

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
іноземних мов та міжкультурної комунікації
Протокол № 3 від 02.09.2024 р.



Проректор з навчально-методичної роботи

Ірина НЕМАШКАЛО

**ІНОЗЕМНА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)
робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)**

Галузь знань 07 "Управління та адміністрування"
Спеціальність 075 "Маркетинг"
Освітній рівень перший (бакалаврський)
Освітня програма "Маркетинг"

Статус дисципліни

обов'язкова
англійська
німецька
французька

Мова викладання, навчання та оцінювання

Розробники:
к. філ. н., доцент

старший викладач

старший викладач

Завідувач кафедри
іноземних мов
та міжкультурної комунікації

Гарант програми

Лариса САВИЦЬКА

Ірина БЕЗУГЛА

Людмила МИХАЙЛОВА

Лариса САВИЦЬКА

Олена НЕБИЛИЦЯ

Харків
2024

ВСТУП

Маркетинг – це визначення та керування бажаннями й потребами споживачів (покупців) для формування попиту на товари та послуги. Маркетологи затребувані на ринку праці, позаяк від уміння розрекламувати продукт, налаштувати комунікацію зі споживачами, правильно презентувати компанію чи організацію на ринку залежить добробут та прибуток компаній приватного, неприбуткового і навіть державного сектору. Адже правильне позиціонування, ціноутворення та реклама потрібні всім учасникам економічних відносин.

Для успішної роботи маркетологом необхідна наявність ряду індивідуальних особливостей. Це перш за все аналітичне мислення, чітка логіка, організаторські здібності, хороші комунікаційні навички, креативність, ініціативність і емоційна стійкість. Необхідна також наявність спеціальної вищої освіти і хороші знання з низки суміжних областей: соціологія, психологія, історія, законодавство та ін.

Вивчення дисципліни «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» спрямовано на оволодіння здобувачами компетентності з іншомовної комунікації професійного спілкування, що надасть можливість здобувачам мати конкурентні переваги серед інших фахівців в професійному середовищі і сфері міжнародних комунікацій.

Мета навчальної дисципліни – удосконалення загальних та професійно орієнтованих комунікативних мовленнєвих компетентностей здобувачів (лінгвістичної, соціолінгвістичної та прагматичної) для забезпечення ефективного спілкування в професійному середовищі.

Завданням навчальної дисципліни є розвиток навичок практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої потребами сфер майбутньої діяльності.

Об'єктом навчальної дисципліни є міжкультурна комунікація іноземною мовою у професійному контексті.

Предметом навчальної дисципліни є оперування іноземною мовою в реальному часі, у різних професійних ситуаціях, що здійснюється задля формування цілісного персоналізованого образу світу, розвитку творчої активності й автономності здобувача та усвідомлення міжкультурних особливостей представників різних лінгвокультурних спільнот.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
PH10	ЗК 9, ЗК10
PH11	ЗК 12
PH14	ЗК 4
PH17	ЗК10, СК1

де, PH10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

PH11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

PH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

PH17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Вступ до спеціальності

Тема 1. Маркетингова діяльність для сучасного бізнесу

1.1. Основи маркетингу.

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: загальні відомості про маркетинг та маркетинговий менеджмент; історія розвитку маркетингу та маркетингового менеджменту. Ознайомлення з правилами та вимогами ділової кореспонденції іноземною мовою.

1.2. Світові економічні системи та міжнародний маркетинг

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: економічна система; ступінь залучення держав різних країн в маркетингову діяльність (на прикладах країн, мова яких вивчається); види економічних систем України, США і Великобританії. Надання початкової інформації про себе та

місце майбутньої роботи. Чи можна зробити гарну кар'єру маркетолога. Укладання та оформлення ділового листа в маркетинговій діяльності. Ознайомлення з листами-повідомленнями, листами-запрошеннями.

1.3. Система маркетингу в діяльності сучасного підприємства

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: маркетингові ресурси; маркетинговий менеджмент на виробництві; прямий маркетинг (встановлення контактів, стосунків). Розпорядок дня маркетолога. Уміння спілкуватись, встановлювати контакти. Обговорення робочого дня здобувача. Планування в маркетинговій діяльності. Робоче місце маркетолога. Складання листів: листи-запити і відповіді, листи – скарги. Ринки та ринкові відносини в маркетингу.

Тема 2. Організаційні структури служби маркетингу

2.1. Служба маркетингу та її основні функції

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: маркетингова служба та її функції; переваги та недоліки роботи на підприємствах різних форм власності та видів організаційних структур; SWOT-аналіз як маркетинговий інструмент підприємства; практичний досвід закордонних підприємств створення власного бізнесу та ведення маркетингової діяльності; правила написання e-mail- розсилок.

2.2. Форма ведення бізнесу

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства: сутність та маркетингова діяльність; підготовка до співбесіди при прийомі на роботу; правила написання CV. Типи організаційних структур підприємств. Основні вимоги та підходи при підготовки до презентації; презентація; вимоги до написання факсу.

2.3 Маркетинг у франчайзинговому бізнесі

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: переваги та недоліки маркетингової діяльності різних типів компанії; основи маркетингу франшизи; міжнародний досвід використання франчайзингу; малий бізнес, партнерство і корпоративне підприємництво: сутність та особливості маркетингу; ведення ділової кореспонденції в межах однієї компанії; написання memo.

Змістовий модуль 2. Формування стратегії маркетингу

Тема 3. Маркетинг персоналу

3.1. Характеристика персоналу підприємств.

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: якісні характеристики трудових ресурсів; персонал підприємства; мотивація працівників. Організація і підготовка ділових зустрічей; правила написання порядку денного для ділових зустрічей.

3.2. Підбір персоналу в відділ маркетингу

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: основні характеристики підбору кадрів; недоліки та переваги роботи на

підприємстві; права робітників; дисципліна та безпека на робочому місці; відносини з колегами; правила прийому на роботу; проведення ділових зустрічей; робота в офісі; правила ведення та написання протоколу ділових зустрічей.

3.3. Оплата праці маркетолога

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: тенденції ринку праці маркетолога; організація праці маркетолога; оплата праці та додаткові винагородження; підстави для додаткової оплати праці та винагородження маркетологів; стимулювання; мотивація; підготовка документації для співбесіди на посаду маркетолога.

Тема 4. Фінансовий маркетинг

4.1. Фінансовий та розрахунковий контроль.

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: фінансовий контроль; контроль та ревізія у маркетинговій діяльності, їх значення; завдання, джерела інформації та напрями контролю; фінансові розрахунки; річні та квартальні фінансові звітності. Правила написання фінансового звіту; відрядження у маркетинговій діяльності; у готелі; телефонні розмови: установлення контактів, зв'язок, відмова та довідка; написання анотацій. Відрядження різними видами транспорту; складання нотаток та проекту повідомлення стосовно подорожі або інших подій. Написання звіту.

4.2. Джерела фінансування маркетингової діяльності

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: значення фінансової служби в маркетинговій діяльності підприємством; фінансові та грошові відносини; стратегічні аспекти фінансових ресурсів; способи фінансування маркетингової діяльності; ділові подорожі; харчування під час подорожі; їжа; правила ведення пленарного, секційних засідань та круглих столів під час проведення міжнародних конференцій, зустрічей; ведення протоколу та нотаток під час конференції. Написання звіту. Підготовка до написання есе.

4.3. Маркетинг послуг

Набуття комунікативної компетентності іноземною мовою за тематикою: послуги, пов'язані з товаром; послуги, що ґрунтуються на використанні обладнання; послуги, що ґрунтуються на праці людини. Маркетинг фінансових послуг; маркетингові дослідження на фінансовому ринку; маркетинг і його специфіка в сфері послуг. Ринок послуг: сегментація, дослідження та аналіз. Підготовка до проведення конференції; підготовка матеріалів доповіді на конференцію; заповнення апікаційних форм для участі в міжнародних конференціях, семінарах. Довгострокове фінансування діяльності підприємства. Інвестування. бізнес-план і його основні компоненти; прогнозування прибутків; джерела фінансування господарчої діяльності. Написання прес-релізу. Написання звіту, есе. Інформаційні системи в організаціях.

Перелік практичних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Перелік практичних занять / завдань

Назва теми	Зміст
1	2
Тема 1. Завдання 1.	Укладання та оформлення ділового листа. Ознайомлення з листами-повідомленнями, листами-запрошеннями. Складання листів: листи-запити і відповіді, листи – скарги.
Тема 2. Завдання 2.	Підготовка до співбесіди при прийомі на роботу; правила написання CV. Основні вимоги та підходи при підготовки до презентації; презентація; вимоги до написання факсу. Правила ведення та написання протоколу ділових зустрічей.
Тема 3. Завдання 3.	Організація і підготовка ділових зустрічей; правила написання порядку денного для ділових зустрічей.
Тема 4. Завдання 4.	Ділові подорожі різними видами транспорту; складання нотаток та проекту повідомлення стосовно подорожі або інших подій. Написання звіту, прес-релізу, есе.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1-2	Опрацювання навчального матеріалу, поглиблене опрацювання окремих лексичних одиниць. Виконання завдань. Підготовка презентації. Підготовка до підсумкової контрольної роботи.
Тема 3-4	Опрацювання навчального матеріалу, поглиблене опрацювання окремих лексичних одиниць. Виконання завдань. Підготовка презентації. Підготовка до підсумкової контрольної роботи.
Тема 1-4	Підготовка до екзамену.

Кількість годин практичних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни за комунікативними методами викладання іноземної мови для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів передбачене застосування технології змішаного навчання

(blended learning), активних та інтерактивних навчальних технологій, серед яких: практичні заняття проблемного характеру, робота в малих групах, мозкові атаки, кейс-метод, презентації (Теми 1-4), ознайомлювальні (початкові) ігри (Теми 1-4), дебати, диспути, дискусії, проекти (Теми 1-4).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Дисципліна Іноземна мова (за професійним спрямуванням) розрахована на 2 семестри першого року навчання.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю залік (1 семестр): максимальна сума поточного контролю складає 100 балів; мінімальна сума – 60 балів; поточний контроль включає індивідуальні навчально-дослідні завдання (80 балів), презентації (10 балів), письмові контрольні роботи (10 балів).

– для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит) (2 семестр): максимальна сума поточного контролю складає 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти складати екзамен (іспит) – 35 балів; поточний контроль включає індивідуальні навчально-дослідні завдання (40 балів), презентації (10 балів), письмові контрольні роботи (10 балів).

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах заліку (1 семестр) (сумою всіх елементів поточного контролю) та семестрового екзамену (іспиту) (2 семестр). Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою іспит вважається складеним – 25 балів.

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання для навчальної дисципліни (подано англійською мовою, екзаменаційні білети іншими мовами складено за цим шаблоном (кількість завдань, розподіл балів, тощо), завдання для іспиту типові відповідно очікуваному результату навчання.

Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг».
Семестр II
Навчальна дисципліна «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

Assignment 1. Choose the best options (A-C) to complete the sentences (**test assignment**).
(5 points).

1. The necklace is not for sale; it's _____.
A worthless B priceless C valuable
2. Mr. Smith had a huge _____ at the bank.
A overdraft B debt C loan
3. I got this half price in the January _____.
A bids B sales C offers
4. This table was a real _____.
A bargain B offer C profit
5. You can buy this now _____ and pay for it installments.
A in advance B in cash C by cheque

Assignment 2. Complete extract with the following phrases (**stereotypical assignment**). (5 points).

Public relations brand image advertising media publicity

Corporate 1. _____ is not directly concerned with increasing sales of a particular product or service, but more with the 2. _____, or picture, a company wants to present to the public. 3. _____ experts specialize in organizing activities and events which generate positive 4. _____ for the companies. Unusual advertising campaigns sometimes get extra publicity for the company by way of 5. _____ reports about the campaign.

Assignment 3. Complete extract with the correct active or passive forms of the verbs in brackets (**stereotypical assignment**). (10 points).

I _____ (realise) before how much I liked one brand of cream cheese more than any other. But apparently my brain does! That was the conclusion of Dr. Larry Farwell. He _____ (put) electrodes on my head and, while I was looking at adverts of cheese, he _____ (watch) the 'response' of my brain. If he _____ (show) me a special brand of cream cheese, my brain would 'spike'.

This kind of information can be extremely useful for advertisers. For example, if you wanted to know what packaging attracts which type of customer, this test _____ (tell) you.

Assignment 4. Read the text and fill in the gaps with the sentences given below it (**diagnostic assignment**). (10 points).

Would you call your friends if it meant hearing ads every three minutes - er, make that *free* minutes?

You pick up the telephone, dial the number and before it rings a cheerful voice says, "Hello! This call is sponsored by..."

1. _____ We've come to tolerate (maybe) TV ads that cut into movies just at the dramatic moment, or intrude on soccer matches right when a crucial play begins. In American football, referees even halt play for commercials. But how many people would be willing to have a *phone call* repeatedly interrupted for "a brief word from our sponsor?" Answer: plenty.

That's the verdict from Sweden, where an outfit called Gratistelefon is offering free, advertising-supported calls in a two-month trial. Lines are overloaded. 2. _____.

They are not, it seems. A caller dials a toll-free number, then dials any other number in Sweden.

3. _____. There's no charge for as long as the caller - or the person called - wants to talk, or is willing to have conversation punctuated by chirpy jingles.

4. _____. But giveaways know no age barrier, says Broden. "We were a bit amazed, but we're getting lots of middle-aged and older people. For them it's no bother." He wouldn't confirm published reports that the system is getting 30,000 callers a day, but did say it is so popular that on some evenings the circuits are jammed.

And what's in it for advertisers in this brave new medium? 5. _____. "Because the ad is only 10 seconds long and your friend is waiting on the line, you can't really go to the bathroom," says Broden. "It's very cost-efficient." A handful of organizations, including a movie theater chain, a radio station, a snacks company and a charity, are already running ads, which cost about 13 cents per spot, and dozens more have expressed interest.

By Jay Branegan

A Each ad has a very small - but equally captive - audience.

B "We were afraid consumers would be annoyed by the breaks," says Peter Broden, the marketing director.

C Future customers will have to provide a telephone number and all-important demographic data - age, sex, marital status, address and so on.

D We put up with commercials between songs on the radio.

E They hope to make profits by charging advertisers for the chance to reach the world's most narrowly targeted audience.

F Not surprisingly, young people and students have been the biggest users in the test.

G The caller hears one 10-second ad while the connection is made, another in a minute, and then one spot every three minutes.

Assignment 5. You work at Dorts LTD, a company that specialises in water filters. Nora Stein, the Public Relations officer, asks you to write an-email informing one of your company's clients of a conference on water pollution that your company is sponsoring (**heuristic assignment**). **(10 points)**.

Затверджено на засіданні кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації протокол № ____ від «__» _____ 20__ р.

Екзаменатор ст. викладач

Людмила МИХАЙЛОВА

Зав. кафедрою к.філол.н., доц.

Лариса САВИЦЬКА

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Завдання 1 (тестове). (5 балів)

За кожну вірну відповідь на тест – 1 бал.

Завдання 2 (стереотипне). (5 балів)

За кожну вірно вставлене слово – 1 бал.

Завдання 3 (стереотипне). (10 балів)

За кожну вірно вставлену граматичну форму слово – 2 бали.

Завдання 4 (діагностичне). (10 балів)

За кожне вірно вставлене речення – 2 бали.

Завдання 5 (евристичне). (10 балів)

Зміст і мовне оформлення власного висловлення оцінюються за п'ятьма критеріями (**a, b1, b2, c та d**), як викладено в таблиці 1.

Таблиця 4

Критерії	Змістовий вияв і композиційне оформлення критерію	Бали
1	2	3
а. Змістове наповнення (опрацювання умов, зазначених у ситуації):	а	
	Умову опрацьовано повністю, надано розгорнуту відповідь (щонайменше два поширені речення)	2
	Умову лише згадано, надано коротку відповідь	1
	Умову не опрацьовано й не згадано / переписано текст з умови або тексти із зошита сертифікаційної роботи	0
б. Структура тексту та зв'язність: b1 – логіка викладу та зв'язність тексту b2 – відповідність письмового висловлення заданому формату (приватний чи офіційний лист)	b1 – логіка викладу та зв'язність тексту	
	Текст укладено логічно й послідовно. Наявні з'єднувальні елементи забезпечують зв'язок між частинами тексту на рівні змістових абзаців, а також окремих речень в абзацах. У тексті є сполучники сурядності та підрядності, слова-зв'язки, вставні слова тощо, ужиті доречно.	2
	Логіку викладу частково порушено. З'єднувальних елементів між частинами тексту на рівні змістових абзаців та окремих речень в абзацах недостатньо, що частково порушує зв'язність викладу, або наявні з'єднувальні елементи вжиті недоречно	1
	Логіки викладу немає. З'єднувальних елементів немає, робота складається з набору речень	0
	b2 – відповідність письмового висловлення заданому формату (приватний чи офіційний лист)	
	Стиль письма повністю відповідає вимогам до висловлень заданого формату.	2

1	2	3
	<p>У письмовому висловленні використано відповідні лексичні та граматичні одиниці.</p> <p>Письмове висловлення оформлено відповідно до правил написання та оформлення, прийнятих у країнах, мова яких вивчалася.</p> <p>Наприклад, у приватному листі використано неформальний стиль, для якого є характерним приватний тон, а також уживання прямого звернення до адресата; використання імені, а не прізвища; скорочень і відповідних форм привітання та прощання тощо.</p> <p>У листі є:</p> <p>привітання (greeting) – відповідно до вимог оформлення приватного листа;</p> <p>вступ (opening remarks);</p> <p><i>Увага! Якщо у вступі дослівно переписано умову письмового завдання, оцінка за цей критерій – 1 бал.</i></p> <p>основна частина (main body) обов'язково структурована за змістовими абзацами, є три змістові абзаци (або два змістові абзаци, якщо дві змістові умови об'єднані в один абзац);</p> <p>кінцівка (closing remarks);</p> <p>прощання (ending) – відповідно до вимог оформлення приватного листа;</p> <p>підпис (name) – вигадане ім'я або ім'я та прізвище відповідно до формату листа.</p>	
	Стиль висловлення, ознаки відповідно до формату тексту частково відповідають меті написання, є порушення основних вимог	1
	Ознаки відповідно до формату тексту не відповідають меті написання висловлення або їх немає	0
<p>с. Використання лексики:</p> <p>– лексична наповнюваність;</p> <p>– правильність уживання лексичних засобів</p>	<p>Продемонстровано достатній словниковий запас (використано різноманітні лексичні одиниці) для вирішення заданої комунікативної ситуації.</p> <p>Робота не містить лексичних помилок або є лексичні помилки (максимум три), що не впливають на розуміння написаного</p>	2
	Продемонстровано недостатній словниковий запас (використано одноманітні лексичні одиниці) для вирішення заданої комунікативної ситуації.	1
	Або робота містить більше ніж три лексичні помилки	
	Через велику кількість лексичних помилок зміст висловлення незрозумілий	0
<p>d. Використання граматики:</p> <p>правильність уживання граматичних засобів</p>	<p>Робота не містить помилок або є помилки (максимум вісім), що не заважають розумінню написаного, крім грубих помилок на:</p> <ul style="list-style-type: none"> • уживання числа й особи в дієслівних часо-видових 	2

1	2	3
	<ul style="list-style-type: none"> • формах; • порушення порядку слів у реченні; • уживання інфінітива (у реченнях на зразок <i>he must come; I have to come; he wants to win</i> тощо); • уживання незлічуваних іменників (типу <i>advice, knowledge</i>). <p><i>Якщо серед восьми помилок є помилка, що відповідає хоч одному з перерахованих вище мовних явищ, оцінка за цей критерій – 1 бал.</i> У роботі є помилки, що заважають розумінню написаного або значна кількість помилок (дев'ять і більше), у тому числі грубі, що не заважають розумінню написаного.</p>	1
	У роботі велика кількість помилок, що унеможливають розуміння написаного.	0

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

АНГЛІЙСЬКА МОВА

Основна

1. Борова Т.А. Іноземна мова (за професійним спрямуванням): основи бізнесу та підприємництва [Електронний ресурс] : навчальний посібник / Т. А. Борова, Н. О. Бутковська. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 197 с. - Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/22764>

2. Уразова С. В. Іноземна мова за професійним спрямуванням. Кроки до підприємницької діяльності : лексико-граматичні завдання / С. В. Уразова, О. Ю. Коваленко, А. В. Боровський. – Х. : Вид. “ІНЖЕК”, 2011. – 128 с.

3. Clark R. Oxford English for Careers – Finance. Course Book / R. Clark, D. Baker. – Oxford : Oxford University Press, 2016. – 146 p.

4. Gore S. English for Marketing and Advertising Student's Book / S. Gore – Oxford : Oxford Business English, 2014. – 80 p.

Додаткова

5. Tsypina D. Language technologies impact on modern communication: analysis of new formats, challenges, and education / D. Tsypina, T. Nesterenko, O. Kozii and other // Multidisciplinary Science Journal. – 2024. - № 6. . – Access mode : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/32683>

6. Петренко В. О. Англійська мова. Автентичні тексти. Навчально-практичний посібник. / В. О.Петренко, Н. О. Бутковська, В. Л. Пугачова, В. Г. Вем'ян. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – 184 с.

7. Фоміна С. Б. Практичні завдання з навчальної “Іноземна мова” (англійська) для здобувачів I-го курсу всіх напрямів підготовки усіх форм навчання / Укл. С. Б. Фоміна. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2015. – 32 с.

8. Corballis T. English for Management Studies in Higher Education Studies. Course Book/ T. Corballis, W. Jennings. – Garnet Education, 2019. – 140 p.

Інформаційні ресурси

9. Сайт ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Методичне забезпечення з навчальної дисципліни: Іноземна мова (за професійним спрямуванням) [Електронний ресурс] / Олена БАЛАСАНЯН, Наталія МІНЯЙЛО. – Режим доступу : www.pns.hneu.edu.ua/enrol/index.php?id=10312.

10. The Economist / Journal [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.economist.com/weeklyedition/archive>.

НІМЕЦЬКА МОВА

Основна

1. Becker J., Merkelbach M. Pluspunkt Beruf: Deutsch am Arbeitsplatz. – Cornelsen, 2013. – 96 S.

2. Giersberg D., Buchwald-Wargenau I. Im Beruf neu. – Hueber, 2019. – 176 S.

3. Hoffgen A. Deutsch lernen für den Beruf. Lehrbuch. – Hueber, 2010. – 264S.

4. Tsykina D. S. Entwicklung der mediativen kompetenz im fremdsprachenunterricht / О. А. Dragan, D. S. Tsykina. // Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця : матеріали V наук.-практ. конф., 26–27 лист. 2020 р. : тези допов. – Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2020. – С. 288-289. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/24804>

5. Лукашова Л. В. Розмовляєте німецькою? Розмовляйте німецькою! / Л. В. Лукашова. – Х. : Видавничий дім «Інжек», 2010. – 292 с.

Додаткова

6. Bezugla I. Culture integration in language learning as a fundamental component of the educational process / I. Bezugla, L. Savytska // Методика та специфіка викладання іноземних мов у закладах вищої освіти : матеріали Всеукраїнської заочної науково-методичної конференції, 30 листопада 2023 р. : тези допов. – Харків : Нац. акад. Нац. гвардії України, 2023. – С. 57-59. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30766>

7. Kolbina T. Interkulturelle Kompetenzvermittlung im Fremdsprachenunterricht / T. Kolbina // Германістика в транскультурній перспективі : матеріали XXX Міжнар. наук.-практ. конф. Асоціації українських германістів, 29–30 вересня 2023 р. – Львів : ПАІС, 2023. – С. 74-76. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30764>

8. Eismann V. Wirtschaft – Kommunikation Deutsch / V. Eismann. – Berlin : Langenscheidt, 2018. – 188 p.

9. Hering A. Geschäftskommunikation / A. Hering. – Max Hueber Verlag, 2011. – 224 S.

Інформаційні ресурси

10. Сайт ПНС імені С. Кузнеця Методичне забезпечення з навчальної дисципліни : Іноземна мова (за професійним спрямуванням) [Електронний ресурс] / Наталія КАРАБІТСЬКОВА. – Режим доступу : www.pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=11532.

11. Netzspiegel Deutsche Landeskundeim Internet [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus : www.uncg.edu/~lixlpurk/NetzSpiegel/Netzspiegel.html.

12. Materialien zum Deutschunterricht [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus : www.zum.de/cgi-bin/hoturls?deutsch.

13. Deutsch als Fremdsprache [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus : www.deutsch-als-fremdsprache.de.

ФРАНЦУЗЬКА МОВА

Основна

1. Іноземна мова за професійним спрямуванням (французька мова) : тексти та завдання до самостійної роботи здобувачів усіх спеціальностей першого (бакалаврського) рівня / уклад. І. В. Безугла. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 49 с. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/20547>

2. Карабітська Н. О. Theoretical aspects of distance formation of students' communicative competence in learning a foreign language in institutions of higher education / Н. О. Карабітська, Т. О. Ускова // Colloquium-journal. Warszawa (Polska). – 2023.- Вип. 31 (190). - С. 43-46. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30757>

3. Jégou D. Quartier d'affaires 2 – Livre de l'élève / D.Jégou, M. P. Rosillo. – Paris:Cle International, 2014. – 160p.

4. Jégou D. Quartier d'affaires 2 – Cahier d'activités / D.Jégou, M. P. Rosillo. – Paris:Cle International, 2014. – 160p.

5. Duchamp D. La gestion des ressources humaines / D. Duchamp, L. Guery. – Paris : Nathan, 2013. – 160 p.

Додаткова

6. Bezugla I. The development of reflexivity and critical thinking as pillars for the emergence of creativity / Т. Митягіна, І. Bezugla / Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 30-31 травня 2019 р. : тези доповідей. – Х.: ДІСА ПЛЮС, 2019. - С. 368-369. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/22069>

7. Безугла І. В. Труднощі перекладу мовних реалій / І. В. Безугла // Сучасна філологія: теорія та практика: матер. Всеукр. наук.-практ. конф.: тези допов. – Київ : Нац. акад. СБУ, 2022. – С. 231-232. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27390>

Інформаційні ресурси

8. Сайт ПНС імені С. Кузнеця Методичне забезпечення з навчальної дисципліни : Іноземна мова (за професійним спрямуванням) [Електронний ресурс] / Ольга КОБРИНЕЦЬ. – Режим доступу : www.pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=9179.

9. Vos droits : conseils et astuces. Pratique.fr. [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <https://www.pratique.fr/vos-droits.html>

10. Apprendre le français FLE gratuitement, cours de français avec TV5MONDE. Apprendre le français avec TV5MONDE. [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <https://apprendre.tv5monde.com/fr>