АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Наукові комунікації іноземною мовою» / «Foreign Language for Scientific Communication»

Розробник	*Петько Л. В., кандидат педагогічних наук, доцент*
Кафедра	*Іноземних мов і гуманітарних дисциплін*
Спеціальність	*D5 «Маркетинг»*
Освітня програма	*«Маркетинг»*
Освітній рівень	*Другий (магістерський)*
Категорія дисципліни	*Обов'язкова*
Обсяг	*3 кредити ЄКТС / 90 годин*
Рік і семестр	*1-й рік навчання, 1-й семестр*
Форма навчання	*Денна / заочна*
Мова викладання	*Англійська*
Форма підсумкового контролю	*Залік*
Основні форми контролю	*Поточне опитування, усні й письмові вправи, індивідуальні та групові завдання, дискусії, презентації, підготовка наукових текстів, модульний контроль (МК1, МК2), залік*

Мета навчальної дисципліни

Формування іншомовної наукової та професійної комунікативної компетентності здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти для розв'язання дослідницьких, інноваційних і практичних завдань у сфері маркетингу; розвиток умінь опрацьовувати англомовні наукові джерела, представляти результати досліджень, вести академічну дискусію та здійснювати міжнародну професійну комунікацію з дотриманням принципів академічної доброчесності.

Міждисциплінарні зв'язки

Пререквізити: знання англійської мови за професійним спрямуванням на рівні B1+–B2, набуті на бакалаврському рівні, та фахові знання з маркетингу. Зміст дисципліни пов'язаний з освітніми компонентами першого семестру «Маркетингова аналітика», «Web-аналітика в маркетинговій діяльності (англійською мовою)», «Бренд-менеджмент», «Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність», «Рекламний менеджмент».

Постреквізити: іншомовні компетентності використовуються під час вивчення дисциплін «Стратегічний маркетинг», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Маркетинговий менеджмент», «Методологія наукових досліджень», «Проєктна діяльність», а також під час виробничої практики, підготовки наукових публікацій, кваліфікаційної магістерської роботи та участі в міжнародних наукових і професійних проєктах.

Очікувані результати навчання

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні бути здатними:

- здійснювати усну й письмову наукову комунікацію англійською мовою у сфері маркетингу;
- знаходити, критично аналізувати та інтерпретувати англомовні наукові й професійні

джерела;
- коректно застосовувати академічну та фахову маркетингову термінологію;
- готувати англомовні анотації, есе, аналітичні записки, тези, статті та наукові звіти;
- структурувати наукові тексти, оформлювати посилання й дотримуватися академічної доброчесності;
- презентувати результати маркетингових досліджень англійською мовою та аргументовано відповідати на запитання;
- брати участь у фахових дискусіях, конференціях і міжкультурній академічній взаємодії;
- здійснювати професійне листування та співпрацю з іноземними партнерами і дослідниками;
- ефективно працювати в міжнародних командах, демонструвати критичне мислення, самоорганізацію та навички професійного розвитку.

Короткий зміст дисципліни

Дисципліна спрямована на опанування англомовної наукової комунікації у сфері маркетингу, академічного письма, фахової термінології та правил міжкультурної взаємодії. Навчальний матеріал об'єднано у два змістові модулі.

Змістовий модуль 1. Підготовка до іншомовної наукової комунікації

Наукова комунікація у європейському вимірі; англійська мова як мова міжнародного наукового спілкування; англо-американський інтелектуальний стиль; організація досліджень у сфері маркетингу; джерела наукової інформації; академічна і професійна термінологія; робота з англомовними науковими текстами.

Змістовий модуль 2. Академічне письмо та представлення результатів досліджень

Класифікація і структура наукових текстів; підготовка есе, тез, рефератів, аналітичних записок і статей; академічна граматика та термінологія; цитування і стилі оформлення джерел (Harvard, APA); запобігання плагіату; англомовна ділова кореспонденція, резюме; аналіз матеріалів про бізнес, економіку, фінанси й ринкові тенденції.

Методи та технології навчання

Комунікативні методи, Task-based learning, Presentation–Practice–Production, Lexical Approach, CLIL, кейс-метод, проблемно-орієнтоване та проєктне навчання, рольові ігри, дискусії, командна робота, академічні презентації, веб-квести, Flipped classroom, Shadowing, мультимедійні та цифрові інструменти, онлайн-платформи, самостійна робота з іншомовними джерелами.