



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



Кафедра маркетингу та економічної теорії

**ДІЛОВА ІНОЗЕМНА МОВА У ПРОФЕСІЙНІЙ
ТА НАУКОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ ТА
ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ**

для здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти
зі спеціальності D5 «Маркетинг»

Затверджено на засіданні кафедри МЕТ
Протокол №10 від 16.02.2026

Кропивницький - 2026

Ділова іноземна мова у професійній та науковій діяльності. Методичні вказівки до організації самостійної та індивідуальної роботи (для здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти зі спеціальності D5 «Маркетинг»). / [Укл.: д.пед.н., проф. Василенко В.А.]. Кропивницький ЦНТУ. 2026. 24 с.

Укладач: В.В. Василенко- д.пед.н., проф., професор кафедри МЕТ

Рецензент: Р.І. Жовновач- д.е.н., проф., завідувачка кафедри МЕТ

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
1. ЗМІСТ І ВИДИ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ	5
2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ З ДИСЦИПЛІНИ “ ДІЛОВА ІНОЗЕМНА МОВА У ПРОФЕСІЙНІЙ ТА НАУКОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ”	8
3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО НАВЧАЛЬНО- ДОСЛІДНИЦЬКОГО ЗАВДАННЯ	15
4. ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ	18
5. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ	21
6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	23

ПЕРЕДМОВА

Самостійна та індивідуальна робота здобувачів є важливою складовою навчального процесу, що впливає на глибину та стійкість набутих знань і умінь, які допомагають творчо застосовувати їх в майбутній професійній діяльності.

Самостійна робота здобувачів (СРС) - один із обов'язкових видів навчально-пізнавальної діяльності здобувача, що виконує різні функції, серед яких важливе значення мають:

- навчальна, яка полягає в опрацюванні першоджерел, що сприяє більш глибокому осмисленню вже засвоєної суми знань.
- пізнавальна, призначення якої полягає в опануванні новою сумою знань, розширенні меж світогляду.
- коригуюча, що передбачає осмислення новітніх теорій, концепцій, категорій, підходів до визначення сутності відомих понять, напрямків розвитку науки і т.п..
- стимулююча, сутність якої полягає у такій організації самостійної роботи, коли здобувач отримує задоволення від результатів пізнавальної діяльності.
- виховна, що спрямована на формування таких якостей, як воля, цілеспрямованість, відповідальність, дисциплінованість.
- розвиваюча, що спрямована на розвиток самостійності, творчості, дослідницьких умінь особистості.

Метою СРС є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та послідовне формування у здобувачів самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у формуванні сучасного фахівця вищої кваліфікації.

Навички самостійної роботи:

- уміння пошуку необхідної літератури;
- орієнтація в потоці інформації щодо обраної спеціальності;
- навички ведення записів (складання простого і розгорнутого плану, конспекту, реферату, виступу, а також навички науково-пошукової роботи).

Уміння застосовувати знання на практиці:

- реалізація на практичних, семінарських заняттях;
- виконання індивідуальних завдань під час проходження практики.

Індивідуальна робота здобувача (ІРС)- це аудиторна самостійна робота та індивідуальні завдання під керівництвом викладача, під час виконання яких здобувач може отримати методичну допомогу у вигляді консультацій щодо виконання цієї роботи, при цьому консультації носять індивідуальний характер. Вона може включати вивчення окремих розділів навчальної дисципліни, аудиторне проектування, роботу з використанням комп'ютерної техніки тощо і враховувати специфічні вимоги дисципліни.

Індивідуальні навчально-дослідницькі завдання (ІНДЗ) є однією з форм самостійної роботи здобувачів, яка передбачає створення умов для якнайповнішої реалізації творчих можливостей здобувачів і має на меті поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які здобувачи одержують в процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці.

1. ЗМІСТ І ВИДИ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ

З урахуванням змісту, цілей та завдань дисципліни “ Ділова іноземна мова у професійній та науковій діяльності”, що вирішуються в процесі виконання різних форм СРС, можна виділити такі види самостійної роботи:

1. Самостійне опрацювання здобувачем матеріалу, яке передбачає наступне:

- робота в позанавчальний час (в бібліотеці, інформаційних мережах, в домашніх умовах);
- опрацювання матеріалів з підготовки до лекційних та семінарських/практичних занять;
- опрацювання та конспектування теоретичного навчального матеріалу для самостійного вивчення;
- підготовка міні-лекції;
- складання термінологічного словника;
- опрацювання додаткової літератури з дисципліни;
- поточне консультування з проблематики курсу.

2. Вибіркові альтернативні завдання (пошуково-аналітична робота), серед яких кожен здобувач може вибрати завдання на власний розсуд з тим, щоб набрати необхідну кількість балів., а саме:

- підготовка рефератів/есе та представлення матеріалів у вигляді презентації;
- огляд літературних джерел із конкретної тематики та представлення доповіді;
- робота в групах (4-5 ст): дослідження;
- робота в групах (4-5 ст): моделювання міні-ситуацій (кейс-метод) та складання ділової гри з конкретним прикладним матеріалом;

Презентації - виступи перед аудиторією, що використовуються; для представлення певних; досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань тощо. Працюючи над рефератом чи доповіддю, здобувач повинен проявити власну ініціативу та самостійність при виборі літературних та наукових джерел, проведенні спостережень та інших методів дослідження, у складанні плану реферату (довіді) та їх оформлення. Це необхідно не тільки для вміння самостійно працювати з науковими джерелами, а й для розвитку психологічної культури та мовлення здобувачської молоді. Перш ніж розпочати написання реферату або доповіді, здобувачу варто виконати таку роботу:

- дібрати до теми необхідну літературу та глибоко її вивчити.
- продумати та скласти детальний план роботи.
- осмислити правильність та довести основні положення, що висуваються.
- зіставити факти, що розглядаються в науковій літературі, виділити їх спільне та відмінне, узагальнити науковий матеріал у відповідності зі складеним планом реферату або доповіді.
- підготувати необхідні до роботи ілюстрації, вміло використовувати власні спостереження, досвід та інші методи дослідження.

Також надається можливість виступити перед групою здобувачам, які написали найкращі реферати, доповіді, зробили презентацію. Здобувачам, які виступають з

рефератом (доповіддю, презентацією), бажано усно викладати короткий зміст, а не читати написаний текст. Так вони вчаться обґрунтовувати власну думку, виробляють у себе лекторську майстерність. Виступ обговорюють і доповнюють усі здобувачі під керівництвом викладача. У процесі обговорення, передбачається обмін здобувачами думками і поглядами з приводу тих або інших дискусійних питань.

Есе, особливості написання та вимоги. Есе - невеликий текст, що виражає підкреслено індивідуальну точку зору автора. Тому і те, як його написати, є суто особистим вибором. Але деякі поради із цього приводу дати все ж можна.

1 крок. Обдумайте зміст. Перед початком написання есе, обдумайте його структуру і зміст. Найпростіше це зробити, поставивши самому собі декілька питань стосовно тематики. Формулювання відповідей на них допоможе в написанні основній частині. Постарайтеся відразу визначити стилістику свого есе.

2 крок. Напишіть есе. В першому параграфі сформулюйте основну ідею вашого майбутнього оповідання. Намагайтеся привернути увагу того, що чимось захоплює. 2, 3 і 4 параграф - основна частина. Приведіть аргументи на доказ вашої основної думки. Якщо доречно, наведіть приклади з Вашого життя. Не бійтеся вводити конкретні дані про ваше життя, про себе, свою сім'ю. Головне, аби це було доречно. У завершальному параграфі підсилюйте основну думку, висунуту спочатку. Пов'яжіть зі вступом і основною частиною.

3 крок. Проведіть перевірку. Перевірте структуру: чи є логічний зв'язок між параграфами? Перевірте, чи в єдиному стилі написане есе. Приберіть все зайве, оповідання повинне вийти коротким і лаконічним. Не бійтеся переписувати есе.

Робота в групах дає змогу структурувати семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду спілкування. Важливим напрямком роботи в групах є навчально-дослідницька діяльність. Складні теми для дослідження може виконувати група з декількох здобувачів. Процес дослідження включає вивчення документів, матеріалів місцевої преси, бесіди, особисті спостереження, анкетні опитування. Потім потрібно скласти план, визначити свою точку зору, написати конспект чи повний текст повідомлення, узагальнити матеріал, зробити висновки. Про результати навчальних досліджень рекомендується повідомити на заняттях, конференціях або оформити їх у вигляді таблиць, схем, альбомів.

Кейс-метод передбачає розгляд, аналіз конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності. На відміну від інших методів активного навчання ділова гра є системою, що характеризується самонастроюванням та самонавчанням. У грі не можна передбачити ситуації, з якими зіштовхнеться той чи інший учасник та вся ділова група в цілому. Можна лише визначати правила для учасників у різних ситуаціях. Будь-яке рішення гравця ґрунтується на його власних рішеннях, що приймаються під впливом дій інших учасників. Отримання успішного результату базується на попередньо вивченому теоретичному матеріалі.

Мета ділової гри - закріплення та систематизація знань здобувачів; набуття навичок використання інформаційних і комунікаційних технологій, закріплення

отриманих теоретичних знань основних понять у професійній діяльності.

.

2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ З ДИСЦИПЛІНИ “ ДІЛОВА ІНОЗЕМНА МОВА У ПРОФЕСІЙНІЙ ТА НАУКОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ”

ТЕМА 1. Social Gatherings: Invitation and Preparation

1. Термінологічний словник (за визначеннями)

- **RSVP (Répondez s'il vous plaît):** A formal request for a response to an invitation in order to confirm attendance.
- **Networking:** The process of establishing and maintaining mutually beneficial professional and academic connections.
- **Icebreaker:** An informal remark or activity designed to initiate conversation and ease tension in social or professional gatherings.
- **Dress Code:** A set of written or cultural rules specifying the appropriate clothing for a particular social or academic event.
- **Small Talk:** Polite, informal conversation about light, uncontroversial topics used during social gatherings.

2. Теми для рефератів

1. Cross-Cultural Etiquette in Hosting Academic and Business Networking Events.
2. The Art of Professional Small Talk: Strategies for International Conferences and Banquets.
3. Written Protocol: Drafting Official Invitations, Acceptance Letters, and Regrets.

3. Індивідуальне завдання

- **Розробка «Event Invitation & Networking Toolkit»:** Скласти пакет документів для прийняття/організації заходу: 1) офіційне запрошення на науковий прийняття; 2) листа-відповідь із підтвердженням (RSVP); 3) перелік із 5–7 підготовлених фраз для «small talk» англійською мовою.

4. Перелік питань для самоконтролю

1. What are the main rules for sending and responding to formal academic invitations?
2. How do dress code designations (e.g., Business Formal, Smart Casual) differ in international settings?
3. What strategies can be used to initiate and smoothly end small talk with foreign colleagues?
4. What cross-cultural factors should be considered when planning a social gathering for an international panel?

ТЕМА 2. Translation of Scientific and Technical Literature

1. Термінологічний словник (за визначеннями)

- **Technical Terminology:** A specialized system of words or expressions used within a specific field of science or technology.
- **False Friends (False Cognates):** Words in two languages that look or sound similar but have significantly different meanings.
- **Translation Equivalence:** The degree of semantic and functional parallelism between a source text and its target language translation.
- **Literal Translation:** A word-for-word translation that adheres closely to the form of the original text, often risking grammatical or stylistic errors.
- **Machine Translation (MT):** Automated translation of text by computer algorithms without immediate human intervention.

2. Теми для рефератів

1. Lexical and Grammatical Challenges in Translating Specialized Academic Texts.
2. Strategies for Overcoming "False Friends" in Ukrainian-English Technical Translation.
3. The Role and Ethics of AI-Driven Translation Tools in Academic Publishing.

3. Індивідуальне завдання

- **Проект «Comparative Translation & Glossary Development»:** Вибрати фрагмент фахової наукової статті (300–400 слів), здійснити його письмовий переклад українською/англійською мовою та укласти термінологічний словничок (15–20 ключових термінів із контекстуальними визначеннями).

4. Перелік питань для самоконтролю

1. What are the key grammatical transformations used when translating passive structures into Ukrainian/English?
2. How should an author handle ambiguous or highly contextual technical jargon?
3. What are the main risks of relying entirely on AI translation tools for scientific manuscripts?
4. How is terminological consistency maintained throughout a lengthy research paper?

ТЕМА 3. Report and Abstract Writing. Delivering a Report. Having Discussions

1. Термінологічний словник (за визначеннями)

- **Abstract:** A concise summary of a research paper, thesis, or report that outlines its objectives, methods, results, and conclusions.
- **IMRaD Standard:** A widely accepted structural format for academic papers consisting of Introduction, Methods, Results, and Discussion.
- **Signposting:** Verbal phrases used in presentations to guide the audience through the structure and transitions of a talk.
- **Floor (in debate):** The right to speak in a formal meeting, conference, or parliamentary-style discussion.

- **Rebuttal:** A logical statement or argument intended to counter, refute, or disprove an opposing viewpoint.

2. Теми для рефератів

1. Structural and Linguistic Features of Writing Abstracts for Scopus and Web of Science Journals.
2. Rhetorical Strategies and Verbal Signposting for Oral Scientific Presentations.
3. Managing Q&A Sessions and Handling Critical Questions in Academic Debates.

3. Індивідуальне завдання

- **Розробка «Conference Presentation & Abstract Package»:** Написати розширену анотацію (200–250 слів) за стандартом IMRaD та підготувати план-конспект (script) 5-хвилинної доповіді з використанням мовних кліше для вступу, переходів та висновків.

4. Перелік питань для самоконтролю

1. What are the mandatory structural elements of an international scientific abstract?
2. Which signposting phrases are most effective for introducing data visualisations during a speech?
3. How can a speaker politely disagree or counter an objection during an academic discussion?
4. What methods help maintain audience engagement during a technical report?

ТЕМА 4. Organizing and Holding Conferences

1. Термінологічний словник (за визначеннями)

- **Call for Papers (CFP):** An official announcement inviting researchers to submit their academic abstracts or full papers for a conference.
- **Keynote Speaker:** A prominent expert invited to deliver the headline address establishing the main theme of a conference.
- **Proceedings:** A collection of academic papers, abstracts, or reports published in connection with a scientific conference.
- **Session Chair / Moderator:** The individual responsible for keeping time, introducing speakers, and directing discussion during a conference session.
- **Hybrid Event:** A conference or meeting that combines an in-person physical venue with an interactive online audience component.

2. Теми для рефератів

1. Preparing an Effective Call for Papers (CFP) and Event Program for International Audiences.

2. The Responsibilities and Language Formulas of a Conference Session Moderator.
3. Challenges and Best Practices in Organizing Hybrid and Virtual International Conferences.

3. Індивідуальне завдання

- **Проект «International Conference Call for Papers (CFP) & Agenda»:** Розробити англomовний інформаційний лист (Call for Papers) для міжнародної науково-практичної конференції за своїм напрямом, включаючи напрями роботи, вимоги до подачі та розклад сесій.

4. Перелік питань для самоконтролю

1. What essential information must be included in an official Call for Papers?
2. How should a session chair manage time limits diplomatically when a speaker exceeds their allocation?
3. What are the technical and organizational considerations unique to hybrid scientific conferences?
4. What language formulas are used to formally open, moderate, and close a conference session?

ТЕМА 5. Marketing in Global Markets

1. Термінологічний словник (за визначеннями)

- **Global Marketing:** The process of conceptualizing, producing, and promoting goods or services on a worldwide scale.
- **Glocalization:** The practice of adapting international products or marketing strategies to fit local cultures and preferences.
- **Market Entry Strategy:** An planned approach to delivering goods or services to a new target market across national borders.
- **Joint Venture:** A business arrangement in which two or more parties pool their resources to accomplish a specific foreign market expansion task.
- **Tariff and Non-Tariff Barriers:** Government-imposed restrictions, taxes, or regulations that impede international trade.

2. Теми для рефератів

1. Standardization versus Adaptation: Strategic Choices in International Marketing.
2. Cross-Cultural Pitfalls and Success Stories in Global Advertising Campaigns.
3. Evaluating Entry Strategies for Emerging International Markets: Exporting, Licensing, and Direct Investment.

3. Індивідуальне завдання

- **Аналітичний кейс «Global Market Entry Analysis»:** Підготувати аналітичну записку (250–300 слів) англійською мовою з аналізом виходу українського підприємства/продукту на ринок ЄС або США з обґрунтуванням обраного способу проникнення (Entry Strategy).

4. Перелік питань для самоконтролю

1. What factors determine whether a company should standardize or adapt its marketing mix globally?
2. How do cultural dimensions (e.g., Hofstede's model) impact international consumer perceptions?
3. What are the pros and cons of joint ventures compared to direct foreign investment?
4. How do trade regulations and currency risks affect global marketing planning?

ТЕМА 6. Introducing Marketing

1. Термінологічний словник (за визначеннями)

- **Marketing Mix:** A foundation model for business, traditionally centered around Product, Price, Place, and Promotion (the 4 Ps).
- **Value Proposition:** A clear statement that explains how a product solves customers' problems, delivers specific benefits, and tells why to buy.
- **Brand Identity:** The visible elements of a brand, such as design, logo, and messaging, that distinguish it in consumers' minds.
- **Target Audience:** A specific group of consumers identified as the intended recipients of a particular marketing message or product.
- **Holistic Marketing:** A marketing strategy that considers the business as a whole, integrating relationship, internal, integrated, and socially responsible marketing.

2. Теми для рефератів

1. The Evolution of Marketing Philosophies: From Production Orientation to Digital Ecosystems.
2. Crafting a Compelling Unique Value Proposition (UVP) for Modern B2B and B2C Brands.
3. The Expansion of the 4 Ps to the 7 Ps in the Modern Service and Academic Sector.

3. Індивідуальне завдання

- **Розробка «Product / Service Marketing Profile»:** Описати обраний продукт, послугу або наукову розробку англійською мовою за допомогою комплексу маркетингу 4P/7P (Product, Price, Place, Promotion) та сформулювати її Unique Value Proposition (UVP).

4. Перелік питань для самоконтролю

1. What is the fundamental difference between selling and marketing concepts?
2. How do the additional 3 Ps (People, Process, Physical Evidence) apply to service marketing?
3. What role does brand identity play in creating long-term customer loyalty?
4. How is value defined and measured from a consumer's perspective?

ТЕМА 7. Understanding and Approaching the Market

1. Термінологічний словник (за визначеннями)

- **Market Segmentation:** The process of dividing a broad target market into smaller, more defined subsets of consumers with shared characteristics.
- **STP Model:** A strategic framework comprising Segmentation, Targeting, and Positioning to align product offerings with consumer demand.
- **PESTLE Analysis:** A framework used to analyze external Macro-environmental factors: Political, Economic, Social, Technological, Legal, and Environmental.
- **Market Positioning:** The strategy of establishing a brand's image or identity in the minds of consumers relative to competitors.
- **Niche Market:** A focused, targetable portion of a broader market served by specialized products or services.

2. Теми для рефератів

1. The Role of Demographic, Psychographic, and Behavioral Factors in Market Segmentation.
2. Application of PESTLE Analysis for Assessing Foreign Market Risks and Opportunities.
3. Strategic Positioning: How Brands Differentiate Themselves in Saturated Markets.

3. Індивідуальне завдання

- **Розробка «PESTLE & Positioning Report»:** Провести PESTLE-аналіз зовнішнього середовища для обраної галузі англійською мовою та побудувати карту позиціонування (Positioning Map) для двох-трьох конкурентів.

4. Перелік питань для самоконтролю

1. What are the criteria for effective market segmentation?
2. How does psychographic segmentation differ from behavioral segmentation?
3. What are the steps involved in executing a comprehensive PESTLE analysis?
4. How does a company re-position a product if its initial market strategy fails?

ТЕМА 8. Marketing Research: An Aid to Decision Making

1. Термінологічний словник (за визначеннями)

- **Primary Data:** Original information collected directly by the researcher for a specific research purpose at hand.
- **Secondary Data:** Pre-existing information collected by external sources, such as reports, government publications, or past studies.
- **Qualitative Research:** Exploratory research used to understand underlying reasons, opinions, and motivations (e.g., focus groups, interviews).
- **Quantitative Research:** Research focused on quantifying data and generalizing results from a sample population using statistical methods.
- **Sampling:** The process of selecting a representative group of individuals from a larger population for statistical study.

2. Теми для рефератів

1. Quantitative vs. Qualitative Methodologies in Modern International Marketing Research.
2. Designing Effective Questionnaire Instruments for Global Consumer Surveys.
3. Ethical Issues and Data Privacy Regulations (GDPR) in Collecting Consumer Data.

3. Індивідуальне завдання

- **Розробка «Marketing Survey Instrument Design»:** Скласти англomовну анкету/опитувальник (8–10 запитань різного типу: закриті, шкала Лікерта, відкриті) для дослідження ринку або оцінки задоволеності клієнтів/науковців.

4. Перелік питань для самоконтролю

1. What are the advantages and limitations of using secondary data in market research?
2. When should a researcher choose qualitative focus groups over quantitative surveys?
3. What are the key rules for framing non-biased questions in a survey instrument?
4. How do data privacy laws affect the methodology of online market research?

ТЕМА 9. Understanding Buyer Behaviour

1. Термінологічний словник (за визначеннями)

- **Consumer Decision-Making Process:** The stages a buyer goes through when evaluating, buying, using, and disposing of products.
- **Buying Center / DMU (Decision Making Unit):** A group of individuals within an organization who participate in the B2B purchasing decision.
- **Cognitive Dissonance:** Post-purchase anxiety or regret experienced by a buyer regarding the correctness of their purchase decision.

- **Customer Journey Map:** A visual representation of every interaction and touchpoint a customer has with a brand.
- **B2B Buying vs. B2C Buying:** Differences between business-to-business purchasing (formal, high-value, team-driven) and consumer buying (individual, emotional, quick).

2. Теми для рефератів

1. Psychological and Social Factors Influencing the Modern Consumer Decision Process.
2. The Structure and Dynamics of the B2B Decision-Making Unit (DMU) in Enterprise Sales.
3. Mapping the Digital Customer Journey: From Awareness to Brand Advocacy.

3. Індивідуальне завдання

- **Розробка «Customer Journey Map & Behavioural Profile»:** Описати профіль покупця (Buyer Persona) англійською мовою та скласти карту його шляху (Customer Journey Map) від виникнення потреби до післякупівної поведінки для конкретного товару/послуги.

4. Перелік питань для самоконтролю

1. What are the key stages of the consumer decision-making process?
2. How does the B2B buying process differ from individual B2C purchases in terms of complexity and risk?
3. What strategies can marketers deploy to reduce post-purchase cognitive dissonance?
4. How do social proof and digital marketing touchpoints influence impulse purchasing?

3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ЗАВДАННЯ

Індивідуальне завдання необхідне для систематизації, закріплення і розширення теоретичних і практичних знань з дисципліни “Ділова іноземна мова у професійній та науковій діяльності”. ІНДЗ дозволяє здобувачам опанувати необхідні практичні навички при вирішенні конкретних практичних завдань, розвитку навичок самостійної роботи й оволодіння методикою ведення наукових досліджень, пов'язаних з темою ІНДЗ.

Комплексне науково - творче індивідуальне завдання є ґрунтовним дослідженням, що здійснюється на протязі вивчення здобувачем дисципліни. До його різновидів належать:

■ **написання наукової статті**, тематика якої стосується дисципліни, у фахове наукове видання та публікація тез у міжнародних збірниках (індивідуально, або у співавторстві з викладачем). Обов'язковою умовою є прийняття до друку статті редакцією видання до початку залікової сесії;

■ **розробка візуального супроводження дисципліни** (побудова ґрунтовних логічних блок схем) за темами навчального курсу та їх оформлення плакатами, слайдами чи у відео матеріал, із обов'язковим захистом перед аудиторією **Банки візуального супроводження** сприяють активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності:

- законодавчі матеріали та коментарі до них;
- навчально-методичні матеріали з вивчення навчальної дисципліни;
- інтерактивні посібники, підручники;
- періодичні видання;
- альбом схем з навчальної дисципліни;
- рекламні матеріали з практики роботи фінансових, податкових, страхових органів України тощо.

■ виконання індивідуального розрахункового завдання (проведення розрахунків та експертна оцінки фінансового стану конкретного підприємства з різних тем)

■ індивідуальне науково - творче завдання виконання досліджень.

■ індивідуальне творчо-аналітичне завдання - виконання розрахунків та здійснення аналізу показників на підставі даних про фінансово-господарську діяльність підприємства

При виконанні ІНДЗ здобувач повинен продемонструвати вміння в сфері науково-дослідної діяльності, роботи з готовими матеріалами, вміння творчого й оригінального вирішення поставлених завдань.

ІНДЗ здобувачи виконують самостійно протягом вивчення дисципліни «Організація гостинності в засобах розміщення» з проведенням консультацій викладачем дисципліни відповідно до графіка навчального процесу.

ІНДЗ включає наступні елементи наукового дослідження:

- практична значущість;
- комплексний і системний підходи до вирішення поставленого завдання;
- використання сучасних теоретичних методологій і наукових розробок та досліджень за даною темою;
- застосування творчого підходу й відбиття власного бачення вирішення поставленого завдання.

Практична значущість полягає в обґрунтуванні реальності та її результатів для потреб практики. Під реальністю розуміють роботу, що за своїм змістом відповідає існуючим проблемам, результати якої можуть бути використані різними готельними й курортними підприємствами для вирішення існуючих проблем.

Комплексний і системний підходи використовують для розкриття теми й полягають у тому, що предмет дослідження підлягає багатобічному вивченню: теоретичні положення, практичні рішення і наробітки, аналіз, шляхи й умови реалізації поліпшення. При цьому необхідно підтримувати взаємозв'язок, послідовність і логічність викладання матеріалу; використати сучасні теоретичні

методології, наукові розробки і дослідження за даною темою.

Під час вивчення дисципліни “ Ділова іноземна мова у професійній та науковій діяльності ” здобувачі виконують одну ІНДЗ у вигляді аналітичної роботи , яка повинна містити наступні розділи:

1. Титульний аркуш містить (див. додаток А):

- назву університету;
- назву кафедри;
- назву навчальної дисципліни;
- номер академічної групи;
- дату подачі ІНДЗ викладачеві на перевірку - день, місяць, рік;
- інформацію про реєстрацію роботи лаборантом кафедри в журналі для реєстрації письмових робіт здобувачів, що підлягають обов'язковій здачі викладачам.

2. **Зміст.** Відбиває назви розділів (параграфів і т.п.) письмової роботи, що розкривають зміст ІНДЗ. Усі сторінки нумерують праворуч угорі. Винятком є титульний аркуш, тому нумерація починає із цифри «2».

3. **Вступ.** Вступ розкриває сутність, стан наукового завдання і його значення. Тут же вказують мету й завдання дослідження.

4. **Теоретична частина.** Розкриває наукове дослідження і відповідає обраній темі, вступу й висновкам ІНДЗ.

5. **Практична частина.** Практичні приклади з дослідження за обраною тематикою

6. **Висновки.** У висновках указують результати, отримані при проведенні дослідження, пропозиції або рекомендації щодо вирішення поставленого завдання відповідно до результатів дослідження.

7. **Список використаних джерел.**

8. **Додатки.** В додатки можуть входити різноманітні таблиці, ілюстрації, схеми, діаграми і т.д. Оформлення виконують у такий спосіб: після списку літератури оформляють окрему сторінку з написом по центру: «ДОДАТКИ», номер якої є останнім. Нумерацію додатків виконують шляхом використання заголовних букв алфавіту (А, Б, В...), які розміщують праворуч угорі.

9. **Вимоги до оформлення.** Шрифт Times New Roman, 14, полуторний інтервал; поля: верхнє й нижнє - 20 мм, ліве - 30 мм, праве - 10 мм.

4. ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Розкрити одне із нижченаведених питань (до 15 сторінок).

Тема 1. Social gatherings. Invitation and preparation

- **Тема 1:** Cross-Cultural Etiquette in Hosting Academic and Business Networking Events.
- **Тема 2:** Writing Effective Formal and Informal Event Invitations and RSVP Responses.
- **Тема 3:** Small Talk Strategies for International Scientific Conferences and Dinners.

Тема 2. Translation of scientific and technical literature

- **Тема 4:** Grammatical and Lexical Features of Translating Technical and Scientific Texts.
- **Тема 5:** Strategies for Avoiding "False Friends" (False Cognates) in Scientific English.
- **Тема 6:** The Role and Limitations of AI Tools (DeepL, ChatGPT) in Academic Translation.
- **Тема 7:** Terminology Standardisation in Translating Specialised Literature.

Тема 3. Report and abstract writing. Delivering a report. Having discussions.

- **Тема 8:** Structural Analysis of an Abstract According to International IMRaD Standards.
- **Тема 9:** Signposting and Transition Phrases for Effective Public Academic Presentations.
- **Тема 10:** Polite Disagreement and Argumentation Techniques in Scientific Discussions.
- **Тема 11:** Preparing Visual Aids and Data Descriptions for Scientific Reports.

Тема 4. Organizing and holding conferences.

- **Тема 12:** Drafting Conference Calls for Papers (CFP) and Event Programs in English.
- **Тема 13:** The Role and Language of a Conference Session Chair / Moderator.
- **Тема 14:** Organizing Virtual and Hybrid International Scientific Events: Key Protocols.

Тема 5. Marketing in global markets.

- **Тема 15:** Adapting Domestic Marketing Strategies to International Target Markets.

- **Tema 16:** Cultural Nuances and Standardization vs. Adaptation in Global Advertising.
- **Tema 17:** Analysis of International Market Entry Strategies (Exporting, Licensing, Joint Ventures).

Tema 6. Introducing marketing.

- **Tema 18:** Evolution of Marketing Concepts: From Product Orientation to Holistic Marketing.
- **Tema 19:** Developing a Unique Value Proposition (UVP) for a New Brand or Service.
- **Tema 20:** The 7 Ps Marketing Mix Model in the Modern Service and Academic Sector.

Tema 7. Understanding and approaching the market.

- **Tema 21:** Market Segmentation, Targeting, and Positioning (STP Model) in Practice.
- **Tema 22:** Conducting B2B vs. B2C Market Analysis for Specific Product Categories.
- **Tema 23:** Analyzing Micro and Macro Environmental Factors (PESTLE Analysis) in English.

Tema 8. Marketing research: an aid to decision making.

- **Tema 24:** Designing Effective Questionnaires and Survey Instruments for International Research.
- **Tema 25:** Qualitative vs. Quantitative Marketing Research Methods: Comparative Analysis.
- **Tema 26:** Data Presentation and Analytics: Interpreting Marketing Trends in English Reports.
- **Tema 27:** Ethical Considerations in International Secondary Data Collection.

Tema 9. Understanding buyer behaviour.

- **Tema 28:** Psychological and Social Factors Influencing Modern Consumer Decision-Making.
- **Tema 29:** B2B Buying Process: Key Roles and Decision-Making Units (DMU) in Enterprise Sales.
- **Tema 30:** The Impact of Digitalization and Social Media on Consumer Journey Mapping.

5. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Система оцінювання курсу передбачає 2 види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю студентів, усне опитування, письмовий контроль, тестовий контроль. Форма підсумкового контролю: залік.

Контроль знань і умінь студентів (поточний і підсумковий) з дисципліни «Ділова іноземна мова у професійній та науковій діяльності» здійснюється згідно з кредитною трансферно-накопичувальною системою організації навчального процесу. Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Критерії оцінювання. Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в навчально-методичній карті. Розподіл балів між видами занять (лекції, семінарські заняття, самостійна робота) можливий шляхом спільного прийняття рішення викладача і студентів на першому занятті.

Оцінку «відмінно» (90-100 балів, A) заслуговує студент, який:

- всебічно, систематично і глибоко володіє навчально-програмовим матеріалом;
- вміє самостійно виконувати завдання, передбачені програмою, використовує набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях;
- засвоїв основну і ознайомлений з додатковою літературою, яка рекомендована програмою;
- засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни та усвідомлює їх значення для професії, яку він набуває;

– вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особистісну позицію;

– самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, виявив творчі здібності і використовує їх при вивченні навчально-програмового матеріалу, проявив схильність до наукової роботи.

Оцінку «добре» (82-89 балів, B) - заслуговує студент, який:

– повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях;

– має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язування проблем професійного спрямування;

– під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправляє, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу.

Оцінку «добре» (74-81 бал, C) заслуговує студент, який:

– в загальному роботу виконав, але відповідає на екзамені з певною кількістю помилок;

– вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати на практиці, контролювати власну діяльність;

– опанував навчально-програмовий матеріал, успішно виконав завдання, передбачені програмою, засвоїв основну літературу, яка рекомендована програмою.

Оцінку «задовільно» (64-73 бали, D) - заслуговує студент, який:

– знає основний навчально-програмовий матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії;

– виконує завдання, але при рішенні допускає значну кількість помилок;

– ознайомлений з основною літературою, яка рекомендована програмою;

– допускає на заняттях чи екзамені помилки при виконанні завдань, але під керівництвом викладача знаходить шляхи їх усунення.

Оцінку «задовільно» (60-63 бали, E) - заслуговує студент, який:

– володіє основним навчально-програмовим матеріалом в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії, а виконання завдань задовольняє мінімальні критерії. Знання мають репродуктивний характер.

Оцінка «незадовільно» (35-59 балів, FX) - виставляється студенту, який:

– виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

Оцінку «незадовільно» (0-35 балів, F) - виставляється студенту, який:

– володіє навчальним матеріалом тільки на рівні елементарного

розпізнавання і відтворення окремих фактів або не володіє зовсім;

- допускає грубі помилки при виконанні завдань, передбачених програмою;
- не може продовжувати навчання і не готовий до професійної діяльності після закінчення університету без повторного вивчення даної дисципліни.

Підсумкова (загальна оцінка) курсу навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточні та підсумкові самостійні роботи щодо рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання практичних індивідуальних завдань. Підсумкова оцінка виставляється після повного вивчення навчальної дисципліни, яка виводиться як сума проміжних оцінок за змістові модулі. Остаточна оцінка рівня знань складається з рейтингу з навчальної роботи, для оцінювання якої призначається 65 балів, і рейтингу з атестації (залік) - 35 балів.

Розподіл балів, які отримують студенти при вивченні дисципліни

" Ділова іноземна мова у професійній та науковій діяльності "

Поточний контроль та самостійна робота											Самостійна та індивідуальна робота)	Максимальна сума балів
Самостійне опрацювання теми та аудиторна активність здобувачів (максимально)												
Змістовий модуль 1						Змістовий модуль 2					25-50	100
T1	T2	T3	T4	T5	РК 1	T6	T7	T8	T9	РК 2		
5	5	5	5	5	15	5	5	5	5	15		
2. Вибіркові види робіт (максимально)												
Підготовка рефератів, есе та представлення матеріалів у вигляді презентації												5
Підготовка індивідуального завдання												8
Складання термінологічного словника з теми												1
Огляд літературних джерел із конкретної тематики та представлення доповіді												4
Виконання навчально-практичного завдання (індивідуального)												10
Робота в групах (4-5 студ.): дослідження, розрахунково-аналітична робота.												20 на групу
Робота в групах (4-5 студ.): моделювання міні-ситуації (кейс-метод). Складання ділової гри												20 на групу
Написання та публікації тез згідно тематики курсу												10
Написання та публікації статті у фахових збірниках												20

Примітка: T1, T2,...,T9 – тема програми, РК - Рубіжний контроль

6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Англійська мова наукового спілкування. Методичні вказівки до практичних занять для магістрів. С.В. Щербина, – Кропивницький ЦНТУ, 2018. – 103с.
2. Ділова іноземна мова: навчально-методичний посібник для здобувачів вищої освіти спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» / уклад. : Т. В. Модестова, С. О. Авдєєва. Київ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2024. 78 с.
3. Ділова англійська мова : навчальний посібник / укладачі: Надія Василівна Кіш, Олександра Любомирівна Канюк, Наталія Іванівна Годованець. – Ужгород : Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2024 – 128 с. URL: <https://dspace.snu.edu.ua/handle/123456789/1441>
4. Запотічна Р.А. English for Specific Purposes: Economics in USE [Текст] : навч. посіб. / Р. А. Запотічна ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. - Львів : Львів. держ. ун-т внутр. справ, 2021. - 87 с.
5. Іноземна мова професійного спрямування (англійська мова для маркетологів) Foreign language for specific purposes (English for marketing managers) : навч. посіб. / [Н. В. Мукан та ін.] ; за ред. Н. В. Мукан ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014. - 433 с.
6. Калюжна А.Б., Радченко О.І. Business English: навчально-методичний посібник. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2019. 172 с.
7. Стасюк Т.В., Резунова О.С. Ділова англійська мова : навчальний посібник. Дніпро : Видавництво ПП Вахмістров О. Є. 2023. 268 с
8. Introducing Marketing. John Burnett. The Global Text Project is funded by the Jacobs Foundation, Zurich, Switzerland. – 313 p. URL: https://textbookequity.org/Textbooks/Burnett_introdmarketingCCM.pdf

Допоміжна

1. ГулічО.О. Пріоритетність професійно-орієнтованої мовленнєвої компетентності при вивченні англійської мови. Мовна освіта фахівця, сучасні виклики та тренди: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (24 лютого 2022 року). Харків: Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, 2022. С. 36–37
2. Grant D., Hudson J., Hughes J. Business Result. Pre-intermediate Student's book. Second Edition. Oxford: Oxford University Press, 2017. 159 p.
3. Crops and Methods for Soil Improvement. Alva Agee. Release Date: December 2, 2007 [EBook #23682]. Language: English. – Character set encoding: ISO-8859-1. – 246 p. URL: <http://www.gutenberg.org/files/23682/23682-h/23682-h.htm>
4. O'Keefe M., Lansford L., Wright R., Frendo E., Wright L. Business Partner B1. Essex: Pearson Education Limited, 2018. 160 p.
5. Yachontova T.V. English Academic Writing. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. 220 с.

6. Cambridge English Business Activities. URL: <http://ilawiki.ilavietnam.com/wikiplus/indexdatafile/Cambridge%20Business%20English%20Activities.pdf>
7. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>

Інформаційні ресурси

1. Архів Журналу «Маркетинг в Україні» URL: <https://uam.in.ua/common/zhurnal-marketyng-v-ukrayini/>
2. Бізнес-кейси URL: <http://www.mbastrategy.ua/content/blogcategory/74/232>
3. Архів Журналу «Маркетинг в Україні» URL: <https://uam.in.ua/common/zhurnal-marketyng-v-ukrayini/> Бізнес-кейси URL: <http://www.mbastrategy.ua/content/blogcategory/74/232>
4. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Київ. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
6. Українські підручники он-лайн URL: <http://pidruchniki.ws/#>.
7. Репозитарій Центральноукраїнського національного технічного університету Кропивницький : ЦНТУ, 2024. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua>. – Назва з екрану.
8. Дистанційна освіта ЦНТУ. Кропивницький. ЦНТУ, 2024. URL: <http://moodle.kntu.kr.ua>. – Назва з екрану.
9. URL: <https://coschedule.com/blog/marketing-basics-101-guide/>
10. URL: <https://saylordotorg.github.io/text>
11. URL: <https://learnenglish.britishcouncil.org/business-english/english-emails/unit-1-email-addresses>