

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета _____ / Акопян А.В. /

25 ноября 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Речевое воздействие в профессиональной коммуникации»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 4 года и 11 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2023

Автор программы _____ Е.С. Шушарина

Заведующий кафедрой
Связи с общественностью _____ Н.Н. Скрипникова

Руководитель ОПОП _____ Н.Н. Скрипникова

Воронеж 2022

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины

Целью курса является формирование коммуникативной культуры; овладение культурой общения и средствами речевого воздействия как важнейшим инструментом профессиональной деятельности.

1.2. Задачи освоения дисциплины

- знакомство с теоретическими основами современной науки о речевом воздействии (видами общения, его функциями, условиями эффективного речевого общения, вербальным и невербальным речевым воздействием, ролевым поведением, имиджем, законами общения и коммуникативными барьерами);
- обучение эффективному речевому воздействию;
- овладение принципами бесконфликтного общения;
- подготовка к созданию профессионально значимых в контексте речевого воздействия выступлений;
- овладение основными правилами речевого воздействия в профессиональной коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Речевое воздействие в профессиональной коммуникации» относится к дисциплинам обязательной части блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Речевое воздействие в профессиональной коммуникации» направлен на формирование следующих 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

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
УК-4	знать различия между языком и речью; функции языка как средства формирования и трансляции мысли; тенденции развития современного русского языка, функциональные стили и жанры; выразительные средства языка для свободного владения русским языком и культурой речи; правила и нормы

	<p>современного русского литературного языка</p> <p>уметь строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами; анализировать речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в устной и письменной речи; профессионально и аргументированно излагать в устной и письменной форме гражданскую позицию и творческие идеи, создавать и редактировать профессиональные тексты, применять полученные теоретические знания на практике; общаться, вести диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации</p> <p>владеть культурой мышления, свободно владеть деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи в коммуникационной сфере; лингвистической терминологией; нормами устной и письменной литературной речи; навыками правильного использования терминологии в учебно-профессиональной и официально-деловой сферах общения</p>
ОПК-1	<p>знать основные методы и подходы к производству и технологии написания медиатекстов</p> <p>уметь анализировать современные рекламные и PR-тексты на всех языковых уровнях; интерпретировать приёмы воздействия на различных языковых уровнях; оценивать речевое и социально-психологическое воздействие рекламы и PR, их коммуникативную эффективность.</p> <p>владеть базовыми навыками разработки концепций и создания медиатекстов, навыками редактирования рекламных и PR-текстов с целью увеличения их воздействующего потенциала</p>

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Речевое воздействие в профессиональной коммуникации» составляет 3 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	54	54
В том числе:		
Лекции	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	36
Самостоятельная работа	54	54

Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость академические часы	108	108
з.е.	3	3

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	8	8
В том числе:		
Лекции	4	4
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Самостоятельная работа	96	96
Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость академические часы	108	108
з.е.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Общение в современном обществе. Речевое воздействие как наука.	Общение как специфическая форма взаимодействия живых существ в процессе их познавательной-трудовой деятельности. Речевое общение и речевое воздействие. Предмет и задачи науки о речевом воздействии. Соотношение со смежными понятиями. Истоки теории речевого воздействия. Риторические каноны и их современная интерпретация в аспекте речевого воздействия.	4	6	8	18
2	Понятие речевого воздействия.	Речевое воздействие как цель общения. Способы речевого воздействия на личность. Факторы	4	6	8	18

		речевого воздействия. Понятие эффективного общения, его слагаемые. Речевое воздействие и манипуляция. Коммуникативные барьеры. Аспекты речевого воздействия. Понятие коммуникативной позиции говорящего. Речевое воздействие в сфере рекламы и PR.				
3	Коммуникативные стратегии и тактики.	Предпосылки выделения понятий речевой стратегии и тактики (коммуникативные, когнитивные, социологические, психологические, лингвистические, риторические, эстетические). Стратегия как способ прогнозирования. Речевые маркеры коммуникативных стратегий. Проблемы планирования диалога. Контроль в речевом общении (коммуникативный мониторинг).	4	6	8	18
4	Законы и принципы общения.	Законы, правила и принципы общения. Основные законы общения. Принципы бесконфликтного общения.	2	6	10	18
5	Фонетические и лексические ресурсы речевого воздействия.	Орфоэпические нормы русского языка и их намеренное нарушение. Акцент и интонация как средства привлечения внимания. Игра на созвучиях, рифмах и ритме. Семантическая структура слова. Коннотативные элементы лексического значения. Многозначность лексической единицы и её семантическое и ассоциативное поле. Языковая игра, основанная на многозначности, омонимии и паронимии. Антонимические противопоставления в аспекте речевого воздействия. Использование ресурсов фразеологии. Средства и способы речевого воздействия в рекламе.	2	6	10	18
6	Приемы актуализации грамматических значений.	Роль грамматических средств в экспрессивно-прагматическом потенциале высказывания. «Обновление» грамматической формы. Грамматические контрасты. Видовые и залоговые значения как ресурс воздействия. Окказиональные формы имён прилагательных. Словообразовательная игра.	2	6	10	18

Итого	18	36	54	108
--------------	-----------	-----------	-----------	------------

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Общение в современном обществе. Речевое воздействие как наука.	Общение как специфическая форма взаимодействия живых существ в процессе их познавательно-трудовой деятельности. Речевое общение и речевое воздействие. Предмет и задачи науки о речевом воздействии. Соотношение со смежными понятиями. Истоки теории речевого воздействия. Риторические каноны и их современная интерпретация в аспекте речевого воздействия.	-	-	16	18
2	Понятие речевого воздействия.	Речевое воздействие как цель общения. Способы речевого воздействия на личность. Факторы речевого воздействия. Понятие эффективного общения, его слагаемые. Речевое воздействие и манипуляция. Коммуникативные барьеры. Аспекты речевого воздействия. Понятие коммуникативной позиции говорящего. Речевое воздействие в сфере рекламы и PR.	2	-	16	18
3	Коммуникативные стратегии и тактики.	Предпосылки выделения понятий речевой стратегии и тактики (коммуникативные, когнитивные, социологические, психологические, лингвистические, риторические, эстетические). Стратегия как способ прогнозирования. Речевые маркеры коммуникативных стратегий. Проблемы планирования диалога. Контроль в речевом общении (коммуникативный мониторинг).	2	-	16	16
4	Законы и принципы общения.	Законы, правила и принципы общения. Основные законы общения. Принципы бесконфликтного общения.	-	2	16	16
5	Фонетические и лексические ресурсы речевого воздействия.	Орфоэпические нормы русского языка и их намеренное нарушение. Акцент и интонация как средства привлечения внимания. Игра на созвучиях, рифмах и ритме. Семантическая структура слова. Коннотативные элементы лексического значения. Многозначность лексической единицы и её семантическое и ассоциативное поле. Языковая игра, основанная на	-	2	16	18

		многозначности, омонимии и паронимии. Антонимические противопоставления в аспекте речевого воздействия. Использование ресурсов фразеологии. Средства и способы речевого воздействия в рекламе.				
6	Приемы актуализации грамматических значений	Роль грамматических средств в экспрессивно-прагматическом потенциале высказывания. «Обновление» грамматической формы. Грамматические контрасты. Видовые и залоговые значения как ресурс воздействия. Окказиональные формы имён прилагательных. Словообразовательная игра.	-	-	16	18
Итого			4	4	96	104

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает выполнение курсового проекта (работы) или контрольной работы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
УК-4	знать различия между языком и речью; функции языка как средства формирования и трансляции мысли; тенденции развития современного русского	Студент знает различия между языком и речью; функции языка как средства формирования и трансляции мысли; тенденции развития современного русского	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	<p>языка, функциональные стили и жанры; выразительные средства языка для свободного владения русским языком и культурой речи; правила и нормы современного русского литературного языка</p>	<p>языка, функциональные стили и жанры; выразительные средства языка для свободного владения русским языком и культурой речи; правила и нормы современного русского литературного языка</p>		
	<p>уметь строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами; анализировать речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в устной и письменной речи; профессионально и аргументированно излагать в устной и письменной форме гражданскую позицию и творческие идеи, создавать и редактировать профессиональные тексты, применять полученные теоретические знания на практике; общаться, вести диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации</p>	<p>студент умеет строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами; анализировать речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в устной и письменной речи; профессионально и аргументированно излагать в устной и письменной форме гражданскую позицию и творческие идеи, создавать и редактировать профессиональные тексты, применять полученные теоретические знания на практике; общаться, вести диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации</p>	<p>Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах</p>	<p>Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах</p>
	<p>владеть культурой мышления, свободно владеть деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи в коммуникационной сфере; лингвистической терминологией; нормами устной и письменной литературной речи; навыками правильного использования</p>	<p>студент владеет культурой мышления, свободно владеть деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи в коммуникационной сфере; лингвистической терминологией; нормами устной и письменной литературной речи; навыками правильного использования</p>	<p>Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах</p>	<p>Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах</p>

	терминологии в учебно-профессиональной и официально-деловой сферах общения	терминологии в учебно-профессиональной и официально-деловой сферах общения		
ОПК-1	знать основные методы и подходы к производству и технологии написания медиатекстов	студент знает основные методы и подходы к производству и технологии написания медиатекстов	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	уметь анализировать современные рекламные и PR-тексты на всех языковых уровнях; интерпретировать приёмы воздействия на различных языковых уровнях; оценивать речевое и социально-психологическое воздействие рекламы и PR, их коммуникативную эффективность.	студент умеет анализировать современные рекламные и PR-тексты на всех языковых уровнях; интерпретировать приёмы воздействия на различных языковых уровнях; оценивать речевое и социально-психологическое воздействие рекламы и PR, их коммуникативную эффективность.	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	владеть базовыми навыками разработки концепций и создания медиатекстов, навыками редактирования рекламных и PR-текстов с целью увеличения их воздействующего потенциала	студент владеет базовыми навыками разработки концепций и создания медиатекстов, навыками редактирования рекламных и PR-текстов с целью увеличения их воздействующего потенциала	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 2 семестре для очной формы обучения, 2 семестре для заочной формы обучения по двухбалльной системе:

«зачтено»

«не зачтено»

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Зачтено	Не зачтено
УК-4	знать различия между языком и речью; функции языка как средства формирования и трансляции мысли; тенденции развития современного русского языка, функциональные стили и жанры;	Тест	Выполнение теста на 70-100%	Выполнение менее 70%

<p>выразительные средства языка для свободного владения русским языком и культурой речи; правила и нормы современного русского литературного языка</p>			
<p>уметь строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами; анализировать речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в устной и письменной речи; профессионально и аргументированно излагать в устной и письменной форме гражданскую позицию и творческие идеи, создавать и редактировать профессиональные тексты, применять полученные теоретические знания на практике; общаться, вести диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации</p>	<p>Решение стандартных практических задач</p>	<p>Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач</p>	<p>Задачи не решены</p>
<p>владеть культурой мышления, свободно владеть деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи в коммуникационной сфере; лингвистической терминологией; нормами устной и письменной литературной речи; навыками правильного использования терминологии в учебно-профессионально</p>	<p>Решение прикладных задач в конкретной предметной области</p>	<p>Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач</p>	<p>Задачи не решены</p>

	й и официально-деловой сферах общения)			
ОПК-1	знать основные методы и подходы к производству и технологии написания медиатекстов	Тест	Выполнение теста на 70-100%	Выполнение менее 70%
	уметь анализировать современные рекламные и PR-тексты на всех языковых уровнях; интерпретировать приёмы воздействия на различных языковых уровнях; оценивать речевое и социально-психологическое воздействие рекламы и PR, их коммуникативную эффективность.	Решение стандартных практических задач	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	владеть базовыми навыками разработки концепций и создания медиатекстов, навыками редактирования рекламных и PR-текстов с целью увеличения их воздействующего потенциала	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Речевое воздействие - это:

- а) Совокупность речей известных людей
- б) Воздействие на человека при помощи речи и невербальных средств.
- в) Наука об эффективной речи
- г) Наука о речевом устройстве социума

2. К экстралингвистическим факторам общения относится

- а) способность говорящего варьировать способ языкового представления
- б) знание формул и правил речевого этикета
- в) условия (обстоятельства) общения
- г) коммуникативная заинтересованность

3. Речевое воздействие есть проявление _____ функции

языка

- 1) эстетической
- 2) фатической
- 3) метаязыковой
- 4) регулятивной

4. Тот, кто осуществляет воздействие на собеседника при помощи речи, называется

- 1) адресатом
- 2) субъектом речевого воздействия
- 3) объектом речевого воздействия
- 4) реципиентом

5. Деятельностный подход к речевому воздействию проявляется в том, что

- 1) не учитываются экстралингвистические факторы
- 2) рассматривается этимология слов и выражений
- 3) не учитываются мотивы и намерения говорящих
- 4) речь оценивается с точки зрения достижения говорящим коммуникативной цели

6. «Власть языка» означает, что

- 1) в речи всегда реализуются чьи-то интересы, чья-то точка зрения
- 2) при помощи языка все люди одинаково отражают действительность
- 3) человек не может точно выразить то, что хочет сказать
- 4) язык не зависит от носителей языка

7. Семиотические предпосылки речевого воздействия проявляются в

- 1) симметрии языкового знака
- 2) неоднородности плана содержания языковых знаков
- 3) том, что различные социальные группы имеют «свой язык»

8. Речевое воздействие осуществляется

- 1) только в рекламе, политике и пропаганде
- 2) только в ораторской речи
- 3) в ситуациях публичного и межличностного общения, когда необходимо кого-то убедить в чем-либо
- 4) в любом речевом акте

9. Модель коммуникации не включает следующий компонент:

- 1) говорящий
- 2) слушающий
- 3) концепт
- 4) код
- 5) сообщение

б) канал связи

10. Смыслы, которые не выражены словесно, называются

- 1) имплицитными
- 2) вербализованными
- 3) эксплицитными
- 4) риторическими
- 5) когнитивными

11. Не выраженные словесно логические предпосылки высказывания называются

- 1) намеками
- 2) пресуппозициями
- 3) суждениями
- 4) следствиями

12. В рекламном слогане «Наконец(то у нас есть надежный автомобиль!» используется прием

- 1) стилистического контраста
- 2) языковой игры
- 3) аргументации в пресуппозиции
- 4) аргументации «к авторитету»

13. В рекламе брачного агентства «Вы больше не одиноки!» используется прием

- 1) апелляции к символам Добра и Зла
- 2) манипуляция с уровнем абстракции
- 3) «наглой аналогии»
- 4) опровержения скрытого тезиса

14. В рекламном слогане «Храните деньги в банке. Не в стеклянной» речевое воздействие основано на

- 1) многозначности
- 2) омонимии
- 3) паронимии
- 4) использовании фразеологизмов

16. Экспрессивно-эмоциональный компонент является ядром лексического значения в слове:

- 1) националист
- 2) трус
- 3) мерзавец
- 4) клеветник
- 5) подруга

17. Определите, какой прием лежит в основе речевого воздействия в высказывании:

«Люди устали от реформ. Давайте будем называть это изменениями к лучшему»

- 1) манипуляция с уровнем абстракции
- 2) использование омонимии
- 3) стилистический контраст
- 4) актуализация грамматического значения

18. Определите, какие языковые средства использованы в разговорной речи для выражения экспрессии.

Продавщица была какая-то мегероватая.

- 1) словообразовательные аффиксы (словообразовательная игра)
- 2) употребление относительного прилагательного в значении качественного.
- 3) грамматическая категория рода.
- 4) слово с расплывчатым денотативным значением.

19. Определите, какие языковые средства использованы в целях экспрессии в предложенных ниже фрагментах текстов.

Президент говорит: «Не беспокойтесь, вас не уволят». Но мы уволимся. Это разные вещи.

- 1) грамматическое значение множественного числа
- 2) значения словообразовательных аффиксов
- 3) грамматическая категория вида
- 4) грамматическая категория залога

20. Определите, какие языковые средства использованы в целях языковой игры в предложенном ниже фрагменте текста.

В связи с наступлением 8 марта мужская часть администрации «Клуба ДС» постановляет: поздравить а) поэтесс, б) прозаеесс, в) критикесс, г) очеркесс, д) переводесс, ж) фельетонесс, з) сатирикесс и вообще всех женщин.

- 1) грамматическая категория залога
- 2) значения словообразовательных аффиксов
- 3) переход относительных прилагательных в качественные.
- 4) грамматическая категория числа

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

1. Кто из ученых внес вклад в разработку теории речевого воздействия?
2. Каковы тенденции современного речевого общения?
3. Какие барьеры общения могут возникнуть?
4. Какие невербальные средства общения вы знаете?
5. Раскройте одну из технологий управления межличностными конфликтами.

6. Назовите основные законы общения.
7. Какие правила эффективного общения вы знаете?
8. Расскажите об одном из перечисленных понятий, не называя его. Все ли слушающие определяют, о чем шла речь? (коммуникация, воздействие, имидж, толерантность).
9. Какие виды общения выделяются по цели? по степени официальности? по тематике?
10. Составьте языковой паспорт одного из политиков.
11. Охарактеризуйте невербальное поведение одного из общественных деятелей.
12. Продемонстрируйте разные способы речевого воздействия применительно к конкретной учебной ситуации: воздействие с целью формирования мотивации к учению.
13. Приведите три стратегии защиты от манипулятора в диалогах.

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

1. Использование приемов речевого воздействия в рекламе.
2. Средства и способы речевого воздействия в рекламе.
3. Грамматические формы наклонения и времени как средство суггестии (на материале анализа рекламных текстов).
4. Использование лексем сравнительной и превосходной степени в рекламе.
5. Вам предстоит выступить: а) на встрече выпускников в школе; б) на юбилее свекрови (тещи, свекра, тестя). Подготовьте 2 варианта речи в одной и той же ситуации, по-разному развернув тему.
6. Приведите примеры «дифференцирующей стратегии» продвижения реальных товаров и услуг и придумайте свои примеры – потенциальных товаров?
7. Возьмите в качестве объекта исследования текст упаковки пищевых товаров (шоколада, йогурта, полуфабрикатов и т.п.). Какие типы стратегий вы можете продемонстрировать?
8. Приведите примеры рекламных текстов, афоризмов или анекдотов, где комический эффект обусловлен многозначностью, использованием омонимов либо паронимов.
9. Придумайте «обновленные» (трансформированные) фразеологизмы, которые можно было бы использовать в рекламных сообщениях.
10. Придумайте рекламу с использованием фразеологизмов (не меняя их структуры) для следующих товаров и услуг: а) одежды; б) косметики; в) медицинских услуг; д) предприятия общественного питания. Можете воспользоваться сборниками афоризмов, «Пословицами русского народа» В. Даля или фразеологическим словарем.
11. Придумайте рекламные слоганы для товаров и услуг, используя модели со степенями сравнения относительных прилагательных.
12. Какие ресурсы грамматики используются в создании следующих текстов?
13. Приведите примеры рекламы, где используются приемы

рифмованного повтора. Позволяют ли они запомнить марку рекламируемого товара?

14. Придумайте рифмованную рекламу для 1) одного из телеканалов; 2) какой-либо марки сока, минеральной воды; 3) марки автомобиля; 4) развлекательного клуба.

15. Покажите, что метафоры способны «творить новую реальность», использоваться в целях социального управления. К примеру, метафорическая интерпретация возможна для таких явлений, как наркомания, алкоголизм, борьба с абортами. Придумайте образцы социальной рекламы.

16. Придумайте рекламные тексты, основанные на метонимических переносах.

17. Определите, какой прием лежит в основе слогана: «Тойота. Управляй мечтой». Выберите 3–4 вида товаров, определите, какие потребности они удовлетворяют (или с какими потребностями идентифицируются), какими словами эти потребности могут быть обозначены, и постройте свои рекламные слоганы по аналогичной модели. Охарактеризуйте виды переносов, лежащие в их основе.

18. Найдите примеры метафор и метонимических переносов в рекламе.

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Речевое воздействие как наука. Цель и задачи дисциплины.
2. Виды и функции общения.
3. Факторы речевого воздействия.
4. Вербальное и невербальное речевое воздействие.
5. Классификация невербальных знаков. Национальные особенности невербальной коммуникации.
6. Физиогномика.
7. Понятие о речевом поведении. Коммуникативные роли. Виды ролей. Коммуникативные позиции участников общения.
8. Понятие имиджа и стиля. Внешний имидж. Поведенческий имидж.
9. Коммуникативный имидж.
10. Законы общения (концепция И.А. Стернина).
11. Принципы бесконфликтного общения. Принцип терпимости к собеседнику. Принцип благоприятной самоподачи. Принцип позитива.
12. Пути преодоления конфликтов в профессиональной деятельности.
13. Коммуникативные барьеры и неудачи. Виды коммуникативных барьеров (социальные, ролевые, психологические, когнитивные).
14. Коммуникативный идеал и речевое воздействие. Языковой паспорт говорящего. Признаки идеального собеседника.
15. Фактор адресата в речевом воздействии. Роль фактора адресата в общении. Виды адресатов.
16. Особенности общения с мужчинами и женщинами.
17. Общение со старшим поколением.
18. Условия эффективного речевого воздействия. Понятие коммуникативной грамотности. Коммуникативное равновесие.

19. Способы речевого воздействия (доказывание, убеждение, уговаривание, клянченье, внушение, приказ, просьба, принуждение).

20. Фонетические ресурсы речевого воздействия.

21. Лексические ресурсы речевого воздействия.

22. Приемы актуализации грамматических значений. Роль грамматических средств в экспрессивно-прагматическом потенциале высказывания.

23. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации.

24. Тенденции развития современного общения.

25. Особенности современных СМИ. Коммуникативные тактики и стратегии в СМИ.

26. Средства и способы речевого воздействия в рекламе.

27. Средства и способы речевого воздействия, в радио- и тележурналистике.

7.2.5 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Не предусмотрено учебным планом

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Форма проведения зачёта – устная (беседа по изученным темам). На подготовку ответа студенту дается не более 40 минут. Сдача зачёта представляет собой устный ответ на вопрос, содержащийся в билете.

Для получения оценки «зачтено» необходимо продемонстрировать не только знание содержания лекций, но и знакомство со специальной литературой. В ходе ответа нужно приводить примеры. Примеры должны быть подобраны самостоятельно (а не взяты из лекции).

Оценка «незачтено» ставится, если студент не владеет теоретическим материалом и не демонстрирует удовлетворительного знакомства с литературой. Продолжительность ответа должна составлять примерно 20 минут.

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Общение в современном обществе. Речевое воздействие как наука.	УК-4, ОПК-1	Тест, опрос.
2	Понятие речевого воздействия.	УК-4, ОПК-1	Тест, опрос.
3	Коммуникативные стратегии и тактики.	УК-4, ОПК-1	Тест, опрос.
4	Законы и принципы общения.	УК-4, ОПК-1	Тест, опрос.
5	Фонетические и лексические ресурсы речевого воздействия.	УК-4, ОПК-1	Тест, опрос.
6	Приемы актуализации грамматических значений.	УК-4, ОПК-1	Тест, опрос.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется в виде устного опроса или письменной контрольной работы. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется в виде устного опроса или письменной контрольной работы. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

8. УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Иссерс, О. С. Речевое воздействие : учебное пособие / О.С. Иссерс. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательство «Флинта», 2016. - 224 с. : ил. - Библиогр.: с. 197-204. - ISBN 978-5-9765-0766-1. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83443>

2. Стернин, И. А. Основы речевого воздействия : учебное пособие / И.А. Стернин. - 3-е изд., стер. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 289 с. - ISBN 978-5-4475-5732-4. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375253>

3. Гринева, М. С. Коммуникативный кодекс речевого общения [Электронный ресурс] : Учебное пособие / М. С. Гринева. - Саратов : Вузовское образование, 2018. - 65 с. - ISBN 978-5-4487-0234-1. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/74964.html>

4. 78-2020 Организация контактной работы преподавателей и студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2020. - 12 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова. Методические рекомендации по контактной работе.pdf.

5. 76-2020 Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2020. - 24 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова Метод. рек. по самост. работе студ..pdf.

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Лицензионное программное обеспечение

- MicrosoftOfficeWord 2013/2007
- Microsoft Office Excel 2013/2007
- Microsoft Office Power Point 2013/2007
- Acrobat Professional 11.0 MLP
- ABBYYFineReader 9.0
- Photoshop Extended CS6 13.0 MLP
- CorelDRAW Graphics Suite X6

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<http://www.edu.ru/>

Образовательный портал ВГТУ

Блог о контент маркетинге - <https://texterra.ru>

Журнал о маркетинге – www.4p.ru

Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе - www.sostav.ru

Информационные справочные системы

<http://window.edu.ru>

<https://wiki.cchgeu.ru/>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик. Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное, компьютер (Операционная система Windows; Пакет настольных приложений MSOffice: MSWord, MSExcel, MSPowerPoint7; КонсультантПлюс (электронное периодическое издание справочная правовая система).

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ»

По дисциплине «Речевое воздействие в профессиональной коммуникации» читаются лекции, проводятся практические занятия.

Основой изучения дисциплины «Речевое воздействие в профессиональной коммуникации» являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

Практические занятия направлены на приобретение практических навыков речевого воздействия в устной или письменной коммуникации. Практические занятия предполагают изучение особенностей PR-текстов, анализ текстов разных жанров, самостоятельное составление обучающимися различных рекламных и PR-текстов.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение учебной, научной, справочной литературы, словарей, теоретическую и практическую подготовку к выполнению упражнений, подготовку сообщений, ознакомление с актуальной информацией, размещённой на различных порталах, сайтах, форумах, с целью последующего обсуждения её на занятиях, и выполнения кейс-задач.

Контроль усвоения материала дисциплины проводится в виде тестирования, устного или письменного опроса.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо

	сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, выполнение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: <ul style="list-style-type: none"> - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций; - выполнение домашних заданий и расчетов; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед зачетом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.