

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК  
ТЕРНОПІЛЬСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ПЕДАГОГІЧНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ГНАТЮКА

**A. ONUFRIV, A. KOTLOVSKYI**

**FACE THE CHALLENGE:  
PRESENTATIONS FOR MARKETERS**

Тернопілля – 2016

УДК 8111.111:339.138(075.8)

ББК 81.43.21-922

О-59

***Рецензенти:***

***Морська Л.І.*** – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри англійської філології Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка;

***Рубель Н.В.*** – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов для природничих факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка

***Рекомендовано***

*Вченою радою Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка (протокол № 4 від 25.10. 2016 р.)*

**Онуфрив А. Р.**

О-59 Face the Challenge: Presentations for Marketers. / А.Р. Онуфрив, А.М. Котловський. — Тернопіль: Осадца Ю.В., 2016. – 92 с.

Навчально-методичний посібник укладено відповідно до вимог щодо навчально-методичного забезпечення дисциплін «Іноземна мова» та «Іноземна мова професійного спрямування» у вищій школі й призначено для розвитку компонентів англійської мовної компетентності в усному професійно орієнтованому спілкуванні майбутніх маркетологів засобами найбільш поширених у сфері маркетингу видів та типів презентацій.

**УДК 8111.111:339.138(075.8)**

**ББК 81.43.21-922**

ISBN 978-617-7516-23-0

© Онуфрив А. Р., Котловський А. М., 2016

© Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2016

# **CONTENTS**

ПЕРЕДМОВА

UNIT 1. WHAT DO MARKETERS DO?

UNIT 2. MARKET RESEARCH

UNIT 3. PRODUCT DEVELOPMENT

UNIT 4. PRODUCT LIFE CYCLE

UNIT 5. PRICING

UNIT 6. DISTRIBUTION

UNIT 7. ADVERTISING

UNIT 8. SWOT ANALYSIS

UNIT 9. PUBLIC RELATIONS

UNIT 10. CROSS-CULTURAL MARKETING

GLOSSARY

REFERENCE LIST

## ПЕРЕДМОВА

Процес формування англомовної компетентності майбутніх маркетологів у професійно орієнтованому усному спілкуванні має базуватися на розумінні її структури. Компонентами згаданої компетентності є: мовленнєві уміння, рецептивні і репродуктивні мовленнєві навички, декларативні і процедурні знання, комунікативні здібності. Автоматизація мовленнєвих операцій безпосередньо залежить від рівня сформованості мовленнєвих навичок і дозволяє студентові зосередитись на змісті висловлювання.

Англомовну компетентність в професійно орієнтованому усному спілкуванні доцільно формувати у майбутніх маркетологів упродовж трьох основних етапів: орієнтовно-підготовчого, реалізації презентації та підготовки до ведення діалогу до і після презентації.

Провідним засобом формування у майбутніх маркетологів англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні визначено презентацію, яку трактуємо як спеціально організоване спілкування з аудиторією, мета якого надати інформацію, переконати або спонукати аудиторію до певних дій. Зміст навчально-методичного посібника опирається на основні види презентацій сфери маркетингу, які можуть виконуватися майбутніми маркетологами як під безпосереднім керівництвом викладача, так і в рамках самостійної роботи у процесі вивчення навчальних дисциплін «Іноземна мова за професійним спрямуванням» та «Ділова іноземна мова», а саме: презентації за сценарієм, інтерактивні та автоматичні, які представляють результати аналітичних операцій.

У процесі формування англомовної компетентності майбутніх маркетологів у професійно орієнтованому усному спілкуванні необхідно звернути особливу увагу на домінуючі комунікативні стратегії усномовленнєвого дискурсу маркетологів (інформативна комунікативна стратегія, аргументативна, спонукальна, конфронтації та компромісу), присутність та частотність уживання цих стратегій в аутентичних текстах, що виконують еталонно-допоміжну функцію, а також відбір відповідних мовленнєвих моделей, які дозволяють реалізувати комунікативні стратегії у контексті комунікативних ситуацій усного професійно орієнтованого спілкування майбутніх маркетологів.

У процесі відбору текстів-монологів у формі презентацій і діалогів з метою формування у майбутніх маркетологів англомовної компетентності в професійно орієнтованому усному спілкуванні, доцільно опиратися на

наступні критерії: автентичність; професійна спрямованість; зразковість як здатність тексту виконувати еталонно-допоміжну функцію при продукуванні студентами власних висловлювань; кореляція типів текстів з видами та типами презентацій, які застосовуються у сфері маркетингу; відображення домінувальних комунікативних стратегій у діалогах-зразках; тематичність; актуальність інформації; відповідність рівню сформованості англомовної професійно-комунікативної компетентності.

Навчально-методичний посібник «Face the Challenge: Presentations for Marketers» включає підсистему вправ і завдань, що охоплює три групи вправ і завдань: вправи і завдання для розвитку рецептивних і продуктивних навичок і вмінь; вправи і завдання для розвитку продуктивних навичок і вмінь у монологічному мовленні; вправи і завдання для розвитку продуктивних навичок і вмінь у діалогічному мовленні.

# Unit 1

## What do marketers do?



### Lead-in:

- How do you see yourself in the field of marketing?
- Will your background knowledge in marketing help you to find a good job?
- What post in marketing is the most preferable to you?

**1. Read the job adverts below. Then read the dialogue. Which job would suit Ann best?**

#### Marketing assistant

His or her primary responsibility is to provide

direct support to the media buyers. S/he will

also track media mentions, support customer service, manage our relationship management tools, and provide other assistance within the marketing department when needed.

### **Brand manager**

You will be responsible for developing and executing brand strategies and marketing initiatives for an assigned product line to meet revenues, profitability and budget targets. Requires strong knowledge of marketing principles and practices, and the ability to lead cross-functional teams to accomplish a successful go-to-market strategy. This position reports directly to the Director of Marketing.

**Manager:** How did you find out about the job?

**Ann:** I saw it advertised on a recruitment agency website.

**Manager:** You've worked in advertising before, haven't you?

**Ann:** Yes, I have. I used to work in a small advertising agency.

**Manager:** What did you do there?

**Ann:** First of all I monitored the advertising market. But then I was engaged in designing classified ads fliers, coupons. Occasionally I negotiated with radio stations concerning ads placement.

**Manager:** Did you enjoy the work?

**Ann:** Yes, I did. Though it was very tiring at the end of week.

**Manager:** I see. And why do you think you're the right person for this job?

**Ann:** Because I'm hard-working and reliable, and I enjoy dealing with the public. I'm also good at working in a team.

**Manager:** Well, thanks for coming in, Ann. We'll be in touch before the end of the week.

art director   graphic designer brand manager   PR officer   copywriter
--

1. One of this person's responsibilities is to create logos.
2. This person supervises the design staff.
3. This person interacts with the media to communicate important company information to the public.
4. This person writes the text for advertisement.
5. This person is responsible for developing and executing brand strategies and marketing initiative.

### **3. Choose the correct tense: the Present Simple or the Present Continuous.**

1. What sort of demographic information (...) you (...)?

a) do collect                      b) are collecting

2. Marketing practitioners (...) knowledge of psychology helpful in formulating advertising and sales campaigns.

a) are finding                      b) find

3. When backed by buying power, wants (...) demands.

a) are becoming                  b) become

4. The design team (...) a new layout of the company website these days.

a) launches                        b) is launching

5. Many companies (...) of society's interests when making their marketing decisions.

a) think                              b) are thinking

**4. Think of a person who is a marketer. Tell your partner these things about him.**

— facts: e.g.: *He works in ... , He is a ...*

— thing he often does: *He often reads...*

— something he is doing over a period of time: *He is drawing a design.*

— What you think he is doing right now: *He is walking home .*

**5. In pairs, discuss these questions.**

1. What do you know about the process of developing and designing a product ?

2. Do marketers work overtime?

**6. Imagine that you are at the meeting of the marketing department where you will be working as a PR officer. Introduce yourself to the colleagues. Here are some phrases to get you started.**





### Identification

Hello, I'm ....

Hello, my name is ....

Hello, let me introduce myself, I'm...

I'll be in charge ...

I'll be responsible for ....

I used to work as...

### Independent Work (Unit 1 What do marketers do?)



#### 1. Insert the following words in the gaps in the text below.

demands    storage    to satisfy    consumer    shifted

What marketers do depends on what needs to be done 1.) ..... consumer wants. In 1900, consumers needed the basic necessities of life – food, clothing, and shelter. The problem was getting goods from the producer to the 2.) ..... The most basic need was for food, so marketers concentrated on the transportation and 3) .... of food products. By the 1920s, marketers were described as performing eight basic functions: buying, selling, transporting, storing, financing, standardizing, risk taking and research. By the 1980s, new consumer 4) ... had changed what marketers had to do. Rather than focus on functions such as distribution and storage, marketers 5) ... their attention to more careful listening to consumers, and more attention was given to identifying specific markets.



now, we ....(have) many orders. I always ... (try) to accomplish everything on time. The week .... (come) to the end. I ... (hope) I'll see you soon.

Bye for now.

Pamela

**6. Write a covering letter to a marketing company Include the following points.**



<b>Introduction</b>
<i>I am writing to apply for...</i> <i>I am writing to you concerning ....</i> <i>I was delighted to see your advertisement because...</i>
<b>Present your merits, skills and experience</b>
<i>I am ...</i> <i>I speak ....</i> <i>My university training prepared me to learn...</i> <i>I recently completed....</i> <i>As a result of training, I am able to do...</i> <i>I gained knowledge of ...</i> <i>I think my experience would prove useful to ...</i>
<b>Request an interview</b>
<i>I am available at any time convenient to you.</i> <i>I am looking forward to meeting you to discuss my application</i>