


Розробники:

Сергій БОРЩЕВСЬКИЙ, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри мови та стилістики; Олена ТКАЧУК-МІРОШНИЧЕНКО, кандидат філологічних наук, доцент кафедри мови та стилістики

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри мови та стилістики

 (Наталія ШУМАРОВА)

Протокол № 13 від «30» червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Голова науково-методичної комісії  (Анастасія ВОЛОБУЄВА)

1. Мета дисципліни полягає у подальшому розвитку та поглибленні професійно-орієнтованих комунікативних мовленнєвих компетенцій для забезпечення ефективного спілкування у професійному середовищі; розвитку навичок критичного, аналітичного й дивергентного мислення у процесі роботи з фаховими матеріалами; розширенні мовно-культурного і професійного світогляду майбутнього спеціаліста в галузі медіакомунікацій у бізнесі.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни.

1. Знати:

- лексичний матеріал у межах програми з іноземної (англійської) мови для підготовки

бакалаврів за освітньою програмою «Журналістика та соціальна комунікація»;

- граматичний матеріал у межах програми з іноземної (англійської) мови для підготовки бакалаврів за освітньою програмою «Журналістика та соціальна комунікація».

2. Вміти:

- розуміти складні тексти з обраної галузі знань; виокремлювати й розпізнавати ставлення автора, навіть якщо це ставлення є імпліцитним;

- швидко і вільно висловлюватися під час спонтанної комунікації, вміти перефразувати власну думку і / чи думку автора;

- активно використовувати в усному і писемному мовленні лексичні та лексико-граматичні одиниці професійно-орієнтованої тематики;

- оперувати коректними граматичними структурами в усному і писемному мовленні;

- без помітних ускладнень сприймати інформацію на слух, розуміти зміст монологічного та діалогічного мовлення у професійній сфері;

– здійснювати самостійний пошук та аналіз інформації, готувати презентації, дискусії, писати есеї, вміти повно викладати власну думку, зважати на стилістичні особливості конкретного жанру; грамотно писати резюме до іншомовного тексту професійно-орієнтованої тематики.

– чітко формулювати власні судження, детально висловлюватися і логічно вибудовувати відповідь; демонструвати свідоме й правильне володіння граматичними структурами, лексичними одиницями тощо.

3. Володіти:

– навичками аудіювання, говоріння, читання і писемного мовлення в межах програми з іноземної (англійської) мови для підготовки бакалаврів освітньої програми «Журналістика та соціальна комунікація».

3. Анотація навчальної дисципліни

Навчальна мета дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» полягає у поглибленні професійно-орієнтованих комунікативних мовленнєвих компетенцій у сфері медіакомунікацій у бізнесі. У межах дисципліни студенти/студентки вивчатимуть особливості іноземної (англійської) мови медіакомунікацій у бізнесі, виконуватимуть завдання з читання, слухання, усного та писемного мовлення, робитимуть проєкти, які сприятимуть глибшому розумінню професійно-орієнтованої тематики та розвиватимуть творчі та професійні здібності студентів/студенток, допомагаючи їм генерувати нові ідеї.

Опанування програмного матеріалу навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» забезпечує розвиток загальних (ЗК) та формування фахових (ФК) компетентностей слухачів/слухачок курсу, а саме:

(ЗК) Здатність генерувати нові ідеї (креативність); здатність використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької або інноваційної роботи.

(ФК) Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей; здатність зрозуміло і

недвозначно доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.

Дисципліна сприятиме розвитку здатності студентів/студенток використовувати іноземну мову в популяризації своєї дослідницької або інноваційної роботи, для розширення каналів отримання інформації, в тому числі для організації транскордонного медіапартнерства в реалізації спільних медійних проєктів, журналістських розслідувань, обміну даними, працювати з джерелами професійної інформації іноземною мовою, писати рецензію на наукову статтю та/або інноваційний проєкт, наукову статтю.

4. Завдання (навчальні цілі) спрямовані на те, щоб надати студентам/студенткам сучасні знання у сфері медіакомунікацій у бізнесі, а також розвинути вміння студентів/студенток ефективно використовувати іноземну мову як засіб спілкування у професійній діяльності; розширити, урізноманітнити й активізувати словниковий запас студентів/студенток (зокрема, професійної лексики); розвинути вміння іномовного професійного ситуативно-орієнтованого спілкування в усіх видах мовленнєвої діяльності; виконувати спеціалізовані практичні завдання; здійснювати пошук, відбір, читання, рецензування іноземною мовою і проводити критичний аналіз сучасних іншомовних текстів, які охоплюють сферу професійної діяльності фахівця в галузі медіакомунікацій у бізнесі; розкрити перед студентами/студентками потенціал іноземної мови у розширенні мовних, прагматичних, соціолінгвістичних та особистісних компетенцій.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та <u>пороговий</u> критерій оцінювання (за	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			

			необхідності)	
1.1.	Знати основні напрями функціонування і розвитку іноземної мови у сфері професійного спілкування	Практичні заняття	Усна відповідь Залік	5
1.2.	Знати типові моделі спілкування, притаманні різним мовним ситуаціям	Практичні заняття	Усна відповідь Залік	5
1.3.	Знати ключові поняття і терміни сучасного іншомовного журналістського дискурсу	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь Залік	5
1.4.	Знати орфографічні, лексичні, граматичні та стилістичні норми сучасної іноземної мови для спеціальних цілей	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь Залік	5
2.1.	Вміти застосовувати на практиці набуті знання під час виконання спеціалізованих завдань	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь Залік	5
2.2.	Вміти читати фахову іншомовну літературу в оригіналі з опорою на вивчений мовний матеріал, фонові лінгвокраїнознавчі та професійні знання, навички мовної та контекстуальної здогадки	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь	5
2.3.	Вміти граматично, стилістично, синтаксично та орфографічно правильно передавати форму,	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь	5

	зміст, висловлювати особисте ставлення до проблеми, обґрунтовувати власну думку, обирати відповідне оформлення усного/письмового повідомлення, зокрема, рецензії на наукову статтю та/або інноваційний проєкт, звіту		Залік	
2.4.	Вміти сприймати і розуміти іншомовну інформацію на слух (у форматі аудіозапису (час звучання до 15 хв.) та, під час безпосереднього спілкування, давати оцінку послідовності подій та правдивості інформації	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь	5
2.5.	Вміти готувати власні медійні проєкти, звіти та презентувати їх іноземною мовою	Практичні заняття	Усна відповідь	13
2.6.	Вміти критично мислити, розуміти текстуально-мовні явища	Практичні заняття	Усна відповідь	3
3.1.	Комунікувати іноземною (англійською) мовою в межах рівня володіння: – взаємодіяти в колективі для виконання завдань; – продукувати деталізовані усні і письмові повідомлення	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь Залік	10
3.2.	Комунікувати іноземною мовою в усній формі (через говоріння) монологічно (обсяг	Практичні заняття	Усна відповідь Залік	8

	35-40 фраз) та діалогічно у формі презентацій, опитувань, обговорень, дискусій, висловлюючи та захищаючи власну точку зору (25-30 реплік)			
3.3.	Презентувати власні проєкти	Практичні заняття	Усна відповідь Презентація	15
4.1.	Самостійно працювати з іноземними інформаційно-пошуковими та експертними системами, здобувати потрібну іншомовну інформацію, обробляти й творчо використовувати її на практиці, для створення власних презентацій та проєктів, налагодження міжнародних ділових контактів	Практичні заняття	Усна відповідь Презентація	8
4.2.	Критично опрацьовувати іншомовну інформацію про етичні та репутаційні ризики в роботі спеціаліста з медіакомунікацій у бізнесі	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь	3
	Разом			100%

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання (необов'язково для вибіркових дисциплін які не входять до блоків спеціалізації)

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2
	Програмні результати навчання (назва)														
ПРН-3. Писати рецензію на наукову статтю або інноваційний проєкт.	*		*	*	*	*	*			*	*				*
ПРН-4. Використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької або інноваційної роботи.	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	
ПРН-11. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей.					*	*	*	*		*	*	*		*	*
ПРН-14. Писати наукову статтю за результатами дослідження.					*	*	*		*		*		*		*

7. Схема формування оцінки.

Контроль знань студентів/студенток здійснюється за модульно-рейтинговою системою. Протягом семестру 50% балів відводиться на аудиторні заняття (практичні заняття) і 50% – на самостійну роботу у вигляді виконання домашніх завдань, презентацій, написання рецензій, есеїв, самостійних робіт, модульних контрольних робіт.

Для допуску до заліку студент/студентка має набрати впродовж семестру загалом не менше 40 балів (рекомендовано – 48 балів), максимально – 80 балів. Під час складання заліку студент/студентка може отримати максимально 20 балів, мінімально – 12 балів.

7.1. Форми оцінювання студентів/студенток:

– семестрове оцінювання (1 семестр):

	Розподіл балів за 1(2) модуль	
	Min. 24 бали	Max. 40 балів
Аудиторні (практичні заняття) (4 теми) <i>(в кожному змістовому модулі)</i>	4x3=12	4x5=20
Самостійна робота, до якої входять: – виконання домашніх завдань із кожної теми; – презентації; – модульна контрольна робота	12: 6 (4x1.5) 2.5 3.5	20: 12 (4x3) 3 5
Підсумкова кількість балів за 2 модулі	48	80

– підсумкове оцінювання:

– форма оцінювання – залік;

- максимальна кількість балів, які може отримати студент/студентка – 20 балів;
- мінімальна – 12 балів;
- форма проведення заліку – письмова.

Студенти/студентки, які впродовж навчального семестру набрали сумарно менше 48 балів, обов'язково повинні виконати комплексну контрольну роботу на задовільну оцінку (повинні виконати не менше, ніж 60% завдань). Зазначені бали (не менше 48) є підставою для допуску до перескладання заліку.

Студентам/студенткам, які протягом навчального семестру відвідали менше ніж 60 % занять чи були присутні на заняттях, але не були готові, – необхідно скласти матеріали за пройденими змістовими модулями, аби вважатися такими, що прослухали курс з іноземної мови за професійним спрямуванням.

7.2. Організація оцінювання:

Дисципліна має два змістові модулі, які включають у себе практичні заняття з постійним контролем рівня засвоєння знань матеріалу навчальної дисципліни на кожному практичному занятті та самостійну роботу студентів/студенток – виконання домашніх завдань та презентацій.

Оцінювання успішності знань студентів/студенток здійснюється у двох формах: семестрове оцінювання (практичні заняття, самостійна робота) і підсумкове оцінювання (залік).

Успішне виконання завдання (практичні заняття, самостійна робота, модульна контрольна робота, залік) – отримання за роботу не менше 60% від максимальної оцінки.

Загальна сума балів – 100 балів:

– із них семестрове оцінювання – максимум 80 балів, підсумкове оцінювання (залік) – максимум 20 балів.

Після завершення кожного змістового модуля проводиться **модульна контрольна робота**.

	ЗМ1 ЗМ2	Залік	Підсумкова оцінка
Мінімум	48 (24+24)	12	60
Максимум	80 (40+40)	20	100

У період дії воєнного/надзвичайного стану студенти/студентки, котрі не мають можливості відвідувати заняття, можуть самостійно опрацювати навчальний матеріал, сформувати компетентності, здобути практичні результати навчання, передбачені темою заняття, та надати викладачеві письмові роботи протягом 14 календарних днів після відповідного заняття. Матеріали й завдання для самостійного опрацювання викладач/викладачка оприлюднює в Google-класі.

Шкала відповідності оцінок.

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план практичних занять.

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин	
		Практичні заняття	Самостійн а робота
<i>Змістовий модуль 1</i>			
1.	<i>Тема 1.</i> Бізнес-комунікація в системі соціальної комунікації. Етичні засади професійної діяльності фахівців у сфері медіакомунікацій у бізнесі	4	4
2.	<i>Тема 2.</i> Медіаетика в добу цифрових технологій. Професійна та корпоративна етика	2	4
3.	<i>Тема 3.</i> Бізнес-комунікації організацій. Брендинг. Управління медіааудиторією. Реклама та PR як складові медіакомунікацій у бізнесі	4	8
4.	<i>Тема 4.</i> Цифрові бізнес-моделі в медіагалузі. Цифровий медіамаркетинг	4	8
5.	<i>Проміжний контроль (Модульна контрольна робота 1)</i>	1	6
<i>Змістовий модуль 2</i>			
6.	<i>Тема 5.</i> Конвергентні медіа: креативні інновації. Інноваційні тренди в бізнес-комунікаціях. Комунікації в соціальних мережах	4	4
7.	<i>Тема 6.</i> Інформаційна безпека в бізнесі.	2	4
8.	<i>Тема 7.</i> Написання рецензії на наукову статтю за фахом: лексико-граматичні та структурні особливості	4	6

9.	<i>Тема 8.</i> Фахова публікація: структурні елементи та лінгвостилістичні особливості оглядової статті	4	10
10.	<i>Модульна контрольна робота 2</i>	1	6
УСЬОГО:		30	60

Загальний обсяг - **90 год.**, у тому числі:

Практичні заняття – **30 год.**

Самостійна робота – **60 год.**

9. Рекомендовані джерела:

Основні:

1. Ferrier, Michelle, and Mays, Elizabeth, eds. Media Innovation and Entrepreneurship. Rebus Community, 2017. URL: <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/media-innovation-and-entrepreneurship>
2. Academic Phrasebank. The University of Manchester. URL: <https://www.phrasebank.manchester.ac.uk/about-academic-phrasebank/>
3. Annotated Bibliographies. Purdue University. URL: https://owl.purdue.edu/owl/general_writing/common_writing_assignments/annotated_bibliographies/
4. Codes of Ethics. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes>
5. How to Write an Article Review. URL: <https://www.myperfectwords.com/blog/general/article-review>
6. Kessler, Lauren, McDonald, Duncan. When Words Collide: A Media Writer's Guide to Grammar and Style. Wordsworth Publishing Company, 2011. 248 p.
7. Media Law, Ethics and Regulation. URL: <https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/zyt282p/revision/4>

8. Roberts J. Writing for Strategic Communication Industries. Ohio State University. 2016. URL: <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/writing-for-strategic-communication-industries>
9. Society of Professional Journalists. URL: <https://www.spj.org/index.asp>
10. Style Guide Overview. Purdue University. URL: https://owl.purdue.edu/owl/avoiding_plagiarism/guide_overview%20.html

Додаткові:

1. Daly, Diana. Humans R Social Media – Open Textbook Edition: University of Arizona, 2021. URL: <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/humans-r-social-media-open-textbook-edition> Sword, Helen Stylish Academic Writing. Harvard University Press, 2012. 220 p.
2. Fill C., Roper S. Corporate reputation: brand and communication. Pearson. 2012. 332 p.
3. Jan, Susan. The Important Role of Public Relations. URL: <http://ezinearticles.com/?The-Important-Role-Of-Public-Relations&id=198392>
4. Rees S. Public Relations, Branding and Authenticity: Brand Communications in the Digital Age. Routledge. 2020. 186 p.
5. Reuters Handbook of Journalism. URL: <http://handbook.reuters.com/extensions/docs/pdf/handbookofjournalism.pdf>
6. Shaun Macleod. Academic Writing: How to Write a Summary. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eGWO1ldEhtQ>
7. The Active and Passive Voices in News. URL: <https://mediahelpingmedia.org/basics/the-active-and-passive-voices-in-news/>
8. Tkachuk-Miroshnychenko O. Advertising. New Peeks. Kyiv, 2019. 157 p. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/navch/PracticeTM.pdf>
9. Wahl-Jorgensen, Karin, and Thomas Hanitzsch, eds. The handbook of journalism studies. Routledge, 2009. 446 p.
10. Watkins B. (ed.). Research Perspectives on Social Media Influencers and Brand Communication. Lexington Books. 2020. 192 p.