

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК

Кафедра культуры мира и демократии

## **РЕЧЕВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЕ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**42.03.01 – Реклама и связи с общественностью**

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

**Связи с общественностью и коммуникативные технологии**

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: ***бакалавриат***

Форма обучения: ***очная***

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

*Ст.преподаватель кафедры КМД ФВиСКН ИАИ РГГУ, к.и.н.  
Новикова А.А.*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 6 от 25.03.2022

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|  |    |
|--|----|
| 1. Пояснительная записка.....  | 4  |
| 1.1. Цель и задачи дисциплины .....  | 4  |
| 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....           | 4  |
| 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....  | 5  |
| 2. Структура дисциплины.....   | 6  |
| 3. Содержание дисциплины .....   | 6  |
| 4. Образовательные технологии .....  | 7  |
| 5. Оценка планируемых результатов обучения.....  | 8  |
| 5.1. Система оценивания .....  | 8  |
| 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине .....   | 9  |
| 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине ..... | 10 |
| 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....  | 12 |
| 6.1. Список источников и литературы .....  | 12 |
| 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» .....  | 13 |
| 6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы .....   | 13 |
| 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....  | 13 |
| 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....                         | 14 |
| 9. Методические материалы.....   | 15 |
| 9.1. Планы семинарских занятий.....  | 15 |
| 3.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ .....  | 19 |
| Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины .....   | 20 |

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – формирование у студента системного представления о речевой коммуникации, заложить основы его становления как профессиональной языковой личности, способствовать овладению монологической, диалогической и полилогической речи и обучить основным видам речевой деятельности с учетом этических и психолингвистических аспектов общения.

**Задачи дисциплины:**

- изучить основные понятия дисциплины, иметь общее представление о роли языка и механизме речи в процессе коммуникации;
- усовершенствовать навыки слушания, говорения, аудирования и письма на родном языке;
- уяснить основные законы использования родного языка и уметь пользоваться ими в речевой коммуникативной ситуации;
- овладеть стратегиями воздействия при построении монологического, диалогического и полилогического высказываний.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

| Компетенция<br>(код и наименование)   | Индикаторы компетенций<br>(код и наименование)   | Результаты обучения   |
|---|--|---|
| УК-4<br>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | УК-4.1.<br>Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия | <p><i>Знать</i> современные тенденции использования и развития лингвистических средств коммуникации для эффективного осуществления профессиональной деятельности; для построения грамотной внутри- и внешнекорпоративной коммуникации; методы использования лингвистических средств для создания и продвижения медиапродукта; влияние невербальных средств взаимодействия на внутри- и внешнекорпоративные отношения во время осуществления профессиональной деятельности.</p> <p><i>Уметь</i> использовать языковые средства русского и иностранного языков для построения деловой профессиональной коммуникации внутри и вне корпорации; построить грамотную стратегию ведения переговоров во время создания и продвижения медиапродукта; применять языковые средства русского и иностранного языков в вербальном и невербальном вариантах для организации документационного и иного сопровождения процессов создания и продвижения медиапродуктов.</p> |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <i>Владеть</i> навыками ведения переговоров на русском и иностранном языках; навыками ведения деловой переписки на русском и иностранном языках; способностью составлять грамматически грамотные тексты в процессе создания и продвижения медиапродукта; способностью к усилению эффективности работы по созданию и продвижению медиапродукта в сфере рекламы и связей с общественностью с применением невербальных языковых средств в контексте культурной традиции региона.  |
| ОПК-1<br>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ОПК-1.2.<br>Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | <i>Знать</i> основные технологии создания востребованных в практике рекламы и связей с общественностью медиатекстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов.<br><i>Уметь</i> осуществлять под контролем руководителя организации подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов.<br><i>Владеть</i> первичными навыками создания востребованных обществом и индустрией текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов и успешного их применения. |

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Философия, История, Русский язык и культура речи, Иностранный язык, Основы теории коммуникации, Теория коммуникации, Межкультурная коммуникация, Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Кризисные коммуникации, Репутационный менеджмент, Теория и практика переговоров, PR-консалтинг.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

| Семестр | Тип учебных занятий          | Количество часов |
|---------|------------------------------|------------------|
| 5       | Лекции                       | 22               |
| 5       | Семинары/лабораторные работы | 20               |
| Всего:  |                              | 42               |

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

## 3. Содержание дисциплины

| № | Наименование раздела дисциплины  | Содержание  |
|---|--|---|
| 1 | Введение в речевую коммуникацию: базовые понятия и структура курса.  | Ознакомление студентов с понятиями «речевая коммуникация», «языковые средства», «риторика», «психологическое воздействие», «убеждение», «манипуляция», «логическая ошибка». Представление норм профессиональной компетентности в области речевых коммуникаций.  |
| 2 | История речевых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.   | История рекламы и публичных выступлений. Разбор известных кейсов коммуникационных стратегий. Техники убеждения потребителя коммуникационного продукта. Американский и английский консьюмеризм и их роль в построении современных стандартов рекламных и PR-коммуникаций.  |
| 3 | Речевые коммуникации и культурные барьеры в коммуникации. Построение коммуникационной стратегии с учетом региональных специфик | Региональные особенности речевых коммуникаций. Различия и особенности речевых коммуникаций в регионах Российской Федерации. Различия в вербальных коммуникациях в регионах Европы. Различия в вербальных коммуникациях в регионах Северной Америки. Различия в вербальных коммуникациях в регионах Южной Америки. Различия в вербальных коммуникациях в регионах Азии. Различия в вербальных коммуникациях в регионах Африки. Методы использования различий и особенностей вербальных коммуникаций в построении коммуникационной стратегии. |
| 4 | Коммуникационное поведение. Психолингвистические   | Основы ведения переговоров. Базовые техники и тактики ведения переговоров. Психологические основы ведения монолога, диалога и многосторонних коммуникаций. Лингвистические особенности речевых  |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   | стратегии построения речевых коммуникаций  | коммуникаций, отражающие психологическую основу общения. Стратегии коммуникационного поведения. Коммуникационная конфликтности и методы разрешения конфликтных речевых коммуникаций.  |
| 5 | Этические нормы речевых коммуникаций в современной медиаиндустрии  | Профессиональные этические нормы индустрии рекламы и связей с общественностью. Этические нормы и их региональные вариации. Конкретные примеры различий коммуникационной этики в стратегиях создания и распространения коммуникационных продуктов.   |
| 6 | Навыки публичного выступления и написания профессиональных текстов с использованием методов построения речевых коммуникаций с учетом различных региональных специфик | Виды и средства публичных вербальных коммуникаций. Использование языковых средств для построения коммуникационной стратегии и коммуникационного продукта. Эффективность речевой коммуникации в зависимости от использования региональных специфик. Параметр «relatability» в современной медиаиндустрии. Коммуникационный продукт как физическое закрепление вербальной коммуникационной стратегии. |

#### 4. Образовательные технологии

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

| <i>№<br/>п/п</i> | <i>Наименование раздела</i>   | <i>Виды учебной<br/>работы</i>                           | <i>Образовательные технологии</i>   |
|------------------|---|--|---|
| <i>1</i>         | <i>2</i>  | <i>3</i>   | <i>5</i>  |
| 1.               | Введение в речевую коммуникацию: базовые понятия и структура курса. | Лекция 1.<br><br>Семинар 1<br><br>Самостоятельная работа | Вводная лекция с использованием видеоматериалов<br><br>Развернутая беседа с обсуждением доклада<br><br>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты |
| 2.               | История речевых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.  | Лекция 2.<br><br>Семинар 1.<br>Самостоятельная работа    | Лекция-визуализация с применением слайд-проектора<br><br>Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций  |

|    |  |  |   |
|----|--|--|---|
| 3. | Речевые коммуникации и культурные барьеры в коммуникации. Построение коммуникационной стратегии с учетом региональных специфик                                       | Лекция 3.<br>Лекция 4.<br>Семинар 2.<br>Семинар 3.   | Дискуссия<br>Развернутая беседа<br>Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций                    |
| 4. | Коммуникационное поведение. Психолингвистические стратегии построения речевых коммуникаций   | Лекция 5.<br>Лекция 6.<br>Семинар 4.<br>Семинар 5.   | Проблемная лекция<br>Семинар-дискуссия  |
| 5. | Этические нормы речевых коммуникаций в современной медиаиндустрии  | Лекция 7.<br>Лекция 8.<br>Семинар 6.<br>Семинар 7.   | Проблемная лекция<br>Развернутая беседа<br>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты |
| 6. | Навыки публичного выступления и написания профессиональных текстов с использованием методов построения речевых коммуникаций с учетом различных региональных специфик | Лекция 9.<br>Лекция 10.<br>Семинар 8.<br>Семинар 9.<br>Семинар 10.<br>Семинар 11.<br>Семинар 12. | Проблемная лекция<br>Семинары с разбором конкретных ситуаций  |

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Текущий контроль. В процессе освоения курса текущий контроль осуществляется в различных формах, среди которых *опрос*, оценка *активности студента в ходе семинаров, презентации*. В ходе каждого *опроса* студент может получить до 5 баллов (суммарный показатель 30 баллов). В опросах оценка складывается из нескольких элементов, среди которых: а) умение раскрыть содержание предложенного на лекциях материала (0-1 балл); б) качество изложения материала, включая грамотность речи, терминологическую корректность, логичность повествования (0-1 балл); в) понимание теоретической связи раздела курса с ранее изученными дисциплинами (0-1 балл); г) способность логически мыслить (0-1 балл); д) готовность связывать концептуальные положения изучаемых политико-философских доктрин с современностью (0-1 балл).

В процессе оценки *активности на семинаре* студент также может получить до 5 баллов (суммарный показатель 10 баллов). В данном случае оценка включает следующие элементы: а) частота и регулярность реплик и комментариев студента на семинаре (0-1 балл); б) знакомство с первоисточниками (0-1 балл); в) умение логически выстраивать свои реплики (0-1 балл); г) способность вписывать проблематику текущего семинарского занятия в более широкий концептуальный контекст (0-1 балл); д) готовность обосновывать отстаиваемую позицию (0-1 балл).

При оценивании каждой *презентации* (3, 5 недели) студент может получить до 10 баллов (суммарный показатель 20 баллов). Основное значение имеют следующие факторы:

а) полностью или частично выполнено задание (0-3 балла), б) содержит ли она ошибки и неточности (0-2 балла), в) логично ли она выстроена (0-2 балла); в) обоснованы ли ее выводы (0-3 балла).

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

| 100-балльная шкала | Традиционная шкала  |            | Шкала ECTS |
|--------------------|---------------------|------------|------------|
| 95 – 100           | отлично             | зачтено    | A          |
| 83 – 94            |                     |            | B          |
| 68 – 82            | хорошо              |            | C          |
| 56 – 67            | удовлетворительно   |            | D          |
| 50 – 55            |                     |            | E          |
| 20 – 49            | неудовлетворительно | не зачтено | FX         |
| 0 – 19             |                     |            | F          |

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

| Баллы/<br>Шкала<br>ECTS | Оценка по<br>дисциплине                            | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине  |
|-------------------------|--|---|
| 100-83/<br>А,В          | «отлично»/<br>«зачтено<br>(отлично)»/<br>«зачтено» | <p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p> |
| 82-68/<br>С             | «хорошо»/<br>«зачтено<br>(хорошо)»/<br>«зачтено»   | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p>   |

| Баллы/<br>Шкала<br>ECTS | Оценка по<br>дисциплине  | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине  |
|-------------------------|--|---|
|                         |  | Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».   |
| 67-50/<br>D,E           | «удовлетвори-<br>тельно»/<br>«зачтено<br>(удовлетвори-<br>тельно)»/<br>«зачтено» | Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.<br>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.<br>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.<br>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный». |
| 49-0/<br>F,FX           | «неудовлетво-<br>рительно»/<br>не зачтено  | Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.<br>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.<br>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.<br>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.               |

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### 5.3.1. ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.

1. Речевые коммуникации в индустрии рекламы и их особенности
2. Речевые коммуникации в индустрии связей с общественностью и их особенности
3. История использования языковых средств в индустрии рекламы
4. История использования языковых средств в индустрии связей с общественностью
5. Психологическое воздействие на потребителя медиапродукта: убеждение, манипуляция и логические ошибки речевых коммуникаций

6. Профессиональные речевые коммуникации и их отличия от вербальных коммуникаций других областей
7. Консьюмеризм и развитие речевых коммуникаций в индустрии рекламы и связей с общественностью.
8. Российские региональные особенности в речевых коммуникациях.
9. Европейские региональные особенности речевых коммуникаций.
10. Вербальные коммуникации в Азии.
11. Вербальные коммуникации в Южной Америке.
12. Речевые коммуникации в рекламе и связях с общественностью в англоязычном мире.
13. Использование речевых коммуникаций в построении коммуникационной стратегии.
14. Типы и практики ведения переговоров.
15. В чем заключается психологическая составляющая речевых коммуникаций? Как это проявляется в языковых практиках собеседника и потребителя?
16. Лингвистические особенности речевых коммуникаций в индустрии рекламы и связей с общественностью.
17. Профессиональные стандарты коммуникации в индустрии рекламы и связей с общественностью (русский язык).
18. Профессиональные стандарты коммуникации в индустрии рекламы и связей с общественностью (английский язык).
19. Средства и каналы речевой коммуникации в профессиональной индустрии.
20. Особенности речевых коммуникаций и усиление воздействия на клиента посредством лингвистических манипуляций.
21. Значение и стили речевых коммуникаций в разных культурах.
22. Информационные фильтры и спираль молчания в речевых коммуникациях.
23. Стратегии коммуникационного поведения в конфликтных ситуациях.
24. Виды вербальных коммуникаций.
25. Современные параметры и качества речевых коммуникаций

### 5.3.2. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОГО ТВОРЧЕСКОГО АНАЛИТИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ:

1. Речевые коммуникации: кейс модного дома Dolce&Gabbana.
2. Речевые коммуникации: кейс Илона Маска и «Тайландское чудо».
3. Кризисы в речевых коммуникациях: как футболисты Кокорин и Мамаев упустили шанс привлечь широкую общественность на свою сторону.
4. Кризис рекламы и outrage-маркетинг: woke-бренды и негативный маркетинг как коммуникационная стратегия.
5. Fyre Festival как кейс самой успешной рекламной кампании XXI в.
6. FACEBOOK, Instagram, YouTube: платформы продвижения рекламы и связей с общественностью или враг грамотной коммуникационной стратегии?
7. Продукт или потребитель: роль зрителя и потребителя в современных речевых коммуникациях
8. Роль языковых систем в современных речевых коммуникациях в индустрии рекламы и связей с общественностью.
9. Возможна ли речевая коммуникация без учета культурного контекста?
10. Речевые коммуникации и перспективы их развития в современной медиаиндустрии.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Список источников и литературы

#### *Источники:*

##### *Основные:*

1. Всеобщая декларация прав человека" (принята Генеральной Ассамблеей ООН 10.12.1948) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_120805/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120805/), свободный
2. Всемирная конференция по правам человека. Венская декларация и программа действий (Принята в Вене в июне 1993 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/viendec93.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/viendec93.shtml), свободный.
3. Декларация о ликвидации всех форм нетерпимости и дискриминации на основе религии или убеждения (Принята Генеральной Ассамблеей ООН 25 ноября 1981 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/relintol.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/relintol.shtml), свободный.
4. Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/), свободный.
5. US SEC vs William Z. McFarland [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sec.gov/litigation/complaints/2018/comp-pr2018-141.pdf>, свободный

#### *Литература:*

##### *Основная:*

1. Войтик, Н. В. Речевая коммуникация: учебное пособие для вузов / Н. В. Войтик. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 125 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09922-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491925>
2. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Инфра-М, 2022. — 286 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/19927. - ISBN 978-5-16-012074-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854584>
3. Кривоко́ра, Е. И. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.И. Кривоко́ра. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407>

##### *Дополнительная*

1. Культура речи и деловое общение: учебник и практикум для вузов / В. В. Химик [и др.]; ответственные редакторы В. В. Химик, Л. Б. Волкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 308 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00358-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489529>
2. Бернадская, Ю. С. Вернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю.С. Вернадская.

- М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 288 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01382-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028768>
3. Кузнецов, П.А. Политическая реклама. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П.А. Кузнецов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с. - ISBN 978-5-238-01830-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028537>
  4. Музыкант, В. Л. Реклама: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2019. - 208 с.: - (Высшее образование: Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-00780-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002350>
  5. Ученова, В. В. Учёнова, В.В. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа? учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика» и «Реклама» / В.В. Учёнова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 248с: цв. ил. - ISBN 978-5-238-01326-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028573>
  6. Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы : учеб.пособие / Шишова Н.В., Подопригора А.С., Акулич Т.В. - М. : НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 299 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004794-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002476>

*Дополнительная:*

## **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
 Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)  
 Cambridge University Press  
 ProQuest Dissertation & Theses Global  
 SAGE Journals  
 Taylor and Francis  
 JSTOR

## **6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>  
 Информационные справочные системы:  
 Консультант Плюс  
 Гарант

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Состав программного обеспечения:  
 Windows  
 Microsoft Office  
 Kaspersky Endpoint Security  
 Adobe Master Collection  
 AutoCAD  
 Archicad  
 SPSS Statistics  
 ОС «Альт Образование»  
 Visual Studio  
 Adobe Creative Cloud

Профессиональные полнотекстовые базы данных:  
 Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
 Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)  
 Cambridge University Press  
 ProQuest Dissertation & Theses Global  
 SAGE Journals  
 Taylor and Francis  
 JSTOR

Информационные справочные системы:  
 Консультант Плюс  
 Гарант

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными

особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1. Планы семинарских занятий

Семинар 1. Введение в речевую коммуникацию: базовые понятия и структура курса. История речевых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью. (2 часа).

Понятия «Речевая коммуникация», «языковые средства», «риторика», «психологическое воздействие», «убеждение», «манипуляция», «логическая ошибка». Представление норм профессиональной компетентности в области речевых коммуникаций.

История рекламы и публичных выступлений. Разбор известных кейсов коммуникационных стратегий. Техники убеждения потребителя коммуникационного продукта. Американский и английский консьюмеризм и их роль в построении современных стандартов рекламных и PR-коммуникаций.

Вопросы к семинару:

1. Что такое речевая коммуникация? Как она осуществляется? Что такое языковые средства?

2. Как речевые коммуникации используются в индустрии рекламы и связей с общественностью?
3. Задачи речевых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.
4. Что такое консьюмеризм? Как индустрия рекламы повлияла на языковые средства повседневности?
5. Современные стандарты профессиональной коммуникации.

#### **Список источников и литературы:**

##### **Источники:**

1. Всеобщая декларация прав человека" (принята Генеральной Ассамблеей ООН 10.12.1948) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_120805/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120805/), свободный
2. Всемирная конференция по правам человека. Венская декларация и программа действий (Принята в Вене в июне 1993 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/viendec93.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/viendec93.shtml), свободный.
3. Декларация о ликвидации всех форм нетерпимости и дискриминации на основе религии или убеждения (Принята Генеральной Ассамблеей ООН 25 ноября 1981 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/relintol.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/relintol.shtml), свободный.
4. Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/), свободный.

##### *Литература:*

1. Войтик, Н. В. Речевая коммуникация: учебное пособие для вузов / Н. В. Войтик. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 125 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09922-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491925>
2. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Инфра-М, 2022. — 286 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/19927. - ISBN 978-5-16-012074-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854584>
3. Кривокора, Е. И. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.И. Кривокора. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407>

#### **Семинар 2. Речевые коммуникации и культурные барьеры в коммуникации.**

Построение Региональные особенности речевых коммуникаций. Различия и особенности речевых коммуникаций в регионах Российской Федерации. Различия в вербальных коммуникациях в регионах Европы. Различия в вербальных коммуникациях в регионах Северной Америки. Различия в вербальных коммуникациях в регионах Южной Америки. Различия в вербальных коммуникациях в регионах Азии. Различия в вербальных коммуникациях в регионах Африки.

Методы использования различий и особенностей вербальных коммуникаций в построении коммуникационной стратегии.

##### **Вопросы к семинару:**

1. Сходства и различия в региональных речевых коммуникациях. Можно ли построить коммуникационную стратегию без их учета?
2. Какую роль играют речевые коммуникации в конкретной культуре? Как культура отражается в региональных речевых коммуникациях?

3. Проблема культурных, этнических и религиозных конфликтах в речевой коммуникации. Как построить коммуникационную стратегию в условиях конфликта?

*Литература:*

1. Войтик, Н. В. Речевая коммуникация: учебное пособие для вузов / Н. В. Войтик. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 125 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09922-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491925>
2. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Инфра-М, 2022. — 286 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/19927. - ISBN 978-5-16-012074-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854584>
3. Кривокора, Е. И. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.И. Кривокора. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407>

**Семинар 3. Коммуникационное поведение. Психолингвистические стратегии построения речевых коммуникаций. (4 часа).**

Основы ведения переговоров. Базовые техники и тактики ведения переговоров. Психологические основы ведения монолога, диалога и многосторонних коммуникаций. Лингвистические особенности речевых коммуникаций, отражающие психологическую основу общения. Стратегии коммуникационного поведения. Коммуникационная конфликтности и методы разрешения конфликтных речевых коммуникаций.

Вопросы к семинару:

1. Что такое переговоры? Как грамотно строится тактика ведения переговоров?
2. Психология поведения и речевые особенности человека. «Чтение» психологического портрета собеседника в процессе ведения переговоров.
3. Лингвистические особенности (индивидуальные и групповые). Использование позитивных и негативных лингвистических особенностей.
4. Коммуникационное поведение и речевые коммуникации: методы решения конфликтных ситуаций.

**Список литературы:**

*Литература:*

1. Войтик, Н. В. Речевая коммуникация: учебное пособие для вузов / Н. В. Войтик. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 125 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09922-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491925>
2. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Инфра-М, 2022. — 286 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/19927. - ISBN 978-5-16-012074-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854584>
3. Кривокора, Е. И. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.И. Кривокора. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407>

**Семинар 4. Этические нормы речевых коммуникаций в современной медиаиндустрии (4 часа).**

Профессиональные этические нормы индустрии рекламы и связей с общественностью. Этические нормы и их региональные вариации. Конкретные примеры

различий коммуникационной этики в стратегиях создания и распространения коммуникационных продуктов.

Вопросы к семинару:

1. Примеры этических и неэтичных речевых коммуникаций в индустрии рекламы и связей с общественностью.

2. В чем разница между корпоративной, индустриальной и общей этикой?

3. Профессиональная этика в индустрии рекламы и связей с общественностью.

Изменения в профессиональной этике. Перспективы развития профессиональной этики индустрии.

*Литература:*

1. Войтик, Н. В. Речевая коммуникация: учебное пособие для вузов / Н. В. Войтик. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 125 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09922-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491925>
2. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Инфра-М, 2022. — 286 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/19927. - ISBN 978-5-16-012074-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854584>
3. Кривокора, Е. И. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.И. Кривокора. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407>

**Семинар 5. Навыки публичного выступления и написания профессиональных текстов с использованием методов построения речевых коммуникаций с учетом различных региональных специфик (8 часов).**

Виды и средства публичных вербальных коммуникаций. Использование языковых средств для построения коммуникационной стратегии и коммуникационного продукта. Эффективность речевой коммуникации в зависимости от использования региональных специфик. Параметр «relatability» в современной медиаиндустрии. Коммуникационный продукт как физическое закрепление вербальной коммуникационной стратегии.

Вопросы к семинару:

1. В чем различия между рассмотренными видами публичных речевых коммуникаций?

2. Что такое «relatability» и как этот параметр используется в современной медиаиндустрии?

3. Что такое «authenticity» и как этот параметр влияет на восприятие речевых коммуникаций?

Итоговое задание курса.

*Задание 1.* Составить и защитить проект речевой коммуникации в форме презентации рекламного продукта. Студентам предлагается выбрать уже существующий в природе продукт или придумать собственный. На основе выбранного продукта они должны составить стратегию речевой коммуникации и исполнить ее перед однокурсниками с попыткой убедить слушателей в необходимости приобретения или дальнейшего ознакомления с продуктом.

*Задание 2.* Составить и защитить интересы клиента при помощи средств связей с общественностью. Студентам предлагается придумать конфликтную ситуацию вокруг предполагаемого клиента или продукта. На основе выбранной ситуации студентам понадобится составить план речевой коммуникации с общественностью (однокурсниками) с целью улучшить восприятие их клиента или продукта.

*Литература:*

1. Войтик, Н. В. Речевая коммуникация: учебное пособие для вузов / Н. В. Войтик. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 125 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09922-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491925>
2. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Инфра-М, 2022. — 286 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/19927. - ISBN 978-5-16-012074-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854584>
3. Кривокора, Е. И. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.И. Кривокора. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407>

**3.2.Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

Письменные работы по курсу (контрольная работа, доклад) должны быть выполнены на листах белой бумаги формата А4. Поля - сверху, снизу и справа 2,5 см; слева - 3 см. Шрифт рекомендуется использовать стандартный (гарнитура Times New Roman), кегль 12, интервал одинарный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц проставляются внизу посередине, за исключением первого титульного листа. Сноски оформляются с помощью предусмотренной программой Word функции «Сноски внизу страницы». Каждый раздел работы предлагается начинать с новой страницы. Названия разделов выделяются жирным шрифтом и выравниваются по центру. Ссылки на источники оформляются в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5 – 2008.

В ходе выставления оценок учитываются:

- объем предпринятой студентом работы;
- содержание и стиль изложения;
- наличие и качество справочно-библиографического аппарата;
- умение студента анализировать прочитанное и сравнивать различные точки зрения на проблему;
- оформление материала.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой культуры мира и демократии.

Цель дисциплины – формирование у студента системного представления о речевой коммуникации, заложить основы его становления как профессиональной языковой личности, способствовать овладению монологической, диалогической и полилогической речи и обучить основным видам речевой деятельности с учетом этических и психолингвистических аспектов общения.

Задачи дисциплины:

- изучить основные понятия дисциплины, иметь общее представление о роли языка и механизме речи в процессе коммуникации;
- усовершенствовать навыки слушания, говорения, аудирования и письма на родном языке;
- уяснить основные законы использования родного языка и уметь пользоваться ими в речевой коммуникативной ситуации;
- овладеть стратегиями воздействия при построении монологического, диалогического и полилогического высказываний.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
  - ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
- В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* особенности создания медиатекстов, ориентированных на ту или иную форму речевого общения; принципы и правила подготовки медиатекстов разной жанрово-стилевой ориентации в устной и письменной форме; особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации.

*Уметь:* выбирать стилистически и жанрово верный словесный вариант медиатекстов; создавать и редактировать тексты разной жанрово-стилевой ориентации в устной и письменной форме; создавать и редактировать тексты разной жанрово-стилевой ориентации в устной и письменной форме с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

*Владеть:* навыком составления текстов различных жанров с опорой на знания отличительных особенностей текстов речевой коммуникации в медиапространстве; навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в профессиональной коммуникации с учетом изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем; навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, соответствующих разных типов СМИ и других медиа.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.