

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ГУМАНІТАРНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра англійської філології

Декан факультету аграрного менеджменту
Анатолій ОСТАПЧУК



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

_____ 2022 р.

«СХВАЛЕНО»

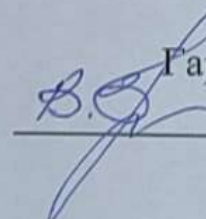
на засіданні кафедри англійської філології
протокол № 7 від «16» травня 2022 р.

В.о. завідувача кафедри

 Вікторія ДЬОМІНА

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОП «Маркетинг»

 Василь ЗБАРСЬКИЙ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ІНОЗЕМНА МОВА (АНГЛІЙСЬКА)»

для підготовки фахівців ОС «Бакалавр», 1, 2 курс (1 – 4 семестри)
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальність 075 «Маркетинг»

Гуманітарно-педагогічний факультет

Розробник: Качмарчик С. Г., к. пед. наук, доцент кафедри англійської
філології НУБіП України

1. Опис навчальної дисципліни

«Іноземна мова (англійська)»

Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь		
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»	
Спеціальність	075 «Маркетинг»	
Освітній ступінь	Бакалавр	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	нормативна	
Загальна кількість годин	180 (90/90)	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2/2	
Форма контролю	залік/залік	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	1	-
Семестр	1, 2	-
Лекційні заняття	-	-
Практичні, семінарські заняття	-	-
Лабораторні заняття	60 год./45 год.	-
Самостійна робота	30 год./45 год.	-
Індивідуальні завдання	-	-
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання:	4 год./3 год.	

1. Опис навчальної дисципліни

«Іноземна мова (англійська)»

Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь		
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»	
Спеціальність	075 «Маркетинг»	
Освітній ступінь	Бакалавр	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	нормативна	
Загальна кількість годин	180 (90/90)	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2/2	
Форма контролю	залік/іспит	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	2	-
Семестр	3, 4	-
Лекційні заняття	-	-
Практичні, семінарські заняття	-	-
Лабораторні заняття	45 год./45 год.	-
Самостійна робота	45 год./45 год.	-
Індивідуальні завдання	-	-
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання:	3 год./3 год.	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета – сформувати навички використання знань з англійської мови як у процесі повсякденного спілкування з представниками інших країн з різноманітних питань, так і на етапі підготовки до участі у міжнародних конференціях, проектах та дискусіях, а також навчити слухачів проводити письмовий обмін діловою інформацією.

Завдання навчальної дисципліни – формування у студентів **спеціальних компетентностей**:

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі комп'ютерних наук або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів інформаційних технологій і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності	ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 5. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 6. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями. ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 8. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 9. Здатність працювати в команді. ЗК 10. Здатність бути критичним і самокритичним. ЗК 11. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 12. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 13. Здатність діяти на основі етичних міркувань. ЗК 14. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК 15. 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.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК 1. Фонетична компетентність – здатність до коректного артикуляційного та інтонаційного оформлення власних висловлювань і розуміння мовлення інших, яка базується на складній і динамічній взаємодії відповідних знань, навичок та мовної свідомості і фонетичної усвідомленості. СК 2. Граматична компетентність – здатність організовувати свої думки в речення. Знання граматичних категорій, структур. Здатність використовувати різні граматичні структури для передачі змісту повідомлення. СК 3. Лексична компетентність – здатність використовувати лексику правильно та ефективно, вміти вільно висловлюватись на різні загальні, академічні, професійні теми. Вміння розпізнавати та адекватно використовувати синоніми, антоніми, багатозначні слова в мовленні. СК 4. Мовленнєва компетентність. Здатність висловлюватися вільно і спонтанно не відчуваючи браку мовних засобів для вираження думки; ефективно і гнучко використовувати іноземну мову в різноманітних ситуаціях соціального, навчально-академічного та професійного спілкування; розуміти нормативну англійську мову, в т.ч. її ідіоматичні складники в усному спілкуванні та в аудіозаписі на знайомі та незнайомі теми, що відображають особисте, громадське, академічне та професійне життя; розуміти різноманітні складні тексти великого обсягу і зрізними риторичними прийомами аргументації і розкривати імпліцитну інформацію, що міститься у них; знати структуру та чітко і зв'язно висловлювати свої думки в різних типах писемного тексту: особистісного та академічного есе (character sketch, argumentative essay, expository essay), реферування (summary), продемонструвати оволодіння соціокультурними знаннями та уміннями з тем програми та вміти використовувати цю інформацію у спілкуванні та професійній діяльності. СК 5. Прагматична компетентність включає в себе дискурсивну та функціональну компетентність та знання особливостей побудови текстів (text design). Дискурсивна компетенція полягає в здатності організовувати висловлювання в структуровані, семантично та лексично пов'язані відрізки мовлення із врахуванням таких компонентів, як тематична організація, когезія та когерентність, логічна побудова, вибір відповідного стилю та реєстру мовлення, риторичної ефективності. Здатність до гнучкості мислення та сприйняття інформації. Здатність розпізнавати та створювати різні
--	--

	типи усних текстів (описи, наративи тощо) та письмових текстів (неофіційні та офіційні листи, есе). СК 6. Здатність до інтелектуального, культурного, морального, фізичного і професійного саморозвитку та самовдосконалення. СК 7. Психолінгвістична готовність (включаючи вмотивованість) до англomовної навчальної діяльності. СК 8. Здатність до міжкультурної письмової та усної комунікації рідною та іноземною мовами у професійній сфері. СК 9. Готовність до роботи в іншомовному середовищі. СК 10. Здатність застосовувати мовний матеріал (лінгвістичні, соціолінгвістичні, дискурсні, прагматичні знання) та оволодівати різними видами мовленнєвої діяльності (комунікативними вміннями у читанні, аудіюванні, нормованого відтворення усного та писемного мовлення, а також перекладу неспеціалізованих і професійно-орієнтованих текстів у межах сфер і ситуацій, типових для даної спеціальності). СК 11. Здатність ефективно й адекватно оперувати загальнолексичними і термінологічними мінімумами.
--	---

Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

ПР1.	Знати базову професійно-орієнтовану лексику (обсяг не менше 4000 лексичних одиниць). Ефективно застосовувати словниковий запас загальнонавчальної, загальнонаукової, загально професійної та спеціальної лексики.
ПР2.	Володіти основами ділової мови за фахом.
ПР3.	Знати та використовувати основні структури і функції мови, необхідні для усних і письмових форм професійного спілкування іноземною мовою в повсякденних ситуаціях.
ПР4.	Читати професійно-спрямовані тексти з максимальним вилученням необхідної інформації з прочитаного.
ПР5.	Говорити на теми повсякденної тематики в ситуаціях, пов'язаних з професійною діяльністю.
ПР6.	Писати ділові листи, електронні повідомлення, заповнювати документи, пов'язані з професією.
ПР7.	Розпізнавати, розуміти та відтворювати фонетичні, граматичні і стилістичні форми.

3. Програма та структура навчальної дисципліни для студентів спеціальності 075 «Маркетинг»
(1, 2 курс, 1 – 4 семестр)
1st SEMESTER

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Theme Module 1. Careers. Companies												
Theme 1. Careers	21			14		7						
Theme 2. Companies. Describing companies	22			14		8						
Module Test 1	2			2								
Total for Theme Module 1	45			30		15						
Theme Module 2. Selling. Leadership												
Theme 3. Selling	21			14		7						
Theme 4. Leadership	22			14		8						
Module Test 2	2			2								
Total for Theme Module 2	45			30		15						
Total for the 1st semester	90			60		30						

2nd SEMESTER

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Theme Module 1. Great ideas. Stress												
Theme 1. Great ideas. Innovation	22			10		12						
Theme 2. Stress in everyday life. Copying with stress	21			10		11						
Module Test1	2			2								
Total for Theme Module 1	45			22		23						
Theme Module 2. Entertaining. Cultures												
Theme 3. Entertaining	21			10		11						
Theme 4. Cultures	23			12		11						
Module Test 2	1			1								
Total for Theme Module 2	45			23		22						

Total for the 2nd semester	90			45		45						
--	-----------	--	--	-----------	--	-----------	--	--	--	--	--	--

3rd SEMESTER

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Theme Module 1. New Business. Marketing												
Theme 1. New business and business sectors	22			10		12						
Theme 2. Marketing	21			10		11						
Module Test 1	2			2								
Total for Theme Module 1	45			22		23						
Theme Module 2. Planning. Trade												
Theme 3. Planning	21			10		11						
Theme 4. Trade	23			12		11						
Module Test 2	1			1								
Total for Theme Module 2	45			23		22						
Total for the 1st semester	90			45		45						

4th SEMESTER

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Theme Module 1. Managing people. Conflict at workplace												
Theme 1. Managing people	22			10		12						
Theme 2. Conflict at workplace	21			10		11						
Module Test1	2			2								
Total for Theme Module 1	45			22		23						
Theme Module 2. Products. Product launching. Competition												
Theme 3. Products. Product launching	21			10		11						
Theme 4. Competition	23			12		11						
Module Test 2	1			1								

Total for Theme Module 2	45			23		22						
Total for the 1st semester	90			45		45						

4. Теми лабораторних занять 1st semester

№ week	Theme of the laboratory class	Number of hours
Theme Module 1. Careers. Companies		
Theme 1. Careers		
1 week	Starting up. Vocabulary: Career moves (word combinations and verbs used with <i>career</i>)	2
2 week	Listening: Changing jobs	2
	Reading: Retail banking: Appeal of the softer side of the business	2
3 week	Skills: Telephoning: making contact	2
4 week	Careers: Revision	2
Total hour number (Theme 1)		10
Theme 2. Companies. Describing companies		
4 week	Starting up. Vocabulary: Describing companies	2
5 week	Listening: A successful company	2
6 week	Reading: HP beats forecasts and raises outlook	2
	Language review: Present Simple and Present Progressive	2
7 week	Skills: Presenting your company	2
8 week	Module Test 1	2
Total hour number (Theme 2)		12
Theme Module 2. Selling. Leadership		
Theme 3. Selling		
8 week	Starting up. Vocabulary: Selling	2
9 week	Listening: Selling on TV	2
10 week	Reading: Amazon goes to Hollywood with film deal	2
	Language review: <i>Modals 2: must, need to, have to, should</i>	2
11 week	Skills: Negotiating: reaching agreement	2
Total hour number (Theme 3)		10
Theme 4. Leadership		
12 тиждень	Starting up. Vocabulary: Leadership	2
	Reading: The Nordic Leadership style	2
13 week	Language Review: Relative clauses	2
14 week	Writing: Curriculum Vitae and Covering Letter	2
	Leadership: Revision	2
15 week	Module Test 2	2
Total hour number (Theme 4)		12

2nd semester

Theme Module 1. Great ideas. Stress		
Theme 1. Great ideas in business		
1 week	Starting up. Vocabulary: Verb and noun combinations	2
2 week	Listening: Great business idea	2
	Reading: Ideas from consumers	2
3 week	Language review: Past simple and past continuous	2
4 week	Skills: Successful meetings. Writing a memo	2
Total hour number (Theme 1)		10
Theme 2. Stress in everyday life. Copying with stress at work		
4 week	Starting up. Vocabulary: Stress in the workplace	2
5 week	Listening: Dealing with stress	2
6 week	Reading: Investors are turning up the heat on stress	2
	Language review: Past simple and Present perfect	2
7 week	Skills: Presenting your company	2
8 week	Module Test 1	2
Total hour number (Theme 2)		12
Module 2. Entertaining. Cultures		
Theme 3. Entertaining		
8 week	Starting up. Vocabulary: Eating and drinking	2
9 week	Listening: Corporate events	2
10 week	Reading: Yachts: Business and the ultimate pleasure	2
	Language review: Multiword verbs	2
11 week	Writing: an E-mail	2
Total hour number (Theme 3)		10
Theme 4. Cultures		
12 week	Starting up. Vocabulary: Cultural issues	2
	Listening: Cultural differences	2
13 week	Reading: The difficulties of cross-cultural communication	2
14 week	Language review: Advice, obligation and necessity	2
	Writing: Invitations and thanking people for hospitality	2
15 week	Module Test 2	1
Total hour number (Theme 4)		12

3rd semester

Theme Module 1. New business. Marketing		
Theme 1. New businesses and business sectors		
1 week	Starting up. Vocabulary: Economic terms	2
2 week	Listening: New business	2
	Reading: Need for fast expansion	2
3 week	Language review: Time clauses	2

4 week	Skills: Revision	2
Total hour number (Theme 1)		10
Theme 2. Marketing		
4 week	Vocabulary: Word partnerships	2
5 week	Listening: Marketing pharmaceuticals	2
6 week	Reading: Advertising: Tried and tested or tired formula?	2
	Language review: Questions	2
7 week	Skills: Telephoning: exchanging information	2
8 week	Module Test 1	2
Total hour number (Theme 2)		12
Theme Module 2.		
Theme 3. Planning. Trade		
8 week	Starting up. Vocabulary: Making plans	2
9 week	Listening: How important is planning?	2
10 week	Reading: Expansion plans	2
	Language review: Talking about future plans	2
11 week	Skills: Meetings: interrupting and clarifying. Writing: Linkers	2
Total hour number (Theme 3)		10
Theme 4. Trade		
12 week	Starting up. Vocabulary: Free trade	2
	Listening: Negotiating techniques	2
13 week	Reading: Fair trade	2
14 week	Language review: Conditionals	2
	Writing: Placing an order	2
15 week	Module Test 2	1
Total hour number (Theme 4)		12

4th semester

Theme Module 1. Managing people. Conflict at workplace		
Theme 1. Managing people		
1 week	Starting up. Vocabulary: Verbs and prepositions	2
2 week	Listening: Managing people	2
	Reading: Giving staff more freedom	2
3 week	Language review: Reported speech	2
4 week	Skills: Revision	2
Total hour number (Theme 1)		10
Theme 2. Conflict at workplace		
4 week	Vocabulary: Word-building	2
5 week	Listening: Resolving disputes	2
6 week	Reading: Understand your team and the rest is easy	2
	Language review: Conditionals	2
7 week	Skills: Negotiating: dealing with conflict	2
8 week	Module Test 1	2

Total hour number (Theme 2)		12
Theme Module 2. Products. Product launching. Competition		
Theme 3. Products. Product launching		
8 week	Starting up. Vocabulary: Describing products	2
9 week	Listening: Favourite products	2
10 week	Reading: Raymarine to launch 12 new products	2
	Language review: Passives	2
11 week	Reading: Kraft gives products healthy makeover	2
Total hour number (Theme 3)		10
Theme 4. Competition		
12 week	Starting up. Vocabulary: Competition idioms	2
	Listening: The Competition Commission	2
13 week	Reading: Taking on competitors	2
14 week	Language review: Passives	2
	Reading: Breaking up monopolies	2
15 week	Module Test 2	1
Total hour number (Theme 4)		12

5. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами, зразок екзаменаційного білета

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОС <u>Бакалавр</u> спеціальність <u>075</u> <u>Маркетинг</u>	Кафедра <u>Англійської</u> <u>філології</u> <u>2022–2023</u> н. р.	ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1 з дисципліни: «Іноземна мова (англійська)» 4 семестр ІСПИТ	Затверджую Зав. кафедри англійської філології _____ (підпис) В. В. Дьоміна
<i>Read and translate the text into Ukrainian.</i> As the marketing expert Philip Kotler has said, ‘The most distinctive skill of professional marketers is their ability to create, maintain, protect and enhance brands.’ But, despite the best efforts of professional marketers, the list of top brands of today is not so different from that of 30 or 40 years ago: Coca-Cola, IBM, Ford and Hoover are still there. A brand is a set of associations in the mind of the consumer. Consumers tend to form emotional attachments to foods and household goods they grow up with. These brands gain mind share in consumers at an early age, and new brands find it hard to complete with the established brands. One area where new brands can appear is in new categories. For example, the names Amazon, Google and Facebook have emerged as extremely strong brands on the Internet in e-commerce, search and social networking respectively. We tend to think of brands in relation to consumer marketing and packaged goods, and consumer goods companies will often employ brand managers to develop their brands. But the use of brands and branding is also important in industrial or business-to-business marketing, where companies are selling to other companies rather than to consumers. In business-to-business marketing, substitute ‘buyer’ for ‘consumer’ and there will be similar issues of brand awareness, brand image and brand equity: the value to a company of the brands that it owns.			
<i>Dwell on the proposed topic. What is the difference between a leader and a manager?</i>			
<i>Complete the text (1–5) with the following words. There are two words you don’t need.</i>			
lasting having made performance work selling wearing			
1. Nike makes high-_____ clothing for athletes. 2. Major appliances like cookers and fridges should be long-_____ if they are well cared for. 3. Dickies makes hard-_____ work boots for the construction industry. 4. Consumers appreciate well-_____ fashion products such as Hermès handbags. 5. Lavazza is a best-_____ brand of coffee all over the world.			
<i>Choose the correct variant. (6 – 10).</i>			
6. A police car came when the injured man _____ the road. a). was being carried off c). was carrying off b). has been carried off d). have been carried off			
7. I did badly on the last test. My teacher _____ study. a). said why didn’t I c). said why I didn’t b). asked why didn’t I d). asked why I didn’t			
8. The price on this packet is wrong. It says 50 pence but it _____ 50. a). might be c). should be b). would be d). must be			
9. After the storm _____ finished, many people were found lying in the street. a). has c). were b). had d). did			
10. How many people turned _____ at the presentation? a). up c). in b). down d). on			

_____ (Качмарчик С. Г.)

6. Методи навчання

Словесні методи – комунікативний метод, розповідь, бесіда, дискусія; наочні методи – ілюстрація, демонстрація; практичні методи – вправи, лабораторні роботи, есе, реферати; метод проблемних ситуацій; навчальна робота під керівництвом викладача, самостійна робота в аудиторії, самостійна робота вдома.

7. Форми контролю

Поточний контроль має індивідуальний характер і відбувається у формі співбесіди або дискусії, а також індивідуальних і фронтальних опитувань.

Важливе значення має аналіз знань і навичок студентів, що здійснюється після поточного та підсумкового контролю. Співвідношення показників цих видів контролю дає змогу скоригувати методи і форми навчальної роботи, вжити відповідних заходів щодо оптимізації навчального процесу.

Поточний контроль знань проводиться щомісяця шляхом тестування за вивченими темами курсу, виконанням лабораторних робіт на платформі Moodle на базі електронних навчальних курсів, підсумковий – наприкінці першого та другого семестрів за умови позитивних оцінок поточного контролю – шляхом проведення заліку та проходження підсумкового тесту.

Результати, отримані під час тестування, підлягають кількісному підрахунку, на основі якого виставляється оцінка успішності студентів в оволодінні англomовною мовленнєвою діяльністю. Для цього кожне тестове завдання спочатку оцінюється в балах. Бали можуть нараховуватися за кількість правильних відповідей шляхом порівняння відповідей тестового з ключем або відповідно до певних характеристик якості мовлення за критеріальною шкалою. Такими критеріями можуть бути, наприклад, лексична і граматична правильність усного або писемного висловлювання, відповідність ситуації спілкування, різноманітність застосованих мовних засобів, швидкість мовлення та ін. За наявності кожної з подібних характеристик мовлення тестований отримує певну кількість балів. Кількість і види характеристик, які оцінюються, можуть варіюватися, оскільки зумовлюються цілями тестування, етапом навчання тощо. Отримане число балів співвідноситься зі шкалою оцінок: наприклад, 30 балів за 30 питань (по 1 балу за кожне питання).

Залік з дисципліни «Іноземна мова (англійська)», метою якого є перевірити знання з дисципліни, проводиться у формі усної співбесіди за темами, передбаченими програмою, та виконання письмового тестового завдання та перекладом тексту. Згідно з чинним Положенням про рейтингову систему оцінювання знань студентів всі види підсумкового контролю обчислюються за 100-бальною шкалою. Таким чином, розрахунковий рейтинг студента з дисципліни, незалежно від її обсягу в годинах (кредитах) у робочому навчальному плані, становить 100 балів. Зазначений рейтинг складається з рейтингу з навчальної роботи (70 балів) та рейтингу з атестації (30 балів). Отже,

на оцінювання засвоєння змістових модулів, на які поділяється навчальний матеріал дисципліни, передбачається 70 балів.

Найбільш ефективним в оцінці знань студентів за Болонською системою освіти вважають модульно-рейтинговий принцип. Зазвичай оцінка на заліку виставляється на основі поточної успішності студентів, результатів письмового тесту з англійської мови та співбесіди зі студентами. В Україні в процесі оцінювання знань студентів на заліку застосовуються такі національні критерії як «зараховано/не зараховано», а на іспиті – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно».

8. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання студента відбувається згідно з положенням «Про екзамени і заліки у НУБіП України» від 27.12.2019 р. протокол № 5 з таб.1.

Таблиця 1

Total score	Score on a national scale	
	for exam, course project (work), practice	for credit
90 – 100	excellent	passed
82 – 89	good	
74 – 81		
64 – 73	satisfactory	
60 – 63		
35 – 59	unsatisfactory	no credit
0 – 34	unsatisfactory	no credit

Поточний контроль		Рейтинг з роботи R _{НР}	Рейтинг з додаткової роботи R _{ДР}	Рейтинг R _{ШТР}	Підсумкова (екзамен чи залік)	Заг. кіл-сть балів
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2					
0-100	0-100	0-70	0-20	0-5	0-30	0-100

Примітки. 1. Відповідно до «Положення про кредитно-модульну систему навчання в НУБіП України», затвердженого ректором університету 27.12.2019 р., рейтинг студента з навчальної роботи **R_{НР}** стосовно вивчення певної дисципліни визначається за формулою

$$0,7 \cdot (R_{ЗМ}^{(1)} \cdot K_{ЗМ}^{(1)} + \dots + R_{ЗМ}^{(n)} \cdot K_{ЗМ}^{(n)})$$

$$R_{НР} = \text{-----} + R_{ДР} - R_{ШТР},$$

$K_{\text{дис}}$

де $R^{(1)}_{\text{ЗМ}}, \dots R^{(n)}_{\text{ЗМ}}$ – рейтингові оцінки змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K^{(1)}_{\text{ЗМ}}, \dots K^{(n)}_{\text{ЗМ}}$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{\text{дис}} = K^{(1)}_{\text{ЗМ}} + \dots + K^{(n)}_{\text{ЗМ}}$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі;

$R_{\text{ДР}}$ – рейтинг з додаткової роботи;

$R_{\text{ШТР}}$ – рейтинг штрафний.

Наведену формулу можна спростити, якщо прийняти $K^{(1)}_{\text{ЗМ}} = \dots = K^{(n)}_{\text{ЗМ}}$. Тоді вона буде мати вигляд

$$0,7 \cdot (R^{(1)}_{\text{ЗМ}} + \dots + R^{(n)}_{\text{ЗМ}})$$

$$R_{\text{НР}} = \frac{0,7 \cdot (R^{(1)}_{\text{ЗМ}} + \dots + R^{(n)}_{\text{ЗМ}})}{n} + R_{\text{ДР}} - R_{\text{ШТР}}.$$

Рейтинг з додаткової роботи $R_{\text{ДР}}$ додається до $R_{\text{НР}}$ і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається студентам рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня знань студентів з дисципліни.

Рейтинг штрафний $R_{\text{ШТР}}$ не перевищує 5 балів і віднімається від $R_{\text{НР}}$. Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для студентів, які матеріал змістового модуля засвоїли невчасно, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

9. Методичне забезпечення

До навчально-методичного забезпечення дисципліни «Іноземна мова (англійська)» для бакалаврів спеціальності **075 «Маркетинг»** відносяться:

- 1) типова (навчальна) програма дисципліни;
- 2) робоча програма дисципліни;
- 3) основний навчальний матеріал (підручники, посібники);
- 4) допоміжний навчальний матеріал (словники, довідники, засоби зорової наочності, роздатковий матеріал, схеми, слайди, автентичні тематичні публікації у спеціалізованих англійськомовних періодичних виданнях, роздруковані матеріали Інтернет-ресурсу, мультимедійні інтерактивні програми, лінгафонні дидактичні посібники, навчальні відеоматеріали;
- 5) навчальні матеріали для самостійної роботи (методичні рекомендації і розробки, робочі зошити, лабораторні завдання, практикуми, банк завдань для здійснення формуючої, розвиваючої, регулюючої та мотивуючої індивідуалізації);
- 6) пакети тестових завдань для підсумкового контролю та банк завдань для поточного та рубіжного контролю, діагностичні тести.

10. Рекомендована література

Main published sources:

1. Modern Languages: Learning, Teaching, Assessment. A Common European Framework of Reference / Council of Europe. Education Committee. – Strasbourg, 2009. – 224 p.
2. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader (3-d Edition) Pre-Intermediate Business English. Coursebook. – Pearson Longman, 2012. – 170 p.
3. David Cotton, David Falvey, Simon Kent Market Leader (3-d Edition) Pre-Intermediate Business English, Practice File. – Pearson Longman, 2012. – 115 p.
4. Качмарчик С. Г. Робочий зошит з англійської мови для студентів 1 – 2 курсів спеціальності “Менеджмент” (за підручником Market Leader (Pre-Intermediate)). – Київ: ТОВ «ЦП «КОМПРИНТ», 2021. – 180 с.

Additional published sources:

1. Adrian Pilbeam. International management. Market Leader. – Pearson Education Ltd. 2000. – 145 p.
2. Michael Duckworth. Business Grammar and Practice. – Oxford University Press, 2003. – 245 p.
3. Swan Michael. Practical English Usage. – Oxford University Press, 1980. – 640 с.
4. Raymond Murphy. English Grammar in Use. A self-study reference and practice book for intermediate students. – Cambridge University Press, 1988. – 328 p.
5. Powell Mark. New Business Matters. Coursebook. / Mark Powell, Ron Martinez, Rosi Jillett. – Heinle, 2004. – 126 p.

Internet-sources:

1. Cambridge Assessment English – <https://www.cambridgeenglish.org>
2. BBC News – <https://www.bbc.com/news/uk>
3. America House Kyiv – <http://www.americahousekyiv.org/>
4. Ted Talks - <https://www.youtube.com/user/TEDxTalks?hl=ru>
5. English Grammar - <https://www.englishgrammar.org/exercises/>
6. British Council - <http://www.britishcouncil.org.ua/english>
7. The Economist – <http://www.economist.com/>