

**Білоцерківський національний аграрний університет**  
**Соціально-гуманітарний факультет**  
**Кафедра романо-германської філології та перекладу**

	<p><b>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>  <b>«УСНІ ТА ПИСЬМОВІ КОМУНІКАЦІЇ</b>  <b>(АНГЛ. МОВОЮ)»</b></p> <p>Галузь знань – 07 Управління та адміністрування          (D Бізнес, адміністрування та право)          Спеціальність – 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)          Освітня програма – Маркетинг</p>
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Компонент освітньої програми</b>	вибірковий
<b>Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин</b>	4 кредити /120 годин
<b>Семестр</b>	7
<b>Форма контролю</b>	залік
<b>Мова викладання</b>	англійська
<b>Профайл викладача</b>	<p><b>Ігнатенко Вікторія Дмитрівна</b>  <b>Посада:</b> завідувач кафедри романо-германської філології та перекладу, доцент  <b>Науковий ступінь:</b> кандидат педагогічних наук  <b>Робоче місце:</b> навчальний корпус № 3 (бульвар Олександрійський, 96), 205 ауд.  <b>E-mail:</b> victoria_ignatenko@btsau.edu.ua  <b>Зв'язок з викладачем:</b> відповідно до графіку консультацій</p>
<b>Опис дисципліни</b>	<p>Курс спрямований на розвиток практичних навичок усної та письмової комунікації англійською мовою в бізнес-середовищі. Програма охоплює основи ділового спілкування, створення професійної документації, ведення переговорів, ефективну презентацію та міжкультурну комунікацію. Особлива увага приділяється сучасним тенденціям у сфері цифрової комунікації та впливу глобалізації на бізнес-спілкування.</p>
<b>Передумови для вивчення дисципліни</b>	<p>Вивчення дисципліни базується на знаннях таких дисциплін як: «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)», «Англійська фахова термінологія».</p>
<b>Мета вивчення дисципліни</b>	<p>Вивчення дисципліни «Усні та письмові комунікації (англ. мовою)», спрямоване на поглиблений розвиток навичок усної та письмової комунікації англійською мовою у діловому середовищі. Курс формує здатність ефективно вести переговори, складати професійну документацію, створювати маркетингові та бізнес-тексти, а також використовувати відповідну спеціалізовану термінологію у професійних і міжнародних комунікаціях.</p>

<b>Формат дисципліни</b>	<p>Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дистанційне навчання) можуть використовуватись платформи Moodle, ZOOM. Формат викладання дисципліни є змішаним: поєднання традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.</p>
<b>Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)</b>	<p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<b>Очікувані результати навчання</b>	<p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P15. 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>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>
<b>Структура курсу</b>	<p><i>Content Module 1. <b>Advanced Marketing Discourse Analysis</b></i></p> <p>Topic 1.1. Critical Analysis of Marketing Texts</p> <p>Topic 1.2. Semantic and Pragmatic Features in Marketing Communication</p> <p>Topic 1.3. Persuasive and Promotional Language Techniques</p> <p>Topic 1.4. Cross-Channel Consistency in Brand Communication</p> <p><i>Content Module 2. <b>Strategic Written Communication in Marketing</b></i></p> <p>Topic 2.1. Designing Marketing Reports and Business Proposals</p> <p>Topic 2.2. Advanced Email and Corporate Correspondence Strategies</p> <p>Topic 2.3. Marketing Copywriting and Content Creation</p> <p>Topic 2.4. Translation and Localization of Marketing Texts</p>

	<p style="text-align: center;"><b>Content Module 3. Advanced Oral Communication and Negotiation</b></p> <p>Topic 3.1. High-Level Presentation Skills for Marketing Leaders  Topic 3.2. Persuasive Negotiation Techniques in B2B and B2C Contexts  Topic 3.3. Storytelling and Branding in Oral Communication  Topic 3.4. Managing Cross-Cultural Communication in Marketing</p> <p style="text-align: center;"><b>Content Module 4. Digital and Integrated Marketing Communication</b></p> <p>Topic 4.1. Social Media and Influencer Communication Strategies  Topic 4.2. Integrated Marketing Campaign Planning and Execution  Topic 4.3. Data-Driven Communication: Analytics and Consumer Insights  Topic 4.4. Capstone Projects: Developing a Full Marketing Communication Strategy</p>
<p><b>Методи навчання</b></p>	<p>Основним методом навчання на курсі «Усні та письмові комунікації (англ. мовою)» є комунікативний підхід, який включає соціокультурний і когнітивний компоненти та реалізується в контексті «діалогу культур» у професійній сфері маркетингу.</p> <p>Для організації освітнього процесу використовуються сучасні методи активного навчання. Зокрема, під час практичних занять застосовується принцип перевернутого навчання з використанням освітньої платформи Moodle, яка містить усі необхідні матеріали для задоволення пізнавальних і навчальних потреб студентів при підготовці до занять.</p> <p>Завдяки такій організації освітнього процесу студенти активно залучаються до інтерактивних форм роботи, зокрема мозкового штурму, дебатів та обговорення професійних кейсів, що сприяє розвитку аналітичного мислення, мовної компетенції та вміння аргументувати власну думку у сфері маркетингу.</p> <p>Окрім цього, на практичних заняттях широко застосовуються ігрові та колективні технології навчання, зокрема рольові ігри, ділові ігри та симуляції маркетингових комунікацій, що дозволяє ефективно відпрацьовувати усні та письмові навички у професійних ситуаціях.</p>
<p><b>Політика</b></p>	<p><b>Політика щодо академічної доброчесності:</b> очікується, що письмові роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем. Положення про академічну доброчесність у Білоцерківському національному аграрному університеті розміщене на сайті університету <a href="https://cutt.ly/aR13OnU">https://cutt.ly/aR13OnU</a></p> <p><b>Політика щодо відвідування занять:</b> очікується, що студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p><b>Політика щодо дедлайнів і перескладання:</b> студенти мають дотримуватись термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p><b>Політика щодо виконання завдань:</b> позитивно оцінюються відповідальність, старанність, креативність.</p>

## Рекомендовані джерела інформації

### Books

1. Carnegie, D. *How to Win Friends and Influence People* – A classic guide to interpersonal communication.
2. Tracy, B. *Speak to Win: How to Present with Power in Any Situation* – A book on effective public speaking and negotiation skills.
3. Guffey, M. E., & Loewy, D. *Business Communication: Process and Product* – A comprehensive guide to modern business communication.
4. Locker, K. O., & Kienzler, D. S. *Business and Administrative Communication* – Covers writing strategies and workplace communication.
5. McLean, S. *Business Communication for Success* – A free online textbook with practical insights on business writing and speaking.

### Academic Articles & Journals

1. Harvard Business Review – Articles on leadership communication and professional writing.
2. Journal of Business Communication – Research on business interactions and corporate messaging.
3. Forbes & Inc. Magazine – Insights into business etiquette and negotiation tactics.

### Online Resources & Websites

1. Purdue Online Writing Lab (OWL) – Guides on professional writing and email etiquette (<https://owl.purdue.edu>).
2. MindTools – Tips on effective communication in business (<https://www.mindtools.com>).
3. TED Talks on Business Communication – Inspiring speeches on public speaking and persuasion (<https://www.ted.com>).

