балу поточної успішності за чотирибальною шкалою з переведенням його у 100 – бальну шкалу за такою формулою:

$$ПК = \frac{100 \times САЗ}{5},$$

де ПК – значення підсумкової залікової оцінки за 100-бальною шкалою;  
 100 – максимально можливе значення оцінки за 100-бальною шкалою;  
 5 – максимальне значення оцінки за національною 4-бальною шкалою;  
 САЗ – середнє арифметичне значення оцінок за результатами поточного контролю.

Поточний контроль проводиться за кожною вивченою темою шляхом усного чи письмового опитування. Результати поточного контролю оцінюються за чотирибальною шкалою.

На оцінку «Відмінно» – студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та самостійно його викладає, глибоко і всебічно розкриває зміст, використовуючи при цьому обов'язкову і додаткову літературу. Правильно вирішив 90% тестових завдань.

На оцінку «Добре» – студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких

питань допускаються окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.

На оцінку *«Задовільно»* – студент у цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст, але допускає окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань;

На оцінку *«Незадовільно»* – студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішує тестові завдання на елементарному рівні.

За підсумками семестрового контролю в залікову відомість студентів у графі «за національною шкалою» виставляється оцінка «зараховано/незараховано».

Присутність студента при виставленні підсумкової оцінки не обов'язкова, якщо ним виконані усі передбачені види робіт.

Результати оцінювання за 100 – бальною шкалою можуть бути змінені за рахунок заохочувальних балів:

- студентам, які не мають пропусків занять протягом семестру (додається 2 бали);

- за участь в університетських студентських олімпіадах, наукових конференціях (додається 2 бали), на міжвузівському рівні (додається 5 балів);

- за інші види навчально-дослідної роботи бали додаються за рішенням кафедри.

## 7.2. Заочна форма навчання

Максимальна кількість балів за результатами вивчення дисципліни протягом семестру становить 100. Підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою визначається як сума середнього балу поточного оцінювання (ПК) за 4 – бальною шкалою протягом семестру, перерахованого у 30 – бальну шкалу та балу за виконання тематичної самостійної роботи (ТСР) у міжсесійний період, оціненої за 70 – бальною шкалою. Перерахунок середнього балу поточного оцінювання за 4 – бальною шкалою у відповідний бал за 30 – бальною шкалою здійснюється за формулою:

$$ПК = \frac{30 \times САЗ}{5},$$

Поточний контроль проводиться викладачами під час аудиторних занять у формі усного опитування, письмового експрес-контролю, комп'ютерного тестування, виступів студентів при обговоренні питань на семінарських заняттях тощо.

## 8. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Ваврін Н. П. English for students in marketing : навчальний посібник для читання і перекладу оригінальної літератури англійською мовою в галузі маркетингу та розвиток навичок усного мовлення. Львів, 2012. 79 с.

2. Бурковська З.Є. Grammar book: навчальний посібник для вивчення граматики. Львів, 2019. 42 с.

## 9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### *Базова*

1. Bill Mascull. Business Vocabulary in Use. Cambridge University Press, 2003. 172 p.

2. Danylova Z. Turchyn L. Fundamentals of Management. Lviv, 2012. 224 p.

3. Naunton J., Tulip M. Profile 1. Oxford University Press, 2009. 142 p.

4. Wood N. Business and Commerce. Oxford University Press, 2010. 40 p.

5. Бережна О.О. Нові теми з англійської мови. Київ, 2005. 125 с.

6. Богацький І.С., Дюканова Н.М. Бізнес-курс англійської мови. Київ, 2005. 351 с.

7. Волкова О.Ю., Требеляєва О.Є. Енциклопедія англійських тем. Харків : Torsing Publishing House, 2002. 448 с.

8. Шпак В.К. Англійська мова для економістів і бізнесменів. Київ, 2004. 255 с.

9. Шпак В.К. Англійська мова для повсякденного спілкування. Київ, 2002. 98 с.

### *Допоміжна*

10. Stuart Redmon. English Vocabulary in Use. Cambridge, 2002. 262 p.

11. Балла М.І. Англо-український словник. Київ : Освіта, 1996. 654 с.

12. Бонк Н.А. Английский для международного сотрудничества. Санкт-Петербург : «Принди», 1992. 378 с.

13. Верба Г.В., Верба Л.Г. Граматика сучасної англійської мови. Київ : ВП Логос, 2003. 341 с.

## 10. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Ютуб-канал FluentU. URL : <https://www.youtube.com/c/Fluentu/featured>

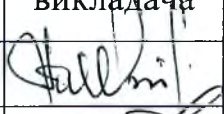
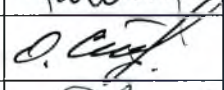
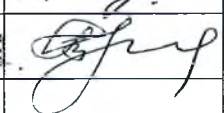
2. Відкритий онлайн курс Marketing Sales English. Coursera. URL : <https://www.coursera.org/learn/marketing-sales-english>

3. Сайт з вивчення англійської мови Business English Pod. URL : <https://www.businessenglishpod.com/category/marketing/>

4. Онлайн словник з Маркетингу. Marketing Vocabulary. URL : <https://www.englishclub.com/business-english/vocabulary-marketing.php>

**11.Погодження міждисциплінарних інтеграцій навчальної дисципліни  
«Соціально-економічна англійська лексика»**

№ з/п	Навчальні дисципліни, що забезпечують дану	Кафедра	Прізвище та ініціали відповідального викладача	Підпис викладача

№ з/п	Навчальні дисципліни, забезпечувані даною	Кафедра	Прізвище та ініціали відповідального викладача	Підпис викладача
1.	Мовознавство інтегроване з політикою	Економіка	Музикова Т. М.	
2.	Управління проектами	Економіки	Самашин О. С.	
3.	Фінансовий менеджмент	маркетингу	Сендерська С. В.	

**12.Зміни та доповнення до робочої програми навчальної дисципліни  
«Соціально-економічна англійська лексика»**

№ з/п	Зміст внесених змін (доповнень)	Дата і № протоколу засідання кафедри	Підпис зав. Кафедри