



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

Е.В. Федорова

10 июня 2019г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Департамента коммуникаций и
медиа

В.А. Казакова

10 июня 2019г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Русский язык в профессиональной коммуникации»

Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

курс 1 семестр 1
лекции – не предусмотрены
лабораторные работы – не предусмотрено
практические занятия – 144 час.
в том числе с использованием МАО л – 0 / пр.-10 час..
всего часов аудиторной нагрузки – 36 час.
самостоятельная работа – 72 час.
контрольные работы (количество) - не предусмотрено
курсовая работа/курсовой проект - не предусмотрено
экзамен – 2 семестр

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании департамента коммуникаций и медиа,
протокол № 10 от 10 июня 2019г.

Директор департамента коммуникаций и медиа: канд. полит.наук, Казакова В.А.

Составитель: канд.филол.наук Е.А. Шнырик

Оборотная сторона титульного листа РПУД

I. Рабочая учебная программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа

Протокол от « _____ » _____ 201 г. № _____

Директор департамента _____

(подпись) (и.о. фамилия)

II. Рабочая учебная программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа

Протокол от « _____ » _____ 201 г. № _____

Директор департамента _____

(подпись) (и.о. фамилия)

Дисциплина «Русский язык в профессиональной коммуникации» предназначена для студентов магистратуры по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью».

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Дисциплина «Русский язык в профессиональной коммуникации» входит в обязательную часть Блока 1. Дисциплины (модули) (Б1.О.02) и реализуется на 1 курсе очной формы обучения во втором семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 144 часа (4 зачетные единицы). Учебным планом предусмотрены практические занятия – 36 часов, в том числе в форме интерактива - 10 часов; самостоятельная работа студента – 72 часа; часы на подготовку к экзамену (36 часов). Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме экзамена во втором семестре.

Цель дисциплины: подготовить коммуникативно грамотного специалиста, обладающего способностью создавать медиатексты, медиа- и коммуникационные продукты, востребованные в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи освоения дисциплины:

1. Сформировать у студентов-магистрантов представление о тексте как главном продукте академической и профессиональной деятельности, об основных текстовых категориях.
2. Совершенствовать навыки редактирования медиатекстов, работы со словарями и справочниками по русскому языку, материалами информационных порталов по культуре устной и письменной речи.

3. Сформировать навыки незатруднённого устного и письменного общения в различных профессионально ориентированных коммуникативных ситуациях.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные и общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

УК-4 – способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;

ОПК-1 – способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменения норм русского и иностранного языков.

Для формирования данных компетенций в рамках дисциплины «Русский язык в профессиональной коммуникации» применяются следующие методы обучения: работа в парах или малых группах, разбор кейс-задач, деловая (ролевая) игра.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (0 ЧАС.)

Лекционных занятий учебным планом не предусмотрено.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (36 ЧАС.)

Практические занятия (18 ч., в том числе 10 ч. с использованием методов активного обучения)

Занятие 1. Понятие коммуникации. Языковые составляющие её успешности (2 часа)

МАО Круглый стол

На обсуждение выносятся вопросы:

1. В общении главное – что мы говорим, а не как, поэтому не стоит заботиться о форме речи. Как вы относитесь к утверждениям такого рода?
2. Речь с «шероховатостями» лучше, чем правильная. Согласны ли вы с этим мнением?

3. Существует ли в нашем обществе «лингвистическая ксенофобия»? Как вы оцениваете это явление?
4. «Языковое импортозамещение». Возможно ли оно?

В конце занятия преподаватель обобщает высказанные в ходе обсуждения мнения и даёт рекомендации по усовершенствованию речи.

Занятие 2. Коммуникативные качества хорошей речи: точность, ясность, логичность, доступность, чистота, уместность (2 часа)

➤ Рассмотрение теоретических вопросов

- Понятие точности речи. Условия точности речи. Правила выбора слова.
- Языковая и речевая доступность речи. Средства достижения доступности речи.
- Логичность речи. Логичность в предложении и тексте. Условия логичности речи.
- Чистота речи. Элементы языка, засоряющие литературную речь.
- Уместность речи. Функционально-стилевое расслоение языковых единиц

➤ Выполнение практических заданий

Задание 1. Сравните три текста на одну и ту же тему (дорожное происшествие). Каковы особенности подачи одного и того же материала в произведениях разной стилистической принадлежности? Покажите, что каждая речевая ситуация требует «специфической организацией языковых средств».

Текст 1. Мы видим, как заметно вырос автомобильный парк города, необходимо помнить о том, что автомобиль по-прежнему является источником повышенной опасности. Мы должны, наконец, проникнуться мыслью о недопустимости ежегодной гибели в дорожных катастрофах восьмисот и травмирования почти шести тысяч человек. Выходя на улицу, мы должны знать, что 70% всех дорожно-транспортных происшествий в городе – это наезды на пешеходов. Поэтому, уважаемые водители, пропустите пешеходов на пешеходном переходе, в зоне остановки общественного транспорта, уступите им дорогу на повороте.

Текст 2. При дорожно-транспортном происшествии водители, причастные к нему, должны: немедленно остановиться и оставаться на месте происшествия, включить аварийную световую сигнализацию или выставить знак аварийной остановки (мигающий красный фонарь) в соответствии с требованиями пункта 8.11 настоящих Правил.

Текст 3. Представляешь, отец вчера чуть не разбил машину. Помнишь, на перекрестке около нашего дома никогда не было светофора? Нет и сейчас. Отец поехал ставить машину в гараж через этот светофор. Их ряд пропускали. И вдруг справа выехала какая-то наглая иномарка на скорости. Они чуть не столкнулись. Прикинь!? Сразу гаишники откуда-то появились – тому водиле штраф.

Задание 2. Соответствуют ли предлагаемые отрывки критериям точности, ясности, доступности, логичности, уместности речи? Найдите нарушения коммуникативных качеств хорошей речи. Предложите способы устранения выявленных нарушений.

1. Десять вице-губернаторов Приморского края отчитались о доходах за 2016 год. По официальным данным, они заработали свыше 29,3 млн рублей, что в 10 раз больше достатка самого Владимира Миклушевского и на 8 млн меньше зарплаты одной из супруг заместителя губернатора — она задекларировала 37,6 млн рублей, сообщает корреспондент ИА REGNUM
2. Только мне одному показалось, что, как только экс-президент США Барак Обама покинул свой пост, сразу же умолкли лживые заявления моих американских и европейских коллег о геноциде русских в Сирии? Перестали поступать сообщения о бомбардировках российской авиацией местного населения, о точечных ударах по санитарным колоннам, школам и больницам, о преследовании «правильных» зеленых банд в Алеппо. (Н. Кутенких. Единожды солгав... Владивосток. 10.02.2017)
3. В первую очередь глава города посетил Спортивную набережную. Низкие температуры воздуха не мешают строителям укладывать здесь облицовочную плитку на клумбы. Тем не менее эти работы планируют закончить уже до Нового года. А вот с укладкой брусчатки придётся подождать до апреля.
4. В ТГМУ обучаются не только студенты из Приморья, но и из других дальневосточных территорий. Немало среди студентов-медиков и будущих врачей из стран ближнего и дальнего зарубежья. Здесь готовят целый ряд специалистов — врачей, фармакологов, стоматологов, управленцев.

Занятие 3. Правильность речи. Понятие нормы (2 часа)

- Рассмотрение теоретических вопросов
 - Норма как социально-историческая категория
 - Вариантность как следствие эволюции языка
 - Скорость изменения нормы
 - Отступление от нормы
 - Виды норм литературного языка.
- Практические задания
 - Хорошо ли вы знаете лексические и грамматические нормы литературного языка?

Минитест «Проверь себя»

1. Поставьте слова в правильной форме.

Она любит мыть голову (шампунь) на берёзовом отваре.
На рынке банку (консерв...) можно купить рублей за двадцать.
Амарантовое масло является богатейш... кладез... витаминов.
На прав... туфл... сломался каблук.
По совету врача больной (полоскать – наст.вр.) горло раствором соды.
(Полоскать – повел.накл.) горло гексоралом утром и вечером.
Ты (стричься – наст. вр.) у одного и того же парикмахера?
Пусть он (постричь – буд. вр.) тебе волосы покороче.
(Бежать – повел.накл) быстрее сюда! (Лечь – повел накл.) отдохни!

2. Заполните пропуски нужными предлогами.

Самолёт вылетел ... Южно-Сахалинска в 12.00. В группе много студентов ...
Алтая.

3. Поставьте в нужной форме числительные оба, обе.

Между ... странами. Между ... государствами..

4. Запишите словами количественно-именные сочетания.

К 2025 году, в 45 % случа..., из 636 примеров, паром с 267 пассажир...
Приняли решение о выдаче лицензий 327 управляющим компаниям, 21
компания было отказано в выдаче лицензии.

5. Составьте словосочетания, соединив данные слова с помещёнными в скобках существительными.

Оплатить, уплатить (проезд); предупредить, предостеречь (опасность); указать,
остановиться (недостатки); различать, отличать (одно, другое)

6. Закончить фразу так, чтобы получилось предложение.

Посетив выставку ...
Кроме свидетельств современников ...
Те, кто ...
То, что...

7. Включить в предложение оборот *не только ДВФУ...*

8. В каких предложениях допущены грамматические ошибки? В чём они состоят? Запишите такие предложения в исправленном виде.

1. По завершении работы вы должны составить отчёт.
2. Главной своей задачей организаторы клуба видят в пропаганде идей патриотизма.
3. Жюри отметили вокальные способности и талант исполнителя.
4. Моей целью стало не только изучение восточных языков, но и стать хорошим специалистом по стране изучаемого языка.
5. Я изменила своё решение, отдав предпочтение изучению корейскому языку
6. Направляемых студентов на практику необходимо снабдить программой и тщательно разработанной специалистами инструкцией.
7. Поговорив с жильцами, выяснилось, что они не согласны, чтобы рядом с их домом была автостоянка.

Занятие 4. Отработка орфоэпических, лексических и грамматических норм современного русского языка (2 часа)

Выполнение практических заданий (работа в минигруппах)

Ответьте на предлагаемые вопросы. Проверьте правильность своих ответов по орфоэпическому словарю.

<http://gramota.ru/slovari/>

https://imwerden.de/pdf/ivanova_orfoepichesky_slovar_russkogo_yazyka_2005.pdf

Задание 1. Поставьте ударение в списке слов. Запишите слова, в произношении которых вы допускаете ошибки. Составьте с ними короткие фразы. Проставьте правильное ударение.

алкоголь	искра	присовокупить
апостроф	исподволь	простыня
арахис	исчерпать	пуловер
аристократия	каталог	пурпур
банты	кашлянуть	рефери
бармен	квартал	рудник
бутик	колледж, коллеж	сирота, сироты (мн.ч.)
бюрократия	красивее	сосредоточение
валовой	кухонный	средства (мн.ч.)
воры	мастерски	танцовщица
газопровод	медикаменты	малая толика
гала-концерт	мельком	торты
генезис	мозаичный	тотем
граффити	намерение	тотчас
гусеница	невропатолог	туника
давнишний	недуг	углубить
диспансер	нувориш	умерший
добыча	обеспечение	упрочение
дозировать	облегчить	усугубить
досуг	ободрить	упрочение
жалюзи	одновременно	усугубить
завидно	оптовый	украинский

занявший 1-е место	осведомиться	феерия
закупорить	откупорить	феномен
заржаветь	отчасти	фетиш
заплесневеть	памятуя	форзац
заплесневелый	пеня	хвоя
зубчатый	предвосхитить	ходатайствовать
издревле	премировать	цемент
изыски	преминуть	цепочка

Задание 2. Какой звук обозначен выделенными буквами:

- 1) белесый, блеклый, маневры, опека, желчный, афера, недоуменный;
- 2) бонтон, болеро, Шопен, вето, сонет;
- 3) бог, ага, бухгалтер;
- 4) жюри, брошюра, Цюрих, парашют;
- 5) шинель, Одесса, сессия, тенденция, термин;
- 6) пшеничный, горничная, сердечный (приступ), скучный, нарочно, что-то, ничто, скворечник, яичница, булочная, порядочный, подсвечник);
- 7) дождь, дождя, дождевой;
- 8) вулканизм, капитализм, в организме;
- 9) жакет, двадцати, чарльстон, часы;
- 10) семь, восемь, любовь, семьсот, восемьсот.

Задание 3. Охарактеризуйте особенности произношения:

Лукинична, Ильинична, Михайловна, Ивановна, Павловна, Владимировна.
Семенович, Борисович, Александрович.

Задание 4. Озвучьте предлагаемый материал. Следите за правильностью произношения.

<p>В английской графике используется апостроф. Западно-Сибирское плато Сеть нефтепроводов и газопроводов Мизерная плата Кровоточащая рана Халва из арахиса</p>	<p>опытный страховщик работает барменом серьёзные намерения откупорим шампанского бутылку беспрецедентный случай давнишняя история</p>
--	--

<p> Обошла все бутики Триптих написан мастерски Обеспечение безопасности граждан Значительные финансовые средства Вместо занавесок - жалюзи Пышный эскорт Донельзя избалованный Догматы веры Несколько машин щебня Записаться на приём к психиатру. Необходимо премировать работников Я только констатирую факты Ввод войск только усугубит ситуацию. памятуя об этом оформить опеку осужденный за мошенничество незаконнорожденный ребенок амурские рододендроны компетентные органы </p>	<p> фанерная перегородка походная шинель шерстяной свитер замечательный танцовщик запах хвои требуем отзыва депутата консультация невропатолога говорят без умолку несколько часов смешные потуги в группе нет задолжников инцидент в парламенте включим в список заключим договор вручим премию начисляется пеня приобрели цемент и щебень вакансия юрисконсульта народные побасенки безнадежный случай </p>
---	--

Задание 5. Найдите в предлагаемых текстовых фрагментах речевые ошибки. Определите характер ошибки. Объясните причину возникновения ошибки. Предложите вариант правки. При выполнении упражнения пользуйтесь словарями, выложенными на портале <http://gramota.ru/slovari/>

1. По версии следствия, с января 2010 по август 2011 года подозреваемая издала приказ о приёме на работу на должность делопроизводителя свою дочь и на основании своих приказов производила ей доплаты за должность кастелянши, уборщицы, дворника, младшего воспитателя и завхоза.
2. Чтобы улучшить криминогенную обстановку в городе, правоохранные органы работают в усиленном режиме.
3. Глава Минобороны отметил, что всё большее значение начинают играть высокоточное оружие и противоракетная оборона, а также беспилотники и роботы.
4. Команда 63-й школы, играя с полной выкладкой и компенсируя недостаток техники игры слаженностью и напором, смогла вырваться вперёд.
5. По данным Института социологии РАН и Центра социального прогнозирования и маркетинга к сентябрю 2018-го в России останется 877 вузов, под закрытием окажется каждый третий вуз в России.

6. Спортсменам из Канады очень понравилась олимпийская деревня, в которую их поселили. Их просто шокировал тот объём работ, который был выполнен. У атлетов были отдельная большая столовая, почта, клубы, бассейн и многое другое.
7. По словам губернатора, проблема с очередностью в детские сады полностью решена в Дальнегорске, Лазовском и Тернейском районах.
8. Учёные и медики пытаются разгадать необычный феномен долгой и здоровой жизни итальянцев из городка Камподимеле.
9. Я поручил департаменту сельского хозяйства, чтобы питание в детских лагерях – молоко, мёд и овощи – были от приморских производителей.
10. На остров Русский отошёл паром с группой активистов под руководством Дениса Ясинкова. Бригада из 20 неравнодушных владивостокцев, к которым позже присоединились ещё 10 местных жителей, навели порядок примерно на 1,5 км береговой линии недалеко от Подножья.
11. Покопавшись в интернете, стало ясно, что мы приютили енотовидную собаку, или, как ещё этого зверя называют, уссурийского енота.
12. Почва становится как пух, в ней развивается естественная природная микрофлора. Под слоем почвы и снега микроорганизмы продолжают свою работу даже зимой, удобряя ваш участок во время наслаждения вами малиновым чаем и кабачковой икрой вечерами.
13. Чтобы свести на нет использование мазями от ушибов, следует освоить новую технику хождения.
14. Мы посетили экскурсии по кампусу. Особенно нас впечатлили архитектура кампуса и устройство общежитий, прекрасно оборудованные комнаты, в которых живут студенты.
15. Приморский «Адмирал» обыграл рижский «Динамо»
16. К администратору одного из популярных в интернете паблика обратилась девушка, которая рассказала, что на полу супермаркета, у кассы, нашла 500 рублей. Искать хозяев девушка сочла неразумным, потому, чтобы потерявший деньги не проклинал ее, решила перевести финансы в благотворительный фонд.

Занятие 5. Текст как главный продукт речевой деятельности в профессиональной сфере (2 часа)

Обсуждение теоретических вопросов

- Понятие «эталонный» текст.
- Релевантные признаки, без которых не существует ни один текст:
 - Информативность текста

- Целостность и завершённость текста
- Структурность и интегративность текста
- Локальная связность текста

➤ **Выполнение практических заданий (работа в минигруппах)**

Проанализируйте предлагаемые рекламные тексты с точки зрения соответствия основным текстовым категориям.

- Насыщены ли тексты достаточной и полезной для адресата информацией?
- Представляют ли они собой целостное и завершённое речевое произведение? Угадывается ли в тексте авторский замысел?
- Эффективна ли структурная организация текста?
- Является ли предлагаемый рекламный текст связным?
- Обеспечивает ли он эффективное взаимодействие отправителя и получателя текста?

Текст № 1.

Желая создать красивое место с восхитительной едой и исключительным кофе, мы создали Goodmorning - яркое, просторное и современное место. Мы подбираем лучшие сорта кофе для вас. Если вы хотите попробовать что-то новое, наши баристы могут предложить кофе с добавлением сиропа со вкусом клубники, шоколада, мяты и карамели. Только мы готовим потрясающе вкусный стрит-фуд: норвежские вафли с сытными и сладкими начинками. Что бы ваше утро начиналось с яркой палитры вкусов.

Располагаясь недалеко от района Второй речки, Good morning - это небольшое, теплое и уютное место.

Нашей целью является использование отборных кофейных зерен, для приготовления ароматного кофе. Контролируя процесс обжиги, мы создаем уникальные вкусовые нотки, полностью раскрывая вкус зерен, демонстрируя насыщенность и сложность вкуса в каждой чашке.

Присоединяйтесь к нам за чашечкой горячего кофе.

Текст № 2. "Самбери" – крупнейшая на Дальнем Востоке сеть гипермаркетов, снабжает территорию товарами категории FMCG, отвечая покупательскому спросу всех целевых аудиторий. Наше предназначение заключается в том, чтобы повышать качество жизни как можно большего числа людей, предоставляя им

возможность удобно и комфортно приобретать свежие продукты и качественные товары по разумным ценам.

У нас есть все виды товаров повседневного спроса, таких как бытовая техника, продукты питания, моющие средства, гигиеническая продукция и т.д. с большим выбором для клиентов по разумным ценам.

Мы ориентированы на долгосрочное сотрудничество с поставщиками и производителями товаров, надежные и доверительные партнерские взаимоотношения. Поэтому в нашей системе гипермаркетов мы всегда продаем свежую говядину, свинину ежедневно от надежных поставщиков. Кроме того, мы продаем молочные тушки поросят для небольшого барбекю.

Мы всегда заботимся об удобстве для своих клиентов. Для всех посетителей гипермаркета бесплатно работает детская игровая комната. Внутри ждут игрушки, раскраски, специальные игровые терминалы с развивающими играми и внимательные аниматоры, которые ни на минуту не оставляют детей без присмотра. В зоне отдыха для удобства покупателей установлены диванчики, которые позволяют удобно упаковать вещи и присесть перед дальнейшей дорогой. Очереди представляются маловероятными — в гипермаркете есть обычные кассы и ещё кассы самообслуживания, в которых покупатели могут самостоятельно пробивать, упаковывать и оплачивать товары. И у нас всегда есть автобус, который забирает клиентов в супермаркет.

Приходите к нам, чтобы получить лучший сервис !

Текст № 3. Зима. На улице стужа, а в ресторане «Чехов» Вас ждёт горячий стейк из фермерской говядины на углях, румяный картофель с золотистой корочкой и деревенский салат. Запах нежного, сочного мяса с дымком будет отлично сочетаться с хрустящим картофелем.

Настоящие домашние колбаски из домашней птицы, кролика, свинины не оставят никого равнодушными. Сверху они покрыты тонкой поджаристой корочкой, но внутри они сочные. Базилик, кориандр и майоран усилят вкус горячих, свежееобжаренных колбасок, которые очень хорошо сочетаются с тёмным чешским пивом или сухим красным вином из винного погребка.

Шашлык из косули или зайчатины с прованскими травами передают слегка травянистый лесной запах натурального мяса. А свежеевыловленная из аквариума рыба, запечённая в печи в собственном соку, выше всяких похвал!

Ресторан «Чехов» сделан в виде традиционной помещицкой усадьбы. Дубовые столы, охотничьи трофеи на бревенчатых стенах, русская печь и живая музыка отлично передаёт очарование светлых традиций старинного трактира. Вы на несколько часов почувствуете себя дворянином. Звоните и бронируйте столик уже сегодня – иногда свободных мест не хватает.

Занятие 6. Понятие информационного стиля. Использование информационного стиля в сфере рекламной и PR-коммуникации. Разработка содержания рекламного текста и его языкового оформления.

Оценка эффективности рекламного текста (2 часа)

МАО Разбор кейс-задачи

- Обсуждение по материалам книги Максима Ильяхова «Пиши, сокращай»
 - Что подразумевает понятие «сильный текст»?
 - Каковы составляющие сильного текста?
 - Каковы этапы пути к сильному тексту?

- Анализ текстов (работа в минигруппах)
 - Можно ли определить предлагаемые рекламные тексты как сильные?
 - Дайте экспертную оценку эффективности текстов.
 - Разработайте на основе предложенного материала варианты текста радиорекламы, телевизионной и наружной рекламы для позиционирования услуг.

Текст № 1. THE VANGUARD OF IMPLANT PRACTICE

Стоматологическая клиника Dr. Edranov - более 10 лет оказывает услуги пациентам приезжающим с разных регионов России и даже мира. The vanguard of implant practice - авангард имплантационной практики – наш девиз и цель. Мы не говорим, что мы лучшие, мы стремимся быть лучшими! Именно поэтому никогда не останавливаемся на достигнутой высоте. Мы всегда в процессе познания и развития, чтобы предлагать нашим пациентам самые эффективные возможности для решения его проблемы.

Мы ищем самые современные методы, технологии и материалы, тестируем их, шлифуем, пропускаем через призму собственного клинического опыта и доводим их до совершенства. Мы углубленно рассматриваем каждый клинический случай, соизмеряем его с теми возможностями, которые предлагает медицинская наука, и находим идеальное решение. Мы всегда будем делать всё для того, чтобы каждый человек мог получить в высшей степени качественное стоматологическое лечение, и снова почувствовал себя здоровым, счастливым, с блестящей улыбкой.

Текст № 2. Создавать будущее – ювелирная работа.

Владивосток развивается стремительными темпами. Мосты, развязки, парки и скверы, культурные и спортивные объекты. Город стал привлекательным и для инвесторов, и для туристов. Сегодня в этом уже не сомневаются даже самые убежденные скептики.

Но развитие города невозможно без развития бизнеса. Одной из точек притяжения для владивостокских и не только предпринимателей стала игорная зона Tigre de Cristal. А одной из первых компаний, которая представила здесь свои товары, стал «Русский Ювелир». Эта компания уже была известна горожанам. Первый салон ювелирных украшений «Русский Ювелир» расположился в центре Владивостока на Фокина. В салоне Tigre de Cristal

основной упор сделан на иностранных гостей, которые часто бывают в игровой зоне. Коллекции, представленные в новом салоне, называются Surprise Jewelry, и это высококачественная серийная ювелирная продукция ведущих российских компаний. Ведь опыт работы на рынке украшений у «Русского Ювелира» уже 25 лет.

«Русский Ювелир» гармонично дополнил развлекательную зону Tigre de Cristal, сделав возможным продемонстрировать иностранным гостям и жителям Владивостока последние ювелирные достижения российских марок.

Текст № 3. Трафаретная мастерская «Левша»

Обратите внимание! Полиэтиленовые пакеты и сумки – один из наиболее распространённых и удобных видов потребительской тары. Современные люди привыкли к ним настолько, что порой не осознают, что используя красиво оформленный полиэтиленовый пакет, они становятся участниками чьей-то рекламной кампании. Таким образом, полиэтиленовые пакеты и сумки являются достаточно мощным рекламным инструментом. Предлагаем Вам пакеты с символикой Вашего предприятия отличного качества и по разумным ценам.

Наша мастерская – поддержка Вашего бизнеса.

Занятие 7. Служебные (деловые) письма в профессиональной коммуникации (2 часа)

МАО Разбор кейс-задачи

- Обсуждение теоретических вопросов
 - Виды служебных писем.
 - Особенности делового этикета.
 - Структура делового письма.
 - Требования к отбору языковых средств
- Выполнение практических заданий

Задание 1. Напишите письмо-ответ на следующий запрос, используя этикетные формулы.

Уважаемый Юрий Михайлович!

Крайние обстоятельства заставляют нас обратиться непосредственно к Вам.

23 сентября с.г. мы оплатили два счета завода за 60 пакетов радиаторов на общую сумму 17745.800 рублей. Наши предприятия долгие годы связывают добрые партнерские отношения, поэтому мы с пониманием воспринимаем проблемы завода и переносы сроков отгрузки оплаченных нами радиаторов. Вместе с тем прошло уже почти два месяца с момента нашей предоплаты. Мы

имеем серьезные проблемы как в связи с отсутствием радиаторов, так и в связи с отсутствием оборотных средств, находящихся у Вас.

В сложившейся ситуации убедительно просим Вас найти возможность отпустить нашей фирме не менее 80 % оплаченных нами радиаторов.

Задание 2. Соответствуют ли приводимые ниже тексты требованиям коммуникации в деловой сфере?

ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «СОЛНЫШКО»

(ОО «Солнышко»)

ул. Некрасовская 23, г. Владивосток, 0000000

Телефон: 000000

Директору ООО «Каскад»

С.А. Самсонову

Уважаемый Станислав Андреевич!

Просим Вас принять участие в благотворительной акции «Соберем ребенка в школу», направленную на оказание помощи детям из многодетных и малоимущих семей нашего города по подготовке к школе. Также просим Вас рассмотреть вопрос о выделении выпускаемых ООО «Каскад» школьных принадлежностей для проведения благотворительной акции.

Акция будет проходить 23 августа 2015 года с 10.00 до 17.00 в Доме культуры железнодорожников по адресу: г. Владивосток, д.5.

Надеемся на сотрудничество. В случае положительного решения просим сообщить о возможности предоставления канцелярской продукции в срок до 1 июля 2015 г.

С уважением,

Директор ОО «Солнышко»

Н.К. Кузнецов

Центр иностранных языков Imperial English

Директор Бутяева Анастасия Игоревна

Директору А.В. Петрову

«Международный кинофестиваль 2016»

Уважаемый А.В. Петров!

Центр иностранных языков Imperial English предлагает свою бесплатную помощь для предстоящего кинофестиваля стран АТР в г. Владивосток.

Наша профессиональная команда преподавателей с многолетним стажем предлагает Вам помощь в переводе фильмов с таких языков, как японского, китайского, тайского, корейского и английского.

С удовольствием ответим на все интересующие вас вопросы!

Надеемся на плодотворное и долгосрочное сотрудничество.

С уважением,

Imperial English

Г. Владивосток, пр-т 100 лет Владивостоку, 20

Здравствуйте, Виктория Вадимовна. Не помню, когда первый раз увидел на улицах города кафе "Лакомка", но первая мысль – «Это Новый Burger King» в голове до сих пор. "Новый", потому что основа та же: "Зайди и поешь", а атмосфера и продукция совершенно другая. Она то и создает ощущение "Нового".

Сеть кафе "Лакомка" появилась гораздо раньше, чем я обратил на неё внимание. Моё внимание, как и у большинства людей, обычно направлено в телефон. Передвигаюсь по городу – смотрю в навигатор. Нахожусь в общественном транспорте – "сизжу" в интернете.

Такой поведенческий фактор – проблема для заведений, которые не рекламируются в интернете, потому что происходит потеря клиентов.

Для исправления этой ситуации предлагаю к рассмотрению три инструмента:

- 1) Реклама в Яндекс Навигаторе
- 2) Реклама сайта на сайтах партнерах Яндекса
- 3) Геолокационный таргет на сайт <http://lakomka.online/main>

Как это будет работать?

Реклама в Яндекс Навигаторе

Люди, которые проезжают и проходят мимо кафе «Лакомка», используя «Яндекс Навигатор» или «Яндекс Карты», видят метку с рекламным объявлением.

Технические особенности метки:

- Радиус – до 1 километра
- Не более 1 метки на экране
- Количество показов не ограничено
- При клике открывается рекламное сообщение
- Можно перестроить маршрут, чтобы заехать
- Возможность подключить кнопку «Позвонить»

Реклама сайта на сайтах партнерах Яндекса

Реклама на сайтах партнерах Яндекса и Гугла работает на основе поисковых запросов. Предположим, что человек ищет информацию в поисковых системах, на тему «Купить билет в кино». Спустя некоторое время, на тысячах сайтах партнерах появляются объявления: «Продажа билетов в кино». Такую рекламу Вы наверняка видели на сайте mail.ru

Задумка этой рекламы в том, что бы предположить, какими поисковыми запросами пользуется Ваша целевая аудитория, и показать им рекламу

«Лакомки» на сайтах партнерах, преследуя медийный эффект.

Геолокационный таргет на сайт

Геолокационный таргет работает по следующему принципу: на карте фиксируется область, после чего находящимся в этой области людям

показывается реклама. Спектр применения этого инструмента большой, для рекламы Лакомки предлагаю 2 подхода:

Подход 1. Зафиксировать на карте места скопления нужной аудитории и в этих местах показывать рекламные объявления.

Подход 2. Зафиксировать аудиторию, посещающую нужные места, и показывать рекламу в независимости от местоположения. Например: Выделить периметр всех «Бургер-Кингов» Владивостока и показывать посетителям этих мест рекламу «Лакомки».

Цены

Услуга	Срок выполнения	Цена
Запуск рекламы в Яндекс Навигаторе	1 неделя	21000 р./мес.
Настройка рекламы на сайтах партнерах Яндекс	2 недели	38000 р. (без учета рекламного бюджета)
Реклама на сайтах партнерах Яндекс и Google	2 недели	68000 р. (без учета рекламного бюджета)
Геолокационный таргет	2 недели	От 10000 р. (в зависимости от сложности работ)

P. S. *«Можем приехать к Вам в гости, продемонстрировать работу рекламных инструментов и ответить на все интересующие вопросы».*

Степан Пташкин

Руководитель проектов Mega Context

Тел.: +7 914 662-97-76

Email: stepan@megacontext.ru

www.megacontext.ru

Занятие 8. Особенности жанра пресс-релиза. Характер адресата. Цели и задачи пресс-релиза. Структура текста. Особенности языкового оформления. Виды пресс-релизов (2 часа)

МАО Круглый стол

Вопросы для обсуждения

1. Что определяет эффективные взаимоотношения между специалистами по связям с общественностью и журналистами?

2. Насколько обосновано утверждение о том, что существует взаимная заинтересованность между представителями средств массовой информации и специалистами по связям с общественностью в бизнесе и государственном секторе?

3. Чем объяснить то обстоятельство, что в России в настоящее время издатели журналов и газет стремятся рассматривать материалы, касающиеся имиджа и репутации, даже представленные некоммерческими организациями, как рекламную продукцию?

4. Правильно ли определять пресс-релиз как корпоративную новость с «растворённой» в ней рекламой?

Занятие 9. Анализ текстов пресс-релизов (работа в минигруппах) (2 часа)

Вопросы для анализа текста

1. К какому виду относится пресс-релиз?
2. Учитывает ли автор пресс-релиза фактор адресата?
3. Какова коммуникативная установка автора?
4. Как она реализуется в тексте?
5. Удачно ли выбрано языковое оформление?
6. Достигает ли автор поставленной цели?

Текст № 1. В связи с введением особого противопожарного режима, на территории Кавалеровского района сотрудники полиции и члены ДНД проводят мероприятия по профилактике лесных пожаров.

Организованы рейдовые группы в составе сотрудников межмуниципального отдела МВД России «Кавалеровский» и членов ДНД. Полицейские ежедневно выезжают на патрулирование. К ликвидации очагов возгорания подключены добровольцы.

Участковые уполномоченные полиции и члены добровольных народных дружин проводят профилактические беседы с местными жителями по вопросам соблюдения требований пожарной безопасности. Гражданам объясняют, что

возникновение пожаров в природной среде происходит из-за нарушения правил пожарной безопасности при уборке придомовых территорий, незатушенных костров, отжига сухой растительности сборщиками дикоросов. Природные пожары могут создать угрозу жилому сектору.

В рамках мероприятий по правовому информированию гражданам напоминают: виновные в нарушении правил пожарной безопасности, в зависимости от характера нарушений и их последствий, несут административную или уголовную ответственность.

Текст № 2. Сотрудники полиции в Приморском крае провели для школьников профилактическую акцию «Засветись на дороге!»

Тематические мероприятия по профилактике детского дорожно-транспортного травматизма проводит Госавтоинспекция в Приморье. По статистике, самым распространенным видом дорожно-транспортных происшествий является наезд на пешехода. Наиболее тяжелые последствия таких дорожно-транспортных происшествий приходятся на темное время суток, когда водитель не в состоянии увидеть вышедших на проезжую часть людей. Сопутствуют этому обычно неблагоприятные погодные условия и отсутствие на верхней одежде пешеходов специализированной защиты - светоотражающих элементов.

Чтобы уберечь участников дорожного движения от травмоопасных ситуаций на проезжей части, сотрудники Госавтоинспекции межмуниципального отдела МВД России «Дальнереченский» провели профилактическую акцию «Засветись на дороге!» в образовательных учреждениях городского округа. Тематические уроки направлены на популяризацию использования световозвращающих элементов.

Инспектор по пропаганде ГИБДД старший лейтенант полиции Ирина Комелягина провела для детей ликбез о значении, принципе действия и видах световозвращающих элементов. Ребята узнали, какой цвет лучше всего «светит» и обеспечивает наибольшую защиту.

Перейдя к практической части, инспектор представила детям наглядный образец самодельного светоотражателя. Получив заготовки из картона и светящейся бумаги ребята с энтузиазмом и интересом принялись за работу. Успешно справившись с заданием, юные участники акции поместили поделки - фликеры на свои портфели.

Заключительной частью акции стало награждение победителей конкурса рисунков, подготовленных дома. Юным художникам - авторам лучших работ на тему: «Использование пешеходами светоотражателей» сотрудники Госавтоинспекции вручили грамоты и подарки. Пресс-служба МОМВД России «Дальнереченский»

Текст № 3. Теперь в Москве наливают бесплатно!

Приложение iDrink: за 390 руб в месяц можно каждый день получать бесплатные кофе, вино, коктейли в 200+ ресторанов и кафе Москвы. Ежемесячная выгода при частом использовании iDrink превышает 10-15 тысяч руб.

Мы рады представить вам революционное приложение на ресторанном рынке Москвы! iDrink – это агрегатор комплиментов в барах и ресторанах. Подписчики приложения могут ежедневно получать бесплатные напитки, а также пользоваться предложением “2 напитка по цене 1”. Комплименты предоставляются пользователям iDrink на эксклюзивных условиях и доступны только через приложение.

Теперь, заглянув на завтрак, обед или ужин в любимое кафе или планируя встречу с друзьями, вы можете оплачивать только блюда кухни, а напитки получать бесплатно или за полцены.

В приложении представлены как безалкогольные, так и алкогольные напитки: кофе, чай, соки, популярные и авторские коктейли, вино, пиво, крепкий алкоголь и т.д. Стоимость подписки составляет всего 390 рублей в месяц и она окупается уже через 1-2 напитка, а месячная выгода может превысить 10-15 тыс. руб. iDrink – это выгодно!

Также новым пользователям доступен пробный период – 30 дней, в течение которого они могут получить 2 бесплатных напитка и неограниченно пользоваться акцией 2=1.

Сейчас к iDrink подключено более 200 заведений в Москве различного формата и ценовых категорий: от сетевых кофеен до гастробаров и ресторанов авторской кухни: Академия, Меркато, Де Марко, Funny Cabany, Кофе Хауз, Диду, Клава, Steak it Easy, Goodman, FARIII, Никуда не едем, SPB, Хачапурия, Март, Spices, Колбасофф и др. В ближайшее время мы планируем подключить к приложению заведения Санкт-Петербурга и городов-миллионников.

Создатель приложения iDrink, Вадим Камашев: “В США есть похожие приложения, но они узко ориентированы на любителей алкогольных коктейлей. Мы же расширили линейку, включив безалкогольные напитки и предложение “два напитка по цене одного”. Также мы внедрили гео-пуши, чтобы пользователь не забывал получать бесплатные напитки каждый день: мы подскажем, в каком ближайшем заведении вас ждет приятный подарок. Концепция предоставлять бесплатный напиток для повышения лояльности и поощрения хороших клиентов известна давно. С помощью iDrink мы всего лишь сделали этот подход более доступным, удобным и технологичным для

всех участников. iDrink – это воплощение win-win, взаимной выгоды посетителей ресторана и рестораторов. Это начало уберизации общепита. Да, теперь в Москве наливают бесплатно! Скоро и по всей России. Приглашаем рестораторов подключаться к iDrink!”

Текст № 4. Спрос на тишину растёт

Производитель звукоизолирующих материалов «ТехноСонус» прогнозирует рост рынка в 2017 году.

Отечественный рынок звукоизолирующих технологий продолжает расти, причём спрос повышается как со стороны частных покупателей, так и со стороны застройщиков и девелоперов, обращающихся к компаниям, которые производят звукоизолирующие материалы при возведении нового жилья.

Согласно статистике, в 2016 году объём рынка составил около 10 млрд рублей. Профессиональная звукоизоляция из которых составляет 10-15%, а в 2017-м этот показатель может вырасти ещё до 20–25 % — именно на столько, по оценкам экспертов, при позитивном развитии событий вырастет потребительский спрос на качественную звукоизоляцию.

«При этом доля российских материалов на рынке сейчас составляет примерно 90 % и постоянно увеличивается, — отмечает генеральный директор группы компаний «ТехноСонус» Бондарев Александр. — Потребителями такой продукции являются как частные лица — владельцы квартир, так и застройщики, девелоперы, офисные арендаторы, а также владельцы специфических бизнесов вроде кинотеатров, музыкальных клубов или звукозаписывающих студий».

Наибольшим спросом у потребителей пользуются тонкие звукоизоляционные материалы, так как их применение увеличивает полезную площадь помещения, что критично, если говорить о жилых квартирах. Помимо этого, на рынке наметился тренд на комплексные, но вместе с тем простые и доступные решения, которые можно смонтировать в квартире или загородном доме самостоятельно. Предпочтение отдаётся группам материалов и конструкций, которые зарекомендовали себя как «работающие» вместе.

По мнению таких ведущих игроков рынка звукоизолирующих технологий и материалов, как «ТехноСонус», перспективы развития российского рынка сегодня как никогда благоприятны, даже не смотря на общую экономическую нестабильность, ведь рост здесь напрямую связан с увеличением строительной активности, которая уже восстановилась после кризиса.

О ГК «ТехноСонус»

Группа компаний «ТехноСонус» — один из лидеров на рынке звукоизоляционных, акустических и виброизоляционных материалов, технологий и инженерного консалтинга в области строительной и архитектурной акустики. Специализация компании — это создание отечественных высокоэффективных материалов и технических решений,

привлечение и внедрение новейших достижений, материалов и технологий для решения задач любой сложности, связанных со звуком.

Занятие 10. Устная монологическая и диалогическая речь в профессиональной коммуникации (2 часа)

- Обсуждение теоретических вопросов
 - Механизмы продуцирования и принципы организации устной литературной речи
 - Сегментированность устной литературной речи
 - Особенности грамматики устного высказывания
 - Условия, определяющие успех выступления перед массовой аудиторией. Правильное речевое поведение
 - Понятие орализации письменного текста
 - Приёмы орализации
- Выполнение практических заданий

Задание 1. Представьте письменный текст в виде его устного варианта. Произведите орализацию письменного текста. Какие изменения вы внесли в текст и почему?

«Танцующий стул» используется школьниками, студентами, офисными служащими для поддержания «активного сидячего образа жизни». До сих пор у нас не вызывал сомнения лишь физиотерапевтический эффект от использования «Танцующего стула» – улучшение гибкости позвоночника, исправление неправильной осанки, увеличение полезной нагрузки на мышцы, стимулирование кровообращения и профилактическое воздействие на репродуктивную систему организма. Как оказалось, потенциал «Танцующего стула» куда выше. Дело в том, что работа на стуле без спинки на шарнирной точке опоры постоянно заставляет человека балансировать, делая импровизированную гимнастику прямо на рабочем месте. Полезные для кровообращения и работы мышц упражнения существенно улучшают психоэмоциональное состояние офисных сотрудников и напрямую сказываются на производительности труда. Эти данные мы получили по результатам двухмесячного исследования 100 офисных работников», – комментирует открытие изобретатель «Танцующего стула» Константин Конин.

Задание 2. Предложите способ и форму преподнесения цифровой информации для удобного её восприятия на слух. Какие смартфоны во Владивостоке покупали чаще всего

Их доля в общем объеме продаж с января по конец июня составила 66%. На смартфоны стоимостью от 5 до 10 тысяч рублей приходится 29% продаж. Устройства стоимостью от 10 до 20 тысяч покупали в 13% случаев. В лидирующем ценовом диапазоне до 5 тысяч рублей в офисах «Билайн» в

первом полугодии продавались устройства более 20 брендов. Больше всего смартфонов было продано под маркой Samsung, 4Good и «Билайн». На эти три бренда приходится половина всех проданных смартфонов этой стоимости. Одной из причин популярности этих моделей стало комплексное предложение – смартфон с комплектом услуг связи. Клиенты могут купить смартфон дешевле его рыночной стоимости и при этом пользоваться услугами связи на выгодных условиях.

Можно спрогнозировать, что тенденция сохранится. 3 июля в офисах «Билайн» была запущена еще одна акция на недорогие смартфоны. Сейчас 4G-смартфон Micromax Q402 можно купить за 2 870 рублей. В стоимость уже включено 4 месяца использования одного из самых популярных тарифов «ВСЁ1». Без услуг связи в офисах этот смартфон можно купить за 2 990 рублей. PrimMarketing

Занятие 11. Невербальные средства коммуникации. Интонация: логическое и фразовое ударение, паузы логические и психологические, тон, тембр, сила звучания, темп (2 часа)

Выполнение практических заданий

Задание 1. Подготовьте текст для выразительного чтения.

Разбейте предложения на синтагмы, обозначьте паузы, расставьте логические ударения.

1. Бизнесу не нужны сайты, реклама, конверсии и прочее. Бизнесу нужна ПРИБЫЛЬ. Если вам тоже нужна ПРИБЫЛЬ, звоните! Настроим с нуля за 10 дней.
2. Не утверждайте ничего, что вы не могли бы доказать просто и определённно.
3. Не стоит ориентироваться на общественное мнение. Это не маяк, а блуждающие огни.
4. Бранные слова оскорбляют уста, из которых исходят, столько же, сколько и уши, в которые входят.
5. Мир – это книга. Если ты не путешествуешь, значит ты прочитал в ней одну страницу.

Задание 2. Подготовьте текст для озвучивания, используя все средства невербальной коммуникации.

Сегодня в мире моды все большую популярность завоевывает тренд авторских дизайнерских украшений. Индивидуальность ценится все больше, поэтому мы предлагаем самым изысканным модницам уникальные и самобытные украшения и аксессуары.

- Вы хотите выглядеть неотразимо и подчеркнуть свою индивидуальность?
- Вам нравится быть уникальным самородком среди многих других?
- В интернет-магазине авторских украшений «Самоцветы» огромный выбор украшений, которые существуют в единственном экземпляре!

Все истинные ценители красоты найдут в «Самоцветах» кольца, серьги, колье, броши, браслеты, часы и другие аксессуары от известных дизайнеров России, выполненные вручную.

Любое украшение в нашем интернет магазине уникально и существует в единственном экземпляре. Все изделия имеют сертификат, подтверждающий авторство и уникальность.

Для любителей делать покупки в интернете мы сделали наш магазин очень удобным!

- На сайте очень удобная и простая навигация
- В режиме реального времени работает онлайн консультант
- Каждое изделие имеет 5 высококачественных фото, которые позволяют рассмотреть его при разных ракурсах
- Советы стилиста помогут вам сделать выбор среди большого разнообразия авторских дизайнерских украшений

Успейте купить любое украшение до 1-го августа, и мы пришлем вам в подарок оригинальную подвеску или брелок для ключей.

Занятие 12-13. Устная монологическая и диалогическая речь в профессиональной коммуникации

МАО Деловая игра «Выступление на радио (телевидении)» (4 часа)

Тексты выступлений должны быть написаны дома.

На занятии студенты озвучивают подготовленные тексты, выступая в роли приглашённых на радио экспертов. Слушатели оценивают эффективность коммуникации в «прямом эфире».

Занятие 14. Научный стиль современного русского языка в профессиональной коммуникации (2 часа)

- Рассмотрение теоретических вопросов
 - Лингвистические особенности и стилевые черты научной речи
 - Подстили научного стиля
 - Жанровая система научных текстов
 - Устная научная речь и её особенности
- Выполнение практических заданий

Задание 1. Какие черты научного стиля присущи следующим текстам?

Рекламный текст – сообщение о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях. Предназначен для неопределённого круга лиц, призван формировать или поддерживать интерес к физическому, юридическому лицу, товарам, идеям, начинаниям, способствует их продвижению и реализации.

Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшенз.

— Воронеж: ВФ МГЭИ. И. А. Радченко. Под ред. Е. Е. Топильской. 2007.

Развитый полноценный рекламный текст – текст, обладающий ведущими факторами необходимого воздействия на массовую аудиторию: информационной содержательностью, эмоциональной насыщенностью, суггестивной составляющей. *Реклама и полиграфия: опыт словаря-справочника.*— М.: Гелла-принт. Стефанов С.И.. 2004.

Задание 2. Познакомьтесь с текстовой версией лекции А. Назайкина "Рекламный копирайтинг: тексты, признаки, критерии"

http://www.nazaykin.ru/lekcii/copywriting/ad/rekl_cop.htm

Какие особенности устной научной речи отражены в ней?

Рекламный копирайтинг – это создание текстов для рекламы в различных медиа (СМИ, печатные носители информации, уличные носители информации и т.д.).

До появления печатного слова, когда образование было привилегией немногих имущих, реклама была устной. Соответственно и первые рекламные тексты были устными. Однако с развитием письменности, грамотности населения и бизнеса быстро развивался письменный копирайтинг. Узкие специалисты – рекламные копирайтеры – стали весьма востребованными в современном обществе. То, что рекламный копирайтинг тесно связан с бизнесом, существенным образом повлияло на его научное и профессиональное развитие. Ни в одном другом виде копирайтинга не выделяется столько финансовых средств для прогнозирования и оценки эффективности текста, как в рекламном копирайтинге.

Как замечал М. Маклюэн, «никакая группа социологов не сможет тягаться с рекламной командой в сборе и обработке полезных социальных данных. Рекламные команды ежегодно расходуют миллиарды долларов на исследование и проверку реакций, и их продукты являют собой великолепные скопления материала об общих переживаниях и чувствах всего сообщества». Рекламные копирайтеры оценивают буквально каждое слово в своем тексте. Нередко оно, действительно, на вес золота.

Как правило, термин «рекламный текст» используется и исследователями рекламы, и рекламными практиками в качестве синонима словосочетания «текст рекламы». Например: «Рекламный текст – текстовая часть рекламы». При этом понятия «реклама» и «текст» используются авторами как очевидная языковая данность, в отношении которой существует всеобщий консенсус.

Иногда определение рекламного текста осуществляется через цитирование или «пересказ» одного из более или менее распространенных определений понятия «реклама», например: «Рекламный текст – это текст, содержащий рекламную информацию. Его отличают следующие признаки: во-первых, он содержит информацию о физическом или юридическом лице; товарах, идеях и

начинаниях; во-вторых, предназначен для неопределенного круга лиц; в-третьих, призван формировать или поддерживать интерес к физическому, юридическому лицу, товарам, идеям, начинаниям; и, наконец, в-четвертых, способствует реализации товаров, идей, начинаний». (К менее распространенным можно отнести и примеры неудачного, без знания предмета, перевода англоязычных дефиниций).

Таким образом, сложившаяся ситуация с определением, что такое «рекламный текст», представляется отнюдь не результатом научной «лености», а скорее своеобразным подтверждением того, что трудно говорить о существовании некоего особого образования (семиотического, лингвистического и пр.), именуемого «рекламный текст».

Понять, что такое рекламный текст помогает определение того, что является «рекламой». Итак, реклама – это:

- «информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке»;
- «оплаченная неперсонализированная коммуникация, осуществляемая идентифицированным спонсором и использующая средства массовой информации с целью склонить к чему-то аудиторию или повлиять на нее»;
- «целенаправленная коммуникация, распространяемая известным, ясно названным источником в оплаченное им время или на оплаченном им месте»;
- «точно позиционированное для вычисленной целевой аудитории сообщение о товаре или услуге, изготовленное и размещенное по минимально возможной цене»;
- «вид деятельности либо произведенная в ее результате информационная продукция, реализующие сбытовые или иные цели промышленных и сервисных предприятий, общественных организаций или отдельных лиц путем распространения оплаченной ими и идентифицирующей их информации, сформированной таким образом, чтобы оказывать усиленное направленное воздействие на массовое или индивидуальное сознание с целью вызвать определенную реакцию выбранной аудитории».

На наш взгляд, ключевым в этих определениях являются слово «оплаченная». Именно это слово любой текст превращает в рекламный. Так, заметка, написанная журналистом и опубликованная изданием по собственной воле, будет медиатекстом, но если эту же заметку опубликовать за деньги заинтересованного в ее выходе физического или юридического лица, она станет рекламным текстом. То же самое произойдет и с деловым письмом, и с PR-статьей, и с литературным произведением, и т.д.

Таким образом, можно сказать, что рекламный текст – это текст любого типа, распространяемый на условиях оплаты.

Признаки и критерии рекламного текста

Рекламные тексты, как и саму рекламу, можно делить по самым разным признакам и критериям:

- по адресату (потребительская, деловая...);
- по адресанту (транснациональная, национальная, региональная...);
- по каналу коммуникации (печатная, радио, теле-...);
- по целям (коммерческая, социальная...); и т.д.

Исследователями предпринималось множество попыток классифицировать рекламные тексты с точки зрения их формы изложения. Так, в зависимости от характера рекламируемого продукта и характера целевой аудитории можно создавать рекламные тексты в публицистическом, научном, литературно-художественном, официально-деловом и разговорно-бытовом стиле. При этом следует отметить, что еще никому не удалось доказать существование особого «рекламного» стиля. Его просто не существует, потому что рекламный текст может быть создан с помощью любого языкового стиля.

По аналогии с литературными *родами* (эпос, лирика и драма) можно говорить о повествовательных, поэтических и драматизированных рекламных текстах. В различных СМИ различные типы текста будут представлены по-разному, в разном объеме, но практически в любом из средств массовой коммуникации можно встретить все варианты.

Так же и с *жанрами*. И с публицистическими: заметка, отчет, репортаж, фоторепортаж, интервью, очерк, статья, фотопортрет... И с литературными: сказка, новелла, поэма... И с драматургическими, «киношными» – художественного, документального или анимационного фильма. Особенных «рекламных» жанров, как и стилей, не существует. В рекламных текстах используются традиционные жанры других типов копирайтинга – делового, медийного, PR и литературного.

В каждом конкретном случае рекламный копирайтер выбирает наиболее подходящий жанр: инструкцию, заметку, пресс-релиз, очерк и т.д. Как уже говорилось ранее, любой текст в любом виде станет рекламным, если его распространение будет оплачено.

При подготовке рекламного текста, наряду с выбранным жанром, копирайтеру необходимо учитывать такие факторы, как:

- состав рекламного сообщения
- задачи, поставленные перед текстом
- жизненный цикл товара или услуги
- рекламная стратегия
- специфика рекламы различных товаров и услуг

- специфика рекламных носителей
- процесс создания рекламного текста.

Занятие 15. Правила ведения научной дискуссии (2 часа)

- Обсуждение теоретических вопросов
 - Понятие научной дискуссии: говорение, слушание, вопросы, ответы
 - Правила ведения научной дискуссии
 - Приёмы привлечения и удержания внимания слушателей
 - Активное и пассивное слушание
 - Типология вопросов в научной дискуссии
 - Стратегии ответов на вопросы
 - Языковые конструкции ответов на вопросы

Занятие 16-17. Правила ведения научной дискуссии (4 часа)

МАО Деловая игра «Студенческая конференция»

Выступление студентов с мини-докладами по своей тематике в сопровождении электронной презентации.

Занятие 18. Итоговый опрос по курсу (2 часа)

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства – наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Занятие 1-2 Языковые составляющие успешной коммуникации Коммуникативные качества хорошей речи	ОК-6 ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь	УО-4 ПР-11	вопросы к зачету 1-3, 12-15,18
2	Занятие 3-4 Правильность речи. Понятие нормы.	ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь владеть	УО-1 ПР-1	Вопросы к зачёту 5-6, 9-11

3	Занятие 5 Текст как главный продукт речевой деятельности в профессиональной сфере	ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь, владеть	УО-1 Пр-11 ПР-13	Вопросы к зачёту 7-8, 21
4	Занятие 6 Информационный стиль и его использование в сфере рекламы и PR-коммуникации	ОК-6 ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь, владеть	УО-1 Пр-11	Вопросы к зачёту 19-20
5	Занятие 7 Служебные (деловые) письма в профессиональной коммуникации	ОПК-3	Знать, уметь, владеть	УО-1 Пр-11 ПР-13	Вопросы к зачёту 25, 26, 28
6	Занятие 8-9 Особенности жанра пресс-релиза	ОК-6 ОПК-3	Знать, уметь	УО-4 УО-11	Вопросы к зачёту 27
7	Занятия 10-13 Устная монологическая и диалогическая речь в профессиональной коммуникации	ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь, владеть	УО-1 УО-3 ПР-10	Вопросы к зачёту 16-17
8	Занятия 14-17 Научный стиль в системе профессиональной коммуникации. Правила ведения научной дискуссии	ОК-6 ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь, владеть	УО-1 УО-3 ПР-10	Вопросы к зачёту 22-24
9	Занятие 18 Итоговый опрос по курсу	ОК-6 ОК-10 ОПК-3	Знать	УО-1	Вопросы к зачёту 1-28

УО-1 собеседование

УО-3 – доклад, сообщение

УО-4 круглый стол

ПР-1 тест

ПР-10 деловая (ролевая) игра

ПР-11 разбор кейс-задач

ПР-13 письменная творческая работа

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса, и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Веселкова, Т.В. Культура устной и письменной коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.В. Веселкова, И.С. Выходцева, Н.В. Любезнова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 268 с. <http://www.iprbookshop.ru/54473.html>
2. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст [Электронный ресурс]: основы редактирования. Учебное пособие для студентов вузов/ Иншакова Н.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2014.— 256 с. <http://www.iprbookshop.ru/21069.html>

Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. Асташова, О.И. Критика речи. Смысловые ошибки. Практикум [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О.И. Асташова, О.С. Колясникова. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2016. – 108 с. <http://www.iprbookshop.ru/65938.html>
2. Гринева, М.С. Коммуникативный кодекс речевого общения [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.С. Гринева. — Электрон. текстовые

данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 65 с.
<http://www.iprbookshop.ru/74964.html>

3. Деловое общение / Кузнецов И.Н., - 7-е изд., пересм. - М.: Дашков и К, 2018. - 528 с. <http://znanium.com/catalog/product/411372>

4. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие / Кузнецов П.А. - М.: Дашков и К, 2018 – 296 с.
<http://znanium.com/catalog/product/511984>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<http://www.gramota.ru/> - Справочно-информационный ресурс Грамота.ру – русский язык для всех

<http://sbiblio.com/biblio/> - Библиотека русского гуманитарного интернет-университета

<http://www.humanities.edu.ru/> - Портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование»

<http://www.gumfak.ru/filosof.shtml> - Электронная гуманитарная библиотека

<http://grebennikon.ru/> - электронная библиотека Grebennikon содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников» по экономике, финансам, бизнесу, маркетингу, менеджменту, логистике, управлению персоналом.

<http://www.gumer.info/> - «Библиотека Гумер – гуманитарные науки»

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

- не используется

VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Русский язык в профессиональной коммуникации» представлено в **Приложении 1** и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика (описание) заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их

выполнению;

- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Русский язык в профессиональной коммуникации» осуществляется на практических занятиях. Практические занятия позволяют магистрантам приобретать и совершенствовать профессиональные компетенции, развивать творческую и научно-исследовательскую активность. В ходе проведения занятий создаются условия для развития научного мышления и аналитических умений и навыков обучающихся. Практические занятия призваны научить магистрантов приемам решения практических задач, способствовать овладению речевыми навыками и умениями в сфере профессиональной коммуникации.

При подготовке к практическим занятиям необходимо придерживаться следующих рекомендаций.

Практические занятия проводятся с группой и строятся как беседа-дискуссия по каждому вопросу плана.

Подготовка к каждому занятию предполагает работу с исследовательской литературой. Эту работу необходимо предварять изучением соответствующих разделов в учебной литературе.

При изучении курса необходимо прорабатывать темы в той последовательности, в которой они даны в программе и планах практических занятий. Только при этом условии можно достичь необходимой систематичности и адекватного понимания принципов написания эффективных текстов.

Проработку каждого из вопросов целесообразно начинать со знакомства с содержанием соответствующего раздела программы курса и обращения к

учебным пособиям. Это поможет составить общее представление о той или иной теоретической проблеме.

Учебного пособия, охватывающего материал всего курса, не существует. Поэтому необходимо обращаться к нескольким учебным пособиям и научно-исследовательской литературе.

Следует помнить, что основной объем информации магистрант должен усвоить в ходе самостоятельной, систематической работы с литературой – научными исследованиями и учебными пособиями. Необходимо обращаться к общим работам по русскому языку, копирайтингу.

На практических занятиях по дисциплине «Русский язык в профессиональной коммуникации» применяются такие методы активного обучения, как **семинар - круглый стол, разбор кейс-задач, деловая (ролевая) игра.**

Семинар-круглый стол позволяет включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Здесь должна преобладать продуктивно - преобразовательная деятельность студентов.

Семинар-круглый стол включает следующие этапы: вступительное слово преподавателя; дискуссия по вопросам семинара; подведение итогов, рефлексия. Семинар начинается с краткого и проблемного вступительного слова преподавателя. Преподаватель подчеркивает практическую направленность рассматриваемой проблематики, соотносит её с общими задачами профессиональной подготовки студентов. Преподаватель предлагает студентам в ходе занятия обсудить конкретные вопросы, связанные с различными аспектами обсуждаемой проблемы. Далее преподаватель инициирует и направляет дискуссию по тем вопросам, которые предлагаются для обсуждения.

Студенты знакомятся с перечнем вопросов и литературой к ним заранее. Дискуссия предоставляет студентам возможность научиться формулировать и высказывать свое мнение по обсуждаемым вопросам четко, аргументировано и в сжатой форме. Для этого студентам предлагается выстраивать свои выступления на семинаре по следующей схеме: высказать свое мнение,

пояснить, на чем основываются доказательства в поддержку данной точки зрения, привести примеры (факты), которые подтверждают данные доводы, обобщить свою позицию и сделать выводы.

Важной задачей является поддержание на семинаре непринужденной обстановки свободного обсуждения и организации на этой основе оживленного обмена мнениями, дискуссии по основным вопросам плана семинара.

При проведении семинара за основу берутся следующие принципы. Выступающий должен обращаться к аудитории, а не к руководителю семинара. Важно, чтобы студент, выступая на семинаре со своей собственной, подчас спорной, точкой зрения, был уверен, что преподаватель и товарищи правильно поймут его, благожелательно отметят убедительность или тактично подвергнут критике. Поэтому при обсуждении поставленных проблем руководитель семинара не торопится с высказыванием своей точки зрения. Только когда обнаружится неспособность студентов прийти к правильному выводу, он обосновывает его. Студенты должны понимать, что умение слушать – не менее важное качество, чем умение говорить. Необходимо добиваться внимательного и критического отношения обучающихся к выступлениям товарищей.

Особое внимание преподаватель обращает на формирование у студентов культуры ведения дискуссии. Поэтому он добивается соблюдения следующих её правил: участники дискуссии говорят по очереди, а не все одновременно, не перебивают говорящего, критикуют идеи, а не личность, принимают во внимание все высказанные мнения (точки зрения), не меняют тему дискуссии, стараются поощрять к участию в дискуссии других.

Вопросы, возникшие в ходе семинара, по возможности должны разрешаться самими студентами. Только в крайнем случае преподаватель эту задачу берет на себя, когда уже исчерпаны все возможности аудитории.

В заключение каждому участнику дискуссии предлагается высказаться о том, как изменилось его видение обсуждаемых вопросов в ходе семинара.

Заключительное слово преподавателя содержит оценку выступления каждого студента и группы в целом; оценку уровня обсуждения вопросов в

целом; краткое содержание существа обсуждаемых проблем, их теоретическое и методическое значение; ответы на вопросы, которые не получили должного освещения в ходе семинара; рекомендации желающим ознакомиться с дополнительной литературой.

На практических занятиях студентам предлагаются **кейс-задачи**, требующие осмысления реальных профессионально-ориентированных ситуаций, связанных с созданием и оценкой текстов.

Важной частью практической работы являются **письменные творческие работы** по созданию текста рекламного, делового, научного текста. Такие работы позволяют диагностировать уровень сформированности навыков владения основными жанрами профессиональной коммуникации, выработать умение интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

Навыки владения корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики студенты закрепляют в процессе **деловых игр**. На занятиях организуется совместная деятельность студентов. Профессиональные задачи решаются через моделирование реальных ситуаций «Выступление в эфире радио, телевидения», «Студенческая конференция». Студенты выступают с сообщениями и докладами, представляя результаты своей учебно-исследовательской деятельности. Деловые игры позволяют оценить умение анализировать речевую ситуацию, правильно строить своё речевое поведение.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSILm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 529

для потолочного монтажа SI ЗСТ LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48	
--	--

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Русский язык в профессиональной коммуникации»
Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

**Владивосток
2019**

**План-график самостоятельной работы студентов по дисциплине
«Русский язык в профессиональной коммуникации»**

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	В течение семестра	Подготовка к практическим занятиям (в том числе к круглому столу, к дискуссии)	40 час.	Работа на практических занятиях
2.	4-я неделя	Подготовка письменной работы «Текст о компании»	5 час.	Проверка письменной работы
3.	6 неделя	Подготовка письменной работы «Деловое письмо»	4 час.	Проверка письменной работы
4.	7-я неделя	Подготовка к деловой игре «Выступление в эфире радио, телевидения»	4 час.	Проверка подготовленного текста Прослушивание выступления в аудитории
5.	8-я неделя	Подготовка к деловой игре «Студенческая конференция»	15 час.	Проверка подготовленного текста Прослушивание выступления в аудитории
6.	9-я неделя	Подготовка к итоговому опросу	4 час.	Устный опрос (зачет)

Задания для самостоятельной работы

Самостоятельная работа состоит из следующих компонентов:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме практического занятия, выполнение домашних заданий
2. Подготовка письменных творческих работ
3. Подготовка сообщений, докладов
4. Подготовка к участию в деловой (ролевой) игре

Описание заданий для самостоятельной работы студентов

Письменные творческие работы выполняются дома и преследуют цель проверить уровень сформированности навыков владения корректной письменной речью в рамках рекламной и/или PR-коммуникации

Подготовка **доклада, сообщения**, в том числе в рамках **деловых (ролевых) игр**, требует от студента умения ставить цели и определять задачи, которые нужно решить для достижения цели; самостоятельно подбирать литературу; опираться на собственные наблюдения; создавать текст, соответствующий требованиям научной точности и логичности, ясно и последовательно излагать материал.

Рекомендации к самостоятельной работе

При выполнении **письменной работы № 1** (написание текста о компании) рекомендуется опираться на материалы, представленные на сайте Главред.ру «Советы и статьи о тексте, редактура, информационном стиле и рекламе».

Необходимо ориентироваться на составляющие сильного текста:

- правда
- факты
- простая форма
- энергичная подача
- понятная структура

Создать такой текст помогут рекомендации автора книги

«Пиши_сокращай» Максима Ильяхова. От студентов требуется выучить группы стоп-слов; научиться видеть их в тексте; удалить мусор; наполнить текст информацией, полезной для читателя.

При написании текста следует придерживаться плана.

Структура текста о компании

- Кто вы? Для кого работаете? В каких случаях к вам имеет смысл обращаться?
- Чем вы полезны?
- Как вы это делаете? Расскажите о своей работе в деталях. Перечислите, чем гордитесь.
- В чём особенности вашей компании? Чем вы отличаетесь от других?
- Чем можете доказать свою полезность и уникальность?

Выполняя **письменную работу № 2**, нужно обратиться к материалам сайта <http://gramma.ru/RUS/?id=13.5> (Стиль документа).

Придерживайтесь следующих рекомендаций.

Выберите правильную форму обращения. Помните: обращение – это сокращение дистанции между двумя лицами, это фундамент, на котором будут строиться вся последующая просьба, беседа, письмо.

Следите за структурой текста.

Во вводной части излагаем причину, основание составления письма.

Первый абзац вводной части текста письма должен быть самым коротким и предельно ясным.

Основная часть служит для последовательного и подробного описания различных аспектов вопроса.

Заключительная часть текста обычно состоит из одного абзаца. Это 2-4 предложения – выводы, предложения, просьбы, решения и т. д.

Если к тексту письма предусмотрено **приложение**, то оно указывается ниже основного текста, например:

Приложение:

1. Справка на 1 л. в 2-х экз. 2. Ходатайство на 2 л. в 1 экз.

Излагать суть проблемы следует в спокойном, ровном тоне.

Проявление как чрезмерной любезности, так и недоброжелательности, граничащей с грубостью, не допускается.

В процессе изложения следует быть умеренным в просьбах, сдержанным в оценках событий, объективным при изложении фактов.

Заключительные фразы письма так же значимы, как и начальные. **В деловом письме не бывает мелочей или незначущих деталей.** Последние фразы должны выражать надежду, уверенность, радость, одобрение, признательность.

При подготовке **сообщения в рамках деловой игры «Выступление на радио, телевидении»** опирайтесь на следующие рекомендации.

Подготовка выступления на радио требует от говорящего знания того, о чем он говорит; искренности, правдивости, убежденности в том, что он говорит; умения донести свои знания, мысли до аудитории; умение общаться с ней на равных, не поучая, не заискивая, не занимаясь самолюбованием.

«Зрителями» или «слушателями» вашего выступления будут люди разных возрастов, профессий, разного культурного уровня и интересов. Встреча с вами на экране или по радио для многих из них является случайной. Учет этих ключевых моментов предполагает, что ваша речь должна быть конкретной и доходчивой по содержанию, непринужденной по тону, т.е. организована по типу неофициальной беседы.

В процессе выступления нужно учесть внутреннюю конфликтность речи в заданных условиях, когда реально существует односторонний контакт выступающего перед микрофоном и необходимость при этом имитировать двусторонний контакт. Заранее подготовленный письменный текст нужно трансформировать для воспроизведения в устной форме.

Следите за интонацией, она должна носить нейтральный характер.

Произносите слова чётко, не проглатывая.

Соблюдай те паузы между словами и речевыми тактами. В своём речевом поведении вы должны соединить устно-литературные нормы и нормы непринуждённой разговорной речи при сохранении целенаправленности, информативности, ясности сообщения. Чтобы этого достичь, необходимо строить выступление, используя принципы разговорности, диалогизации, интимизации речи.

Экономно используйте лексику. Восприятие устной речи затрудняется при превышении определенных порогов лексического разнообразия. Если письменная речь подразумевает развернутость словесного выражения мысли, приведения логически строгой системы аргументов, то устная речь не требует этой развернутости. Удачное сравнение, метафора или намек могут сделать больше, чем точное и строгое, но длинное доказательство.

Позаботьтесь о чёткой структурной организации выступления. Передачи разговорного жанра не терпят композиционной расплывчатости. Умейте ограничить себя. Помните: за несколько минут невозможно рассказать обо всем. Важно конкретизировать тему, выбрать один аспект, наиболее важный из множества вопросов, фактов и поворотов темы.

Выступление должно быть информационно точным, в противном случае попытка слушателя или зрителя понять, о чем идет речь, отвлечет от последующей информации.

Важно помнить:

Информация достигает оптимального воздействия, когда в ней содержится новизна. Недостаток новизны стимулирует переключение внимания.

Интерес вызывает доказательная информация, которая опирается на эмпирический опыт аудитории, статистику, фактологический материал. Важную психологическую нагрузку имеют начало и конец выступления.

При подготовке **доклада в рамках деловой игры «Студенческая конференция»** учитывайте следующие рекомендации.

В докладе, как правило, совмещаются 3 качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести результаты слушателям и квалифицированно ответить на вопросы.

Доклад нужно строить вокруг одной идеи, используя все, что может раскрыть её, и выбрасывая то, что несущественно и может отвлечь внимание. Доклад должен быть хорошо структурирован и представлен аудитории ясно и последовательно.

Главная цель любого доклада — донести до слушателей то, что вы хотите им сказать. Определите цель доклада в его начале и вернитесь к ней в конце. Между этими моментами обсуждайте, как ваш материал соотносится с целью. Выступление должно сразу вызвать интерес и привлечь внимание аудитории.

Помните, что восприятие информации аудиторией снижается по ходу доклада. Психологи утверждают, что человек внимательно воспринимает

устный текст в течение 3—5 мин, поэтому за это время вам нужно успеть заинтересовать слушателей. Если вы представляете ряд положений, то организуйте их от более важных к менее важным. А лучше менее важные положения вообще не включать в доклад.

Во время доклада старайтесь говорить не монотонно, иначе вы вскоре увидите борющихся со сном слушателей. Не забывайте про такой мощный инструмент докладчика, как интонация! Наиболее важные, на ваш взгляд, слова или фразы выделяйте более громким голосом, меняя тон или замедляя темп.

Не пытайтесь рассказывать обо всем, но только о теме выступления и в пределах отведенного времени.

Если вы не уложились в отведенное для выступления время, не пытайтесь показать с большой скоростью все оставшиеся кадры презентации. Просто пропустите их. Если же они содержат очень важную информацию, суммируйте ее коротко вслух.

Иллюстрации играют во время доклада очень важную роль. Докладчику они позволяют сохранять связанность и последовательность изложения и избавляют от необходимости заглядывать в текст сообщения. Слушателям же они помогают еще больше: делать заметки, подумать о том, что вы только что сказали или еще собираетесь сообщить, позволяют следить за докладом даже после частичной потери внимания.

Самый важный фактор для хорошей презентации — тренировка. Не готовьте доклад наспех — его нужно успеть «обкатать». Тот, кто считает, что может выступить с ходу, делает одно из двух — либо беспорядочный, либо шероховатый и скучный доклад. Сначала репетируйте в приватной обстановке. Затем хорошо бы заснять себя на видеокамеру и критически посмотреть, что получилось. После нескольких прогонов сделайте пробное выступление перед друзьями, знакомыми и попросите высказать их свое мнение. Лучше тренироваться на людях, плохо знакомых с вашей темой, чем на узких специалистах, которые будут придирааться к деталям.

По ходу репетиций попробуйте пересмотреть структуру доклада, связи между отдельными частями. Убирайте несущественные элементы. Помните: чем короче выступление, тем сложнее охватить материал ясно и полно. Будьте критичны к тому, что может быть важным для доклада, убирайте несущественные подробности.

Очень важно, чтобы ваша речь была ясной, четкой, грамотной и уверенной, что делает ее понятной и убедительной. Она должна быть не только понятной, но и выразительной. Это зависит от скорости, громкости и интонации. Если вы будете говорить быстро, торопливо, проглатывать окончания слов, целые слова или, наоборот, тихо и невнятно, то качество вашего выступления значительно снизится. Уверенная, спокойная, неторопливая манера изложения всегда импонирует аудитории, а скучную, монотонную речь слушать неинтересно.

Недопустимо нарушение произношения, то есть если докладчик неверно делает ударение в слове, коверкает его или не знает, как правильно оно выговаривается. Если это произойдет с вами, то аудитория к вам настроится насмешливо, пренебрежительно, невзирая ни на какие достоинства доклада. Здесь вам помогут словари русского языка и иностранных слов. Постарайтесь также не употреблять совершенно незнакомые слова перед аудиторией.

Делайте все так, как отрепетировали, лучше не импровизировать. Старайтесь смотреть в глаза слушателям, но не фиксируйте взгляд только на ком-то одном, иначе он будет чувствовать себя неловко.

Повторяйте решающую информацию. Говорите не спеша, делайте иногда паузы, дайте время аудитории обдумать то, что вы говорите. После того, как вы показали новый слайд, сделайте небольшую паузу, чтобы зрители успели рассмотреть рисунок.

Никогда не превышайте отведенное время! Укорачивайте ваш доклад, выбрасывая детали. Часто, чтобы сократить время доклада, говорят быстрее. Вы уложите во времени, но не добьетесь главной цели. Оптимальная скорость — около 100 слов/мин. Чувство времени приходит с практикой, но имейте в виду,

что на докладе из-за различных факторов может уйти до 20% больше времени, чем на репетиции.

Во время доклада следите за речью: не должно быть безграмотных, вульгарных и нелитературных выражений, слов-паразитов («э-э», «так сказать», «как бы», «значит», «типа» и пр.). Убедитесь, что вы говорите, обращаясь к аудитории, а не в угол, в потолок или экран. Не исчезайте за кафедрой (трибуной) — вас должны видеть.

Следите за жестами. Помните: каждое ваше движение находится под пристальным вниманием. Подходящие жесты не только допустимы, но и необходимы докладчику. Жесты оживляют речь, делают ее интереснее. В то же время жесты, как и одежда, прическа, макияж, аксессуары, не должны сами по себе стать объектом внимания аудитории.

В заключение обобщите изложенный материал. Постарайтесь помочь аудитории сохранить в памяти эту последнюю информацию. Заключение не должно застать слушателей врасплох. Оно должно плавно завершать выступление. Отметьте начало заключения: «В заключение...». Заключительная фраза выступления: «Я закончил, благодарю за внимание»

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

1. Письменные работы должны быть представлены в печатном виде. Требуемое количество страниц формата А-4 – 1-2 страницы (шрифт Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал – 1, 15).
2. Текст доклада и выступления нужно представить в письменном (формат А-4, шрифт Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал – 1, 15) виде, с тем чтобы преподаватель мог объективно оценить владение разными формами литературной речи.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**по дисциплине «Русский язык в профессиональной коммуникации» Направление
подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью
Форма подготовки очная**

**Владивосток
2019**

Паспорт

фонда оценочных средств по дисциплине

«Рекламный и PR-процесс: поведение потребителей»

Содержание компетенций дисциплины и этапы формирования

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-6 - способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка	Знает	Принципы ведения научной дискуссии, основные стилевые черты и языковые особенности научной речи (лексические, морфологические, синтаксические)
	Умеет	Использовать принципы ведения научной дискуссии в своей практике; применять знания об основных стилевых чертах и языковых особенностях научной речи при создании профессионально ориентированных текстов.
	Владеет	Навыками ведения научной дискуссии, создания профессионально ориентированных текстов в соответствии с нормами научного стиля современного русского языка
ОК-10 – готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знает	Методы генерации идей, сбора данных, способы и формы представления результатов исследовательской деятельности в устной и письменной формах
	Умеет	Вести диалог, переписку, переговоры в рамках поставленных задач для решения профессиональных вопросов
	Владеет	Культурой научной и практической работы в области рекламы и связей с общественностью; способностью самостоятельно приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в областях знаний, не связанных со сферой профессиональной деятельности
ОПК-3 - владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках	Знает	речевой этикет и основные принципы его использования в различных профессиональных ситуациях
	Умеет	самостоятельно анализировать языковую специфику профессионально ориентированных текстов, грамотно применять соответствующую терминологию
	Владеет	способностью свободно и грамотно использовать языковые средства в сфере профессиональной коммуникации; создавать разнообразные тексты различных смысловых типов, используя возможности родного языка

**Содержание этапов формирования компетенций и структура
оценочных средств дисциплины**

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства – наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Занятие 1-2 Языковые составляющие успешной коммуникации Коммуникативные качества хорошей речи	ОК-6 ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь	УО-4 ПР-11	вопросы к зачету 1-3, 12-15,18
2	Занятие 3-4 Правильность речи. Понятие нормы.	ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь владеть	УО-1 ПР-1	Вопросы к зачёту 5-6, 9-11
3	Занятие 5 Текст как главный продукт речевой деятельности в профессиональной сфере	ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь, владеть	УО-1 Пр-11 ПР-13	Вопросы к зачёту 7-8, 21
4	Занятие 6 Информационный стиль и его использование в сфере рекламы и PR-коммуникации	ОК-6 ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь, владеть	УО-1 Пр-11	Вопросы к зачёту 19-20
5	Занятие 7 Служебные (деловые) письма в профессиональной коммуникации	ОПК-3	Знать, уметь, владеть	УО-1 Пр-11 ПР-13	Вопросы к зачёту 25, 26, 28
6	Занятие 8-9 Особенности жанра пресс-релиза	ОК-6 ОПК-3	Знать, уметь	УО-4 УО-11	Вопросы к зачёту 27
7	Занятия 10-13 Устная монологическая и диалогическая речь в профессиональной коммуникации	ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь, владеть	УО-1 УО-3 ПР-10	Вопросы к зачёту 16-17
8	Занятия 14-17 Научный стиль в системе профессиональной коммуникации.	ОК-6 ОК-10 ОПК-3	Знать, уметь, владеть	УО-1 УО-3 ПР-10	Вопросы к зачёту 22-24

	Правила ведения научной дискуссии				
9	Занятие 18 Итоговый опрос по курсу	ОК-6 ОК-10 ОПК-3	Знать	УО-1	Вопросы к зачёту 1-28

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код формулировки компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ОК-6 - способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка	знает (пороговый уровень)	Принципы ведения научной дискуссии, основные стилевые черты и языковые особенности научной речи (лексические, морфологические, синтаксические)	Знание основных стилевых черт научной речи (устной и письменной), принципов ведения дискуссии	Способность перечислить основные стилевые черты научной речи, охарактеризовать цели научной дискуссии и назвать принципы её ведения.
	умеет (продвинутой)	Использовать принципы ведения научной дискуссии в своей практике; применять знания об основных стилевых чертах и языковых особенностях научной речи при создании профессионально ориентированных текстов.	Умение применять знания об основных стилевых чертах научной речи при создании своих текстов и в процессе ведения научной дискуссии	Способность оценить свой текст с точки зрения его соответствия научному стилю; сформулировать вопросы автору научного текста, аргументированно ответить на вопросы по тексту своего материала.
	владеет (высокий)	Навыками ведения научной дискуссии, создания профессионально ориентированных текстов в соответствии с нормами научного стиля современного русского языка	Свободное владение навыками написания научной статьи, участия в беседах на профессионально ориентированную тематику, в дискуссиях по проблемам, связанным с дискурсом рекламы и PR	Способность создать качественный научный текст, аргументированно изложить свою позицию по вопросам, связанным с профилем магистерской работы
ОК-10-готовность к саморазвитию, самореализации, использован	знает (пороговый уровень)	Методы генерации идей, сбора данных, способы и формы представления результатов исследовательской деятельности в устной и письменной формах	Знание основных фактов, процессов и явлений в сфере рекламы и связей с общественностью, возможностей современных технологий в рекламной деятельности, способов и форм представления профессиональной информации в разных формах речи	Способность преподнести информацию об активных процессах в сфере рекламы и PR-коммуникации, возможностях современных технологий в рекламной деятельности с учётом разных форм речи.

ию творческого потенциала	умеет (продвину- й)	Вести диалог, переписку, переговоры в рамках поставленных задач для решения профессиональных вопросов	Умение участвовать в коллективной деятельности по созданию рекламного и информационного продукта, формулировать собственную позицию, аргументировать её	Способность пользоваться различными типами коммуникации при решении научно-исследовательских и практических задач, проводить анализ проблемных ситуаций, возникающих в работе творческого коллектива, обосновывать пути их разрешения
	владеет (высокий)	Культурой научной и практической работы в области рекламы и связей с общественностью; способностью самостоятельно приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в областях знаний, не связанных со сферой профессиональной деятельности	Владение базовыми навыками использования креативных технологий по созданию рекламного и информационного продукта	Способность создать эффективный рекламный и информационный текст, предложить нестандартное решение научно- исследовательской и / или практической задачи
ОПК-3 - владение корректной устной и письменной речью в рамках профессио- нальной тематики на русском и иностранны х языках	знает (пороговый уровень)	речевой этикет и основные принципы его использования в различных профессиональных ситуациях	Знание о дифференциации лексики по сферам применения; знание основных особенностей научного, официально-делового стилей, нормативных коммуникативных, этических аспектов устной и письменной речи.	Способность назвать основные особенности речи, характерные для сферы профессиональной коммуникации, перечислить качества речи, обеспечивающие успешную коммуникацию, охарактеризовать особенности устной и письменной формы литературного языка.
	умеет (продвину- й)	самостоятельно анализировать языковую специфику профессионально ориентированных текстов, грамотно применять соответствующую терминологию	Умение использовать диалогическую и монологическую речь в основных коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения; понимать прагматические тексты и тексты по широкому и узкому профилю специальности; понимать диалогическую и монологическую речь в сфере профессиональной коммуникации; совершенствовать грамотное письмо и говорение	Способность изложить главные мысли прочитанного, услышанного, грамотно применяя соответствующую терминологию; демонстрировать правильное речевое поведение в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения; видеть языковые, речевые, стилистические нарушения в устной и письменной речи в сфере профессиональной коммуникации и устранять их
	владеет (высокий)	способностью свободно и грамотно использовать языковые средства в сфере	Владение лексическим минимумом общего и терминологического характера; грамматическими навыками, обеспечивающими	Способность свободно пользоваться понятийно- категориальным аппаратом своей области знаний, без искажения передавать свои

		<p>профессиональной коммуникации; создавать разнообразные тексты различных смысловых типов, используя возможности родного языка</p>	<p>коммуникацию общего характера без искажения смысла при письменном и устном общении; основами публичной речи (устное общение, доклад); навыками словесного оформления публичного выступления; основными видами аргументов; навыками речевого этикета; приемами унификации языка служебных документов; культурой речи.</p>	<p>мысли в устной и письменной форме, выступать с устным научным сообщением и докладом, выбирать правильное словесное оформление своей речи в зависимости от речевой ситуации, использовать формулы речевого этикета, создавать служебные документы.</p>
--	--	---	---	--

Для дисциплины «Русский язык в профессиональной коммуникации» используются следующие оценочные средства

№ п/п	Ко д О С	Наименование ОС	Краткая характеристика ОС	Представление ОС
1	УО-1	Собеседование	Специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанная на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
	УО-3	Доклады, сообщения	Публичное выступление по представлению полученных результатов учебно-практической, учебно-исследовательской деятельности	Темы докладов, сообщений
	УО-4	Круглый стол, дискуссия	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
	Пр-10	Деловая (ролевая) игра	Совместная работа студентов и преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать ситуации и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
	ПР-11	Разбор кейс-задач	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию,	Задания для решения кейс-задачи

			необходимую для решения данной проблемы.	
	ПР-13	Письменная творческая работа	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умение интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Русский язык в профессиональной коммуникации» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий по оцениванию фактических знаний, умений и навыков: работа на практических занятиях, участие в семинарах-круглых столах, подготовка письменных работ, выступления с докладами и сообщениями.

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки.

Опрос – важнейшее средство развития мышления и речи. Он обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Обучающая функция состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту.

УО-1 (собеседование)

Вопросы к зачёту

1. Коммуникативная культура личности. Коммуникативная ситуация: основные компоненты коммуникативной ситуации; основные законы общения. Коммуникативные нормы.
2. Этические нормы речевой культуры (речевой этикет): культура поведения и этические нормы общения; проявление категории вежливости в русском языке.
3. Особенности служебно-делового общения. Культура делового общения, требования к речевой коммуникации в деловой среде.

4. Понятие правильности речи. Норма (признаки нормы, природа норм). Типы норм (общезыковые и стилистические).
5. Понятие точности речи. Виды точности речи. Условия точности речи. Лексические нормы. Правила выбора слова.
6. Понятность и доступность как коммуникативные качества хорошей речи. Языковая и речевая доступность речи. Доступность речи и проблема понимания. Основные помехи для доступности речи. Средства достижения доступности речи.
7. Логичность речи. Логичность рассуждения и логичность изложения. Законы логики. Логичность в предложении и тексте. Условия логичности речи.
8. Синтаксические средства для выражения логических связей, основные логические ошибки на уровне предложения. Основные условия логичности на уровне текста.
9. Чистота речи. Коммуникативные условия чистоты речи. Элементы языка, засоряющие литературную речь.
10. Уместность речи. Стилистическая окраска языковых единиц (функционально-стилевое расслоение лексики, эмоционально-экспрессивная окраска слов). Сфера использования в речи стилистически окрашенной лексики.
11. Понятие стилистического рассогласования. Неоправданное употребление оценочных, эмоционально окрашенных средств и слов различных стилистических пластов (смешение стилей). Стилистическое рассогласование как приём.
12. Богатство (разнообразие) речи. Условия богатства речи. Лексическое, семантическое, грамматическое, интонационное богатство речи.
13. Выразительность речи. Условия выразительности речи. Неязыковые факторы, повышающие выразительность речи. Факторы, снижающие выразительность речи: канцеляризм, речевые штампы и стандарты.

14. Языковые средства, усиливающие выразительность речи.
Использование тропов.
15. Языковые средства, усиливающие выразительность речи. Фигуры речи.
16. Культура разговорной речи. Ее нормы и жанровое своеобразие.
Соотношение разговорной речи и литературного языка.
17. Понятие орализации письменного текста. Приёмы орализации.
18. Стилиевая система современного русского языка. Классификация книжных функциональных стилей.
19. Информационный стиль. Использование информационного стиля в сфере рекламной и PR-коммуникации.
20. Разработка содержания рекламного текста: основные рекламные стратегии. 21. Оценка эффективности рекламного текста.
22. Научный стиль. Общая характеристика. Стилиевые черты. Система языковых средств. Классификация подстилей и жанров научного стиля.
23. Особенности устной научной речи. Информативные жанры устной научной речи: сообщение, доклад.
24. Правила ведения научной дискуссии. Типы вопросов, используемых в научной дискуссии. Стратегии ответов на вопросы. Языковые конструкции ответов на вопросы.
25. Официально-деловой стиль. Общая характеристика. Стилиевые черты. Система языковых средств. Классификация подстилей и жанров. Современные тенденции развития официально-делового стиля.
26. Официально-деловая письменная речь. Особенности языка деловых бумаг и документов (языковые формулы официальных документов). Типы документов.
27. Особенности жанра пресс-релиза. Виды пресс-релизов. Требования к пресс-релизу.
28. Современный деловой этикет. Культура делового письма.

Критерии оценки собеседования (УО-1)

От 63 баллов	Зачтено	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он имеет знания по всем вопросам итогового опроса, заданным преподавателем, и даёт точные ответы.
До 63 баллов	Не зачтено	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части заданных в процессе собеседования вопросов итогового опроса.

УО-3 (доклады, сообщения)

Доклады и сообщения студенты готовят в рамках двух деловых игр. Тему своего выступления определяют самостоятельно, исходя из собственных профессиональных и научно-исследовательских интересов.

УО-4 (круглый стол, дискуссия)

Перечень вопросов для проведения семинаров-дискуссий

Тема «Понятие коммуникации. Языковые составляющие её успешности. Коммуникативные качества хорошей речи: точность, ясность, логичность, доступность, чистота, уместность»

Вопросы для обсуждения

1. В общении главное – что мы говорим, а не как, поэтому не стоит заботиться о форме речи. Как вы относитесь к утверждениям такого рода?
2. Речь с «шероховатостями» лучше, чем правильная. Согласны ли вы с этим мнением?
3. Существует ли в нашем обществе «лингвистическая ксенофобия»? Как вы оцениваете это явление?
4. «Языковое импортозамещение». Возможно ли оно?

Тема «Особенности жанра пресс-релиза на современном этапе»

Вопросы для обсуждения

1. Что определяет эффективные взаимоотношения между специалистами по связям с общественностью и журналистами?
2. Насколько обосновано утверждение о том, что существует взаимная заинтересованность между представителями средств массовой информации и специалистами по связям с общественностью в бизнесе и государственном секторе?

3. Чем объяснить то обстоятельство, что в России в настоящее время издатели журналов и газет стремятся рассматривать материалы, касающиеся имиджа и репутации, даже представленные некоммерческими организациями, как рекламную продукцию?

4. Правильно ли определять пресс-релиз как корпоративную новость с «растворённой» в ней рекламой?

Критерии оценки устного сообщения (УО-3, УО-4)

100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

85-76 - баллов - сообщение характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводится конкретный фактический материал. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

75-61 балл - студент понимает базовые основы выбранной темы. Привлекает, хотя и недостаточно, конкретный фактический для иллюстрации своих утверждений. Допущено не более 2 ошибок в изложении содержания проблемы. 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы.

Письменные работы

ПР-13 (письменная творческая работа)

Письменный ответ приучает к точности, лаконичности, связности изложения мысли. Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе. Письменные задания по дисциплине включают две творческие работы по профилю специальности и тест.

Письменная работа № 1. Написать текст о компании, в которой вы работаете, ориентируясь на требования информационного стиля.

Критерии оценки письменной творческой работы № 1

Оценка «зачтено» выставляется за работу, соответствующую требованиям информационного стиля: правдивость, опора на факты, простота формы, энергичность подачи материала, понятная структура.

Практическая работа № 2. Написать служебное (деловое) инициативное письмо одного из предлагаемых видов:

- Письмо-просьба
- Письмо-сообщение
- Письмо-предложение (оферта)
- Рекламно-информационное письмо
- Рекомендательное письмо

Критерии оценки письменной творческой работы № 2

Оценка «зачтено» выставляется за работу, в которой студент строго придерживается требований точности, логичности, стандартизованности официально-делового стиля, правильно использует формулы делового этикета, не допускает грамматических, речевых, орфографических и пунктуационных ошибок.

ПР-1 (тест)

Примерный вариант теста по теме «Правильность речи. Понятие нормы. Виды норм литературного языка»

1. Поставьте слова в правильной форме.

Он был настоящ... кладез... знаний.

Салат из рыбн... консер.. пришёлся всем по вкусу.

Потерялся ключ с брел... в виде змейки.

В бутике не было туф.. на низком каблуке.

Эт... аэрозоль используется для отпугивания комаров.

По совету врача больной (полоскать – наст.вр.) горло раствором соды.

Не стой близко к костру: (обжечь – буд. вр.) лицо

Старик еле (волочь – наст. вр.) ноги.

(Полоскать – повел.накл.) горло гексоралом утром и вечером.

(Поехать – повел. накл.) на вокзал, купи билет..

(Бежать – повел.накл) быстрее сюда!

2. Заполните пропуски нужными предлогами.

Самолёт вылетел ... Новосибирска в 12.00. В группе много студентов ... Сахалина.

3. Поставьте в нужной форме числительные оба, обе.

В ... командах. Перед ... хоккейными клубами.

4. Запишите словами количественно-именные сочетания.

С 2025 года, более 700 участников, в 45 % случа..., из 967 жителей, паром с 167 пассажир... . Уведомления вручены всем 298 призывникам.

5. Составьте словосочетания, соединив данные слова с помещёнными в скобках существительными.

Отзыв, рецензия (статья); вера, надежда (лучшее); иммунитет, защита (простудные заболевания); жажда, стремление (знания).

6. Закончить фразу так, чтобы получилось предложение.

Завершая беседу ...

Кроме письменных работ ...

Те, кто ...

То, что...

7. Включить в предложение оборот *не только прочитал...*

8. В каких предложениях допущены грамматические ошибки? В чём они состоят? Запишите такие предложения в исправленном виде.

1. Принимая этот препарат регулярно, вы очень скоро почувствуете улучшение своего состояния.

2. После войны была потребность на обувь, одежду, продукты.

3. Ближайший вуз, где преподают корейский язык, оказался ДВФУ.

4. Китайский язык по звучанию уже был хорошо известен, легко определяемым среди других восточных языков.

5. Бренд удалось развить только благодаря стараниям Горцевой и подвижничеству еще троих ее помощниц.

6. Люди жалуются на правоохранительные органы: стражи порядка часто грубят с задержанными гражданами.

7. Когда лекарство будет готово, его можно будет получить по предъявлению написанного врачом рецепта.

Критерии оценки теста

Процент правильных ответов	Оценка
61-100%	Зачтено
Менее 61%	Не зачтено

ПР-10 Деловая (ролевая) игра

Ролевая игра по теме «Устная монологическая и диалогическая речь в профессиональной коммуникации»

«Выступление в эфире радио, телевидения»

Задание предполагает индивидуальную творческую работу.

Цель задания – научиться строить монологическое высказывания, подбирая языковые средства, характерные для устной формы речи, ориентированной на широкую аудиторию.

Методика работы

Дома студенты пишут текст своего сообщения.

В аудитории они выступают в качестве экспертов, консультантов, представителей пресс-службы, приглашённых на радио, телевидение для того, чтобы представить товар, услугу, сообщить важную информацию, касающуюся работы ведомства, компании.

Эффективность коммуникации в «прямом эфире» оценивается рецензентами (из числа студентов), которые должны прокомментировать и оценить качество выступления по следующим параметрам:

1. Тема и цель

Интересны? Уместны? Актуальны?

2. Вступление

Интересно ли?

Использован ли приём привлечения внимания?

Не слишком ли длинно?

3. Главная часть

Весь ли материал относится к делу?

Достаточно ли примеров?

Конкретно ли содержание?

Достигнута ли цель?

4. Заключение

Ясно? Есть ли обобщение сказанного?

5. Произношение

Уверен ли говорящий в себе?

Удачен ли темп речи? Монотонно?

Есть ли контакт с аудиторией?

Есть ли речевые ошибки?

Критерии оценки участия в деловой игре «Выступление на радио, телевидении»

Оценка «зачтено» выставляется студенту, который сумел донести свои знания, мысли до аудитории, изложил материал кратко, доходчиво, трансформировав подготовленную письменную речь для воспроизведения в устной форме,

продемонстрировал хорошую технику речи, использовал в своём выступлении приёмы разговорности, диалогизации, интимизации речи.

Оценка «не зачтено» выставляется за выступление, которое представляет собой заученный или прочитанный письменный текст, не приспособленный к условиям устной формы общения. Выступлению недостаёт целенаправленности, информативности, ясности.

Деловая (ролевая) игра по теме

«Научный стиль современного русского языка. Правила ведения научной дискуссии»

«Студенческая конференция»

Игра основана на выступлениях студентов с мини-докладами по теме магистерской работы в сопровождении электронной презентации.

Задание предполагает индивидуальную творческую работу.

Цель задания – научиться строить рассуждения в соответствии с требованиями научного стиля, участвовать в научной дискуссии, ясно и доступно доносить материал до аудитории, используя приёмы орализации письменного текста.

Методика работы

Студенты получают предварительное задание – собрать материал по теме конференции, уточнить и сформулировать тему выступления, систематизировать материал, составить план выступления и в соответствии с ним написать текст, создать презентацию, отражающую основные идеи сообщения.

Студенческая конференция предполагает рассмотрение вопросов, связанных с дискурсом рекламы и PR-коммуникации. При подготовке к конференции выбирается ее оргкомитет: ведущий, техник (отвечающий за просмотр презентаций), рецензенты (их роль – прокомментировать и оценить уровень выступлений), участники-докладчики.

Критерии оценки участия в деловой игре «Студенческая конференция» (выступление с научным монологом)

№ п/п	Параметры оценки	Основания для выставления 5 баллов	Основания для выставления 4 баллов	Основания для выставления 3 баллов
1	Соответствие отобранного материала теме выступления	Излагаемый материал полностью соответствует теме выступления	Имеются незначительные отклонения от заявленной темы	В выступлении имеется много второстепенной информации, уводящей в сторону от заявленной темы
2	Композиция и структура выступления	Имеется введение, подготавливающее аудиторию к восприятию темы, и ёмкое заключение.	Введение и заключение носят формальный характер.	Отсутствует введение и заключение.
3	Логичность и последовательность изложения	Текст выступления разбит на микротемы. Эффективно используются логические связи и метатекстовые средства.	Текст разбит на микротемы, но в процессе выступления не используется «правило цепи», что затрудняет восприятие.	Основная часть выступления выстроена хаотично. Материал излагается сбивчиво, непоследовательно.
4	Языковое оформление	Речь характеризуется точностью, ясностью, чистотой и полностью соответствует устной форме научного стиля.	Речь в основном соответствует устной форме научного стиля. Имеются отдельные нарушения точности, ясности, чистоты.	Речь перегружена книжными конструкциями, затрудняющими понимание, и «словами-паразитами», отвлекающими внимание аудитории.
5	Речевое исполнение	Фразы разделены на речевые такты (синтагмы). Выступающий умело использует паузы, логические ударения.	Выступающий не всегда следит за темпом речи и интонационной выразительностью речи.	Речь невыразительна в интонационном отношении и представляет собой монотонное чтение написанного текста.
6	Контакт с аудиторией	Носит постоянный характер	Носит эпизодический характер.	Отсутствует.
7	Использование невербальных средств	Эффективно используются жесты, поза, мимика.	Чрезмерно используются однообразные жесты, отвлекающие внимание аудитории.	В процессе выступления невербальные средства общения отсутствуют.
8	Подготовка презентации	Представленная в презентации информация систематизирована,	Представленная в презентации информация недостаточно систематизирована и	Представленная в презентации информация не систематизирована и / или непоследовательна, слабо используется

		последовательна, логически связана, включает термины и профессиональную лексику, не содержит фактических и иных ошибок.	последовательна, включает не более 3 терминов, содержит фактические ошибки (не более 2)	терминологический язык, имеются фактические и иные ошибки (не более 3-4).
9	Ответы на вопросы	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений.	Ответы на вопросы полные или частично полные.	Ответы только на элементарные вопросы.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, получившему за своё выступление от 27 до 45 баллов.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, получившему менее 27 баллов.

ПР-11 - Разбор кейс-задач

Работа может проводиться как коллективно, так и в минигруппах, с элементами дидактической игра «Работа редакции». Организуется несколько редакций по 2-3 человекам в каждой. Каждая редакция получает задание отредактировать один из предложенных текстов (10-15 минут). После редактирования исправленный текст передается главному редактору, назначенному из числа студентов, который соглашается с таким вариантом или производит дополнительные правки.

После двукратной правки текст передается преподавателю на оценку. Оценивается наличие/отсутствие речевых и неречевых ошибок. При отсутствии ошибок подгруппе выставляется оценка «отлично», при наличии 1-2 ошибок – «хорошо», 3 ошибок – «удовлетворительно». Если ошибок более 3-х, считается, что студенты с работой не справились.

Задания для решения кейс-задач

Тема «Понятие коммуникации. Языковые составляющие её успешности».

Задание. Соответствует ли предлагаемый отрывок критериям точности, ясности, доступности, логичности, уместности речи? Найдите нарушения коммуникативных качеств хорошей речи. Предложите способы устранения выявленных нарушений.

**Домашняя уборка полезна для психики – учёные
(Порядок необходимо наводить в энергичном темпе)**

Американские учёные в ходе наблюдений выяснили, что уборка в квартире помогает в борьбе со стрессом и депрессией.

Специалисты в ходе эксперимента заставили добровольцев очистить свои квартиры от ненужных вещей. В процессе уборки у людей наблюдалось повышенное напряжение, так как они испытывали зависимость от личных вещей.

В результате многие участники эксперимента впадали в депрессию, потому что были не способны навести порядок в собственной квартире.

Исследователи отмечают, что уборку в квартире необходимо проводить в энергичном темпе, чтобы человек почувствовал нагрузку уже в первые 20 минут.

Также было установлено, что двигательная активность, которая не связана с работой по дому, тоже приносит пользу не только для физического, но и для психического здоровья. Американские специалисты в ходе исследования выяснили, что люди, которые занимались спортом хотя бы раз в неделю, страдали психическими нарушениями на 33% реже, чем те, кто не занимался спортом вообще.

Те же люди, которые активно занимались домашней работой не реже одного раза в неделю, страдали психическими нарушениями на 20% меньше тех, кто не выполнял никакой домашней работы.

Тема «Текст как главный продукт речевой деятельности в профессиональной сфере»

Задание. Можно ли определить предлагаемые рекламные тексты как сильные?

Дайте экспертную оценку эффективности текстов.

Разработайте на основе предложенного материала варианты текста радиорекламы, телевизионной и наружной рекламы для позиционирования услуг.

THE VANGUARD OF IMPLANT PRACTICE

Стоматологическая клиника Dr. Edranov - более 10 лет оказывает услуги пациентам приезжающим с разных регионов России и даже мира. The vanguard of implant practice - авангард имплантационной практики – наш девиз и цель. Мы не говорим, что мы лучшие, мы стремимся быть лучшими! Именно поэтому никогда не останавливаемся на достигнутой высоте. Мы всегда в процессе познания и развития, чтобы предлагать нашим пациентам самые эффективные возможности для решения его проблемы.

Мы ищем самые современные методы, технологии и материалы, тестируем их, шлифуем, пропускаем через призму собственного клинического опыта и доводим их до совершенства. Мы углубленно рассматриваем каждый клинический случай, соизмеряем его с теми возможностями, которые предлагает медицинская наука, и находим идеальное решение. Мы всегда будем делать всё

для того, чтобы каждый человек мог получить в высшей степени качественное стоматологическое лечение, и снова почувствовал себя здоровым, счастливым, с блестящей улыбкой.

Тема «Служебные (деловые) письма» в профессиональной коммуникации

Задание. Соответствуют ли предлагаемый текст требованиям коммуникации в деловой сфере?

Глубокоуважаемый Андрей Владимирович! Просим Вас предоставить музыкальные инструменты для награждения победителей фестиваля-конкурса «No cover». Первое место – барабанная установка, второе место – электрогитара, третье место – акустическая гитара.

ТО «Неон» организует фестиваль-конкурс рок-исполнителей композиций собственного сочинения «No cover». Цель данного мероприятия – популяризация отечественной рок-музыки. Фестиваль-конкурс состоится 22 февраля в ночном клубе «Америка» в 22:00. Творческое объединение «Неон» – это группа профессионалов, работающих на протяжении более пяти лет. «Неон» занимается организацией open air, концертов, фестивалей, вечеров с участием звёзд российского шоу-бизнеса.

При положительном ответе на данное предложение на Ваше имя будет предоставлено пять пригласительных билетов на «No cover», а также логотипы вашей компании будут присутствовать на всех афишах и рекламных объявлениях мероприятия в качестве спонсора.

Критерии оценки решения кейс-задач

Оценка «зачтено» выставляется, если студент умеет оценить разные стороны разбираемых текстов, видит большую часть ошибок, отступлений от принятых норм и стандартов, предлагает пути усовершенствования текста.

Оценка «не зачтено» выставляется, если студент способен оценить только отдельные стороны текста, не замечает большей части ошибок и отступлений от принятых норм и стандартов, не может предложить пути усовершенствования текста.

Общая зачётная оценка выставляется по всему комплексу самостоятельной работы и складывается на основе положительно оцененной работы по всем видам самостоятельной работы (см. табл.).

Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Русский язык в профессиональной коммуникации» проводится в соответствии с локальными

нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Русский язык в профессиональной коммуникации» предусмотрена в виде зачета в устной форме в виде собеседования по списку вопросов, охватывающих содержание всего курса. Преподаватель проводит собеседование, выбирая по своему усмотрению вопрос из списка вопросов. Если студент отвечает неудовлетворительно, преподаватель задает другой вопрос. Цель – дать возможность компенсировать недостаточное знание по одному вопросу знанием по другим вопросам.

Итоговый опрос не является единственным критерием оценки знания. Оценка на зачете является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации. Оценка «зачтено» выставляется студенту, только если ему предварительно были зачтены письменные работы, тестирование, выступления с сообщениями и докладами, решение кейс-задач (критерии оценки каждого контрольного мероприятия указаны выше).

Зачет по всему курсу дисциплины невозможно получить при отсутствии зачета по самостоятельной работе.

Критерии выставления оценки студенту на зачете

Баллы рейтинговой оценки	Оценка зачета/экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
От 63 баллов - посещение лекционных занятий – 10 б. - самостоятельная работа – 40 б. - итоговый опрос – 13 б.	зачтено	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он получил «зачтено» по основным формам работы.

<p>Меньше 63 баллов не выполнены в достаточном объеме основные виды учебной работы в рамках изучения дисциплины (посещение лекционных занятий, самостоятельная работа, итоговый опрос).</p>	<p>не зачтено</p>	<p>Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он получил «зачтено» не по всем формам работы.</p>
---	-------------------	---