

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Хоружий Людмила Ивановна

Должность: Директор института экономики и управления АГК

Дата подписания: 12.03.2024 03:56:39

Уникальный программный код:

1e90b132d9b04dce67585160b049adafcb1e6a9



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –

МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»

(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт экономики и управления АГК  
Кафедра связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института экономики  
и управления АГК

Хоружий Л.И.  
2024 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.О.05.09 РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СВЯЗЯХ**  
**С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЕ**

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность: «Реклама и медиакоммуникации»

Курс 1

Семестр 1

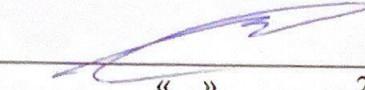
Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2024

Москва, 2024

Разработчик: к.с.н. Клищенко М.В.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
«\_\_» \_\_\_\_ 2024г.

Рецензент: Сухариковец М.А. кандидат

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
(подпись)

«01» 12 2024г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профессионального стандарта и учебного плана по направлению подготовки 43.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма  
протокол №1 от «30» 08 2024г.

Зав. кафедрой к.э.н., доцент Евграфова Л.В.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
(подпись)  
«30» 08 2024г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии института Экономики и управления АПК

Гупалова Т.Н.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

«30» 08 2024г.

Заведующий выпускающей кафедрой СОРКиТ Евграфова Л.В.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)   
(подпись)

«30» 08 2024г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ

Борис Борисов И.И.

(подпись)



## СОДЕРЖАНИЕ

<b>АННОТАЦИЯ.....</b>	<b>4</b>
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>4</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ .....</b>	<b>5</b>
<b>3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....</b>	<b>5</b>
<b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>5</b>
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ .....	5
ПО СЕМЕСТРАМ .....	5
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.3 Лекции/ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	10
<b>5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....</b>	<b>14</b>
<b>6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>15</b>
6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности .....	15
6.2. Описание показателей и критерии контроля успеваемости, описание шкал оценивания .....	17
<b>7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>17</b>
7.1 Основная литература .....	17
7.2 Дополнительная литература.....	18
<b>8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>19</b>
<b>9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.....</b>	<b>19</b>
<b>10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>19</b>
<b>11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .</b>	<b>20</b>
Виды и формы отработки пропущенных занятий .....	20
<b>12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....</b>	<b>20</b>

## **Аннотация**

**рабочей программы учебной дисциплины  
Б1.О.05.09 «Речевая коммуникация в связях с общественностью и  
рекламе» для подготовки бакалавра по направлению  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью направлен-  
ности Реклама и медиакоммуникации**

**Цель освоения дисциплины:** «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» являются подготовка выпускников к сервисной, социокультурной, организационно-управленческой и научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; к овладению технологией речевой коммуникации

**Дисциплина включена** в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.О.05.09.

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1.2; ОПК-5.2

**Краткое содержание дисциплины:** учебная дисциплина, изучающая речевое взаимодействие между людьми. Она рассматривает культуру речевого общения, представленную в языковом, логическом, риторическом, психологическом и этическом аспектах, а также технологии эффективной речевой коммуникации.

Цель дисциплины — сформировать целостное представление о специфике речевого взаимодействия в профессиональной деятельности и развить навыки правильного использования языковых, логических, риторических, психологических и этических средств для свободного общения в разных ситуациях.

Задачи дисциплины включают определение категориального аппарата, раскрытие основ языковой, логической, риторической, психологической и этической культуры, изучение технологий речевой коммуникации и определение тенденций в использовании искусства речевого воздействия.

В результате изучения дисциплины студенты должны знать основные категории речевой коммуникации, приёмы формирования системы делового и межличностного общения, пути достижения согласия в речевой коммуникации. Они также должны уметь грамотно вербализировать содержание своих мыслей, выстраивать эффективную стратегию речевого взаимодействия, оценивать эго-состояние собеседника и противостоять манипуляциям.

**Общая трудоемкость дисциплины/в т.ч. практическая подготовка:** 108/3 (часы/зач. ед.)

**Промежуточный контроль:** экзамен.

### **1. Цель освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» является формирование у обучающихся целостного представления о специфике речевого взаимодействия людей в процессе их профессиональной деятельности, а также развить навыки правильного использования

языковых, логических, риторических, психологических и этических средств для эффективного общения в разных ситуациях.

## **2. Место дисциплины в учебном процессе**

Дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: Деловая коммуникация, Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью, Основы копирайтинга, Спичрайтинг.

Особенность дисциплины «Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью» заключается в формировании способности к коммуникации в устной и письменной форме для выполнения профессиональных функций в рекламе и связях с общественностью. Дисциплина изучает принципы и методы подготовки и осуществления публичных выступлений, их основные разновидности, законы композиции, стиля и речевого оформления, а также приёмы убеждения.

Рабочая программа дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Образовательные результаты освоения дисциплины обучающимся, представлены в Таблице 1.

## **4. Структура и содержание дисциплины**

### **4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ семестрам представлено в Таблице 2.

Таблица 1

## Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компе- тенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компе- тенций (для 3++)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	ОПК-1.2;	Способен создавать вос- требованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Осуществляет под-готовку текстов ре-кламы и связей с общественностью и (или) иных комму-никационных про-дуктов различных жанров и форматов в соотвествии с нормами русского и иностранного язы-ков, особенностями иных знаковых си-стем	основы русского языка; особенности иностранных языков; специфику иных знаковых систем (например, язык жестов).	создавать тексты различ-ных жанров и форматов; редактировать и корректи-ровать тексты; использовать различные стили и форматы для передачи информации.	навыками работы с тек-стами на русском и ино-странных языках; методами анализа и син-теза информации; техниками коммуника-ции и убеждения.
2.	ОПК-5.2	Способен учитывать в профессиональной дея-тельности тенденции раз-вития медиакоммуникаци-онных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономи-ческих механизмов их функционирования, право-вых и этических норм ре-гулирования	Осуществляет свои профессиоанальные действия в сфере ре-кламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и ме-ханизмов функциони-рования конкретной медиакоммуникаци-онной системы	основные понятия и тер-мины рекламы и связей с общественностью; принципы и механизмы функционирования медиакоммуникационных систем; особенности коммуника-ционных процессов в ре-кламе и связях с обще-ственностью.	анализировать специфику коммуникационных про-цессов и механизмы функционирования медиаком-муникационных систем; учитывать особенности аудитории при разработке рекламных и PR-кампаний; применять знания о коммуникационных процессах для повышения эффектив-ности рекламы и связей с общественностью.	навыками анализа ком-муникационных процес-сов в рекламе и связях с общественностью; методами исследования аудитории и её потреб-ностей; технологиями разработ-ки и реализации реклам-ных и PR-кампаний с учётом специфики ме-диакоммуникационных систем.

## ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2а

### Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость		
	час. всего	В т.ч. по семестрам	
		№	
<b>Общая трудоёмкость</b> дисциплины по учебному плану	<b>108</b>		<b>108</b>
<b>1. Контактная работа:</b>	<b>52,4</b>		<b>52,4</b>
<b>Аудиторная работа</b>	<b>52,4</b>		<b>52,4</b>
<i>в том числе:</i>			
лекции (Л)	16		16
практические занятия (ПЗ)	34		34
лабораторные работы (ЛР)			
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защи- та)			
консультации перед экзаменом	2		2
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,4		0,4
<b>2. Самостоятельная работа (СРС)</b>	<b>31</b>		<b>31</b>
реферат/эссе (подготовка)			
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)			
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)			
контрольная работа			
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и ма- териала учебников и учебных пособий, подготовка к лабо- раторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	31		31
Подготовка к экзамену (контроль)	24,6		24,6
Подготовка к зачёту/ зачёту с оценкой (контроль)			
Вид промежуточного контроля:			Экзамен

## 4.2 Содержание дисциплины

## ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3а

### Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа				Внеаудито- рная работа СР
		Л	ПЗ/С всего	ЛР всего	ПКР	
Тема 1. Основные понятия теории речевого общения и критерии его эффективности	10	2	4			4
Тема 2. Принципы эффективного речевого общения и коммуникативные качества хорошей речи	10	2	4			4
Тема 3. Особенности устной и письменной литературной речи. Речевой этiquет	10	2	4			4
Тема 4. Эффективное слушание в системе коммуникаций в сфере рекламы	10	2	4			4

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа				Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ/С всего	ЛР всего	ПКР	
и связей с общественностью						
Тема 5. Алгоритм создания публичного выступления с учетом специфики сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	10	2	4			4
Тема 6. Правила произнесения публичной речи. Роль невербальной коммуникации в общении	10	2	4			4
Тема 7. Правила убеждающей коммуникации и культуры спора	10	2	4			4
Тема 8. Особенности реализации различных форм деловой коммуникации при работе с целевыми группами общественности в офлайн и онлайн среде	11	2	6			3
<b>Всего за 1 семестр</b>	<b>81</b>	<b>16</b>	<b>34</b>			<b>31</b>
Консультации перед экзаменом						2
Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)						0,4
Подготовка к экзамену						24,6
<b>Всего за 1 семестр</b>	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>34</b>		<b>27</b>	<b>31</b>
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>34</b>		<b>27</b>	<b>31</b>

## **Раздел 1. Основные понятия теории речевого общения и критерии его эффективности.**

Основные понятия теории речевого общения: общение — одна из главных потребностей человека, верbalное и невербальное общение, межличностное, групповое и массовое общение, официальное и неофициальное общение, прямое и косвенное общение, контактное и дистантное общение, непосредственное и опосредованное общение, профессиональное общение, культура общения, речевое поведение, речевая деятельность, речевой акт, речевое событие, структура речевой ситуации, дискурс, стратегии и тактики речевого общения, эффективность речи, оценка эффективности с позиции говорящего, слушающего и третьего лица, принципы эффективного речевого общения, коммуникативные качества хорошей речи.

Критерии эффективности речи: правильность речи, чистота, богатство, логичность, уместность и целесообразность, выразительность, качество эстетической и этической выдержанности.

## **Раздел 2. Принципы эффективного речевого общения и коммуникативные качества хорошей речи.**

Принципы эффективного речевого общения: принцип кооперации (коммуникативное сотрудничество, гармонизирующий диалог); принцип этичности (соответствие нормам и правилам общения, принятым в обществе).

Коммуникативные качества хорошей речи: правильность (соблюдение языковых норм); коммуникативная целесообразность (уместное использование

слов); точность высказывания (точность отражения действительности и выражения мысли в слове); логичность изложения; ясность и доступность изложения; чистота (отсутствие слов-паразитов, жаргонизмов, просторечных слов, вульгаризмов и прочего); выразительность (информационная или эмоциональная); разнообразие средств выражения мысли (использование синонимов); эстетичность (неприятие выражений оскорбительного характера); уместность.

### **Раздел 3. Особенности устной и письменной литературной речи. Речевой этикет.**

Устная речь: первична, характеризуется живым общением, использованием неполных предложений, фразеологизмов, просторечной лексики, самоперебивов. Письменная речь: вторична, рассчитана на зрительное восприятие, использует книжную лексику, сложные предложения, причастные и деепричастные обороты.

Речевой этикет: Культура речи: владение нормами устной и письменной форм литературного языка, правильное произношение, ударение, грамматика, использование выразительных средств. Жесты, мимика: вспомогательные средства для понимания между собеседниками. Интонация: важна для устной речи, влияет на понимание и отношение к собеседнику. Письменный речевой этикет: соблюдение правил оформления текста, корректное обращение к адресату, использование соответствующих стилей и жанров.

### **Раздел 4. Эффективное слушание в системе коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью.**

Роль коммуникаций в связях с общественностью в формировании имиджа организации и внешних отношений. Отличие коммуникаций в связях с общественностью от рекламы. Виды коммуникаций в связях с общественностью: устные и письменные. Использование различных средств массовой информации (радио, пресса, телевидение, интернет) для продвижения коммуникаций. Подготовка к интервью и общению с корреспондентами для обеспечения эффективного слушания. Предоставление конкретных сведений и ключевых фактов в письменных коммуникациях (статьи, пресс-релизы). Значение правды и искренности в общении с аудиторией.

### **Раздел 5. Алгоритм создания публичного выступления с учетом специфики сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний.**

Определение ключевых идей и формирование плана доклада. Подготовка презентационных материалов и адаптация их под целевую аудиторию. Изучение места проведения выступления и подготовка к нему. Внешний вид и уверенность в себе. Фразы для начала выступления и поддержание интереса аудитории. Обратная связь и адаптация выступления в процессе. Цель выступления и подготовка заключительных фраз. Преодоление страха и повышение уверенности перед выступлением.

## **Раздел 6. Правила произнесения публичной речи. Роль невербальной коммуникации в общении.**

Правила произнесения публичной речи: структура, логичность, эмоциональность, убедительность, краткость, ясность и доступность изложения. Роль невербальной коммуникации в общении: мимика, жесты, дистанция, визуальный контакт, интонация, темп речи и их значение в передаче информации и выражении эмоций.

## **Раздел 7. Правила убеждающей коммуникации и культуры спора.**

Признание свободы мнений. Определение цели спора. Формулировка точной темы дискуссии. Выделение общих и различных мнений. Соблюдение правил конструктивного спора. Запрет на некорректные приёмы и манипуляции. Переход на личности. Критическое мышление и борьба с шаблонностью.

## **Раздел 8. Особенности реализации различных форм деловой коммуникации при работе с целевыми группами общественности в онлайн и онлайн среде.**

Идентификация целевой аудитории: исследование потребностей, ценностей и предпочтений аудитории. Каналы взаимодействия: выбор подходящих каналов коммуникации, таких как социальные сети, электронная почта, блоги, мессенджеры и чат-боты. Создание ценного контента: разработка полезных, интересных и уникальных материалов, релевантных для аудитории. Интерактивное взаимодействие: ответы на комментарии, вопросы и обратная связь от аудитории. Управление репутацией: отслеживание отзывов и комментариев о компании в интернете, реакция на них и улучшение имиджа.

### **4.3 Лекции/ практические занятия**

#### **ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ**

Таблица 4а

#### **Содержание лекций/практических занятий и контрольные мероприятия**

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов/ из них практическая подготовка
1.	<b>Раздел 1. Основы теории речевого общения</b>				
	Тема 1. Основные понятия теории речевого общения и критерии его эффективности	Лекция. Основные понятия теории речевого общения и критерии его эффективности	ОПК-1.2; ОПК-5.2		2
		Практическая работа. Использование основных поня-		устный опрос;	4

<b>№ п/п</b>	<b>Название раздела, темы</b>	<b>№ и название лекций/ практических/ семинарских занятий</b>	<b>Формируемые компетенции</b>	<b>Вид контрольного мероприятия</b>	<b>Кол-во Часов/ из них практическая подготовка</b>
		тий теории речевого общения при создании медиатекстов, медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов		доклады	
Тема 2. Принципы эффективного речевого общения и коммуникативные качества хорошей речи		Лекция. Принципы эффективного речевого общения и коммуникативные качества хорошей речи	ОПК-1.2; ОПК-5.2		2
		Практическая работа. Использование принципов эффективного речевого общения при создании коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем		устный опрос; доклады	4
Тема 3. Особенности устной и письменной литературной речи. Речевой этикет		Лекция. Особенности устной и письменной литературной речи. Речевой этикет	ОПК-1.2; ОПК-5.2		2
		Практическая работа. Особенности подготовки текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта		устный опрос; доклады	4
Тема 4. Эффективное слушание в системе коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью		Лекция. Эффективное слушание в системе коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью	ОПК-1.2; ОПК-5.2		2
		Практическая работа. Эффективное слушание в системе коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью		устный опрос; доклады	4
Тема 5. Алгоритм создания публичного выступления с учетом специфики сценариев специальных событий и		Лекция. Алгоритм создания публичного выступления с учетом специфики сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной	ОПК-1.2; ОПК-5.2		2

<b>№ п/п</b>	<b>Название раздела, темы</b>	<b>№ и название лекций/ практических/ семинарских занятий</b>	<b>Формируемые компетенции</b>	<b>Вид контрольного мероприятия</b>	<b>Кол-во Часов/ из них практическая подготовка</b>
	мероприятий для рекламной или PR-кампании	или PR-кампании Практическая работа. Алгоритм разработки информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью		устный опрос; доклады	4
	Тема 6. Правила произнесения публичной речи. Роль невербальной коммуникации в общении	Лекция. Правила произнесения публичной речи. Роль невербальной коммуникации в общении Практическая работа. Специфика применения творческих решений в публичной коммуникации с учетом мирового и отечественного опыта	ОПК-1.2; ОПК-5.2		2
				устный опрос; доклады	4
	Тема 7. Правила убеждающей коммуникации и культуры спора	Лекция. Правила убеждающей коммуникации и культуры спора Практическая работа. Использование правил убеждающей коммуникации и культуры спора при реализации коммуникаций в области рекламы и связей с общественностью			2
				устный опрос; доклады	4
	Тема 8. Особенности реализации различных форм деловой коммуникации при работе с целевыми группами общественности в офлайн и онлайн среде.	Лекция. Особенности реализации различных форм деловой коммуникации при работе с целевыми группами общественности в оффлайн и онлайн среде. Практическая работа. Использование различных инструментов трансляции миссии и философии организации через различные формы деловой коммуникации	ОПК-1.2; ОПК-5.2		2
				устный опрос; доклады	6

## ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 5а

### Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
<b>Раздел 1</b>		
1.	Тема 1. Основные понятия теории речевого общения и критерии его эффективности	Использование основных понятий теории речевого общения при создании медиатекстов, медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов ОПК-1.2; ОПК-5.2
2.	Тема 2. Принципы эффективного речевого общения и коммуникативные качества хорошей речи	Использование принципов эффективного речевого общения при создании коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.2; ОПК-5.2
3.	Тема 3. Особенности устной и письменной литературной речи. Речевой этикет	Особенности подготовки текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ОПК-1.2; ОПК-5.2
4.	Тема 4. Эффективное слушание в системе коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью	Эффективное слушание в системе коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью ОПК-1.2; ОПК-5.2
5.	Тема 5. Алгоритм создания публичного выступления с учетом специфики сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний	Алгоритм разработки информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ОПК-1.2; ОПК-5.2
6.	Тема 6. Правила произнесения публичной речи. Роль невербальной коммуникации в общении	Специфика применения творческих решений в публичной коммуникации с учетом мирового и отечественного опыта ОПК-1.2; ОПК-5.2
7.	Тема 7. Правила убеждающей коммуникации и культуры спора	Использование правил убеждающей коммуникации и культуры спора при реализации коммуникаций в области рекламы и связей с общественностью ОПК-1.2; ОПК-5.2
8.	Тема 8. Особенности реализации различных форм деловой коммуникации при работе с целевыми группами общественности в оффлайн и онлайн среде.	Использование различных инструментов трансляции миссии и философии организации через различные формы деловой коммуникации ОПК-1.2; ОПК-5.2

## 5. Образовательные технологии

Таблица 6

### Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
1.	Тема 3. Особенности подготовки текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПЗ	Практическое занятие в дискуссионном режиме, обсуждение ситуационных и практических вопросов
2.	Специфика применения творческих решений в публичной коммуникации с учетом мирового и отечественного опыта	ПЗ	Практическое занятие в дискуссионном режиме, обсуждение ситуационных и практических вопросов
3.	Использование различных инструментов трансляции миссии и философии организации через различные формы деловой коммуникации	ПЗ	Практическое занятие в дискуссионном режиме, обсуждение ситуационных и практических вопросов

## **6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины**

### **6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности**

Темы докладов и сообщений для подготовки к практическим занятиям и прохождения текущего контроля знаний по дисциплине

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Основные составляющие социальной коммуникации.
3. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
4. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
5. Классическая парадигма коммуникации.
6. Новая коммуникативная стратегия.
7. Что такое социальный коммуникативный акт?
8. Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня.
9. Виды коммуникации.
10. Функции массовой коммуникации.
11. Средства коммуникации.
12. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
13. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
14. Специфика коммуникации в образовании, изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе.
15. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации.
16. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
17. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.
18. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингвокогнитивный, мотивационные уровни.
19. Коммуникатор и социологические способы его освоения.
20. Границы коммуникативной сферы.
21. Распространение информации в реальной человеческой среде.
22. Коды в процессе общения.
23. Мотивированность действий коммуникантов.
24. Коммуникативные модели воздействия.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Основные понятия теории речевого общения: речевое поведение, речевой акт, речевое событие, речевая ситуация, стратегия речевого общения, речевая тактика.
2. Виды речевого общения. Понятие культуры речевого общения.
3. Критерии эффективной речи. Принципы и постулаты эффективного речевого общения.

4. Деструктивные стратегии и тактики речевого общения.
5. Коммуникативные качества хорошей речи.
6. Специфика устной и письменной речи.
7. Особенности современного речевого этикета.
8. Система функциональных стилей русского литературного языка. Взаимодействие функциональных стилей.
9. Понятие речевого жанра. Классификации речевых жанров.
10. Официально-деловой стиль: экстралингвистические факторы, стилевые черты, языковые особенности, жанровая система.
11. Редактирование служебных документов: нормативная база, способы редакторской правки.
12. Принципы классификации деловых писем. Особенности языка и стиля административных и коммерческих писем.
13. Научный стиль: экстралингвистические факторы, стилевые черты, языковые особенности, жанровая система.
14. Аннотация к статье как речевой жанр: требования к написанию, наиболее типичные ошибки.
15. Тезисы как жанр научной речи: характеристика жанра, наиболее типичные ошибки.
16. Речевые ошибки (структурно-языковые, коммуникативно-прагматические, этико-речевые): причины появления и пути повышения уровня речевой культуры.
17. Этика и речевой этикет в общении.
18. Барьеры в общении и способы их преодоления.
19. Коммуникативные неудачи в общении, их причины.
20. Алгоритм создания публичного выступления: краткая характеристика.
21. Работа с источниками при написании текста публичного выступления.
22. Приемы украшения речи, критерии их удачного использования.
23. Техника запоминания речи. Тренировка памяти.
24. Правила произнесения публичной речи. Поведение оратора в аудитории.
25. Аргументация и ее структура.
26. Методы убеждения: характеристика, особенности использования.
27. Правила убеждающей коммуникации.
28. Спор и его жанровые разновидности.
29. Стратегии и тактики эффективного ведения спора.
30. Деловая беседа: определение понятия, разновидности, особенности подготовки.
31. Технология проведения деловой беседы.
32. Невербальные средства общения, их роль в эффективной коммуникации.
33. Эффективные деловые переговоры: стратегия и тактики проведения.
34. Деструктивные переговорные тактики и способы их преодоления

## **6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания**

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине может применяться традиционная система контроля и оценки успеваемости студентов.

### **Критерии оценивания результатов обучения**

Таблица 8

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценивания</b>
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку « <b>отлично</b> » заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы. <b>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – высокий.</b>
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку « <b>хорошо</b> » заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки. <b>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – хороший (средний).</b>
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку « <b>удовлетворительно</b> » заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы. <b>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – достаточный.</b>
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку « <b>неудовлетворительно</b> » заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы. <b>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</b>

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **7.1 Основная литература**

1. Ротенко, Лариса Александровна. Культура устной деловой коммуникации: учебное пособие / Л. А. Ротенко; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. — Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2016. — 206 с.: рис., табл. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/local/406.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации. — <URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/406.pdf>>.

2. Данилов, Владимир Анатольевич. Технология ведения переговоров: учебное пособие. Ч. 1. Переговорный процесс как форма деловых коммуникаций / В. А. Данилов; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. —

Москва, 2019. — 151 с. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/local/umo376.pdf>. - Загл. с титул. экрана. — <https://doi.org/10.34677/h5e4-xb20>. —  
<URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/umo376.pdf>>. —  
<URL:<https://doi.org/10.34677/h5e4-xb20>>.

3. Данилов, Владимир Анатольевич. Психология рекламы и PR в массовых коммуникациях: учебное пособие. Ч.1. Психологические основы рекламы и массовых коммуникаций / В. А. Данилов; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. — Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2021. — 168 с.: рис., табл. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/local/s20210331.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации . - <https://doi.org/10.26897/978-5-9675-1802-7-2021-1-168>. —  
— <URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/s20210331.pdf>>. —  
<URL:<https://doi.org/10.26897/978-5-9675-1802-7-2021-1-168>>.

## 7.2 Дополнительная литература

1. Марковская, Вера Ивановна. От нарушения – к норме в письменной речи: учебное пособие / В. И. Марковская. — Электрон. текстовые дан. — Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2010. — 149 с. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/local/2890.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации. — <URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/2890.pdf>>.

2. Хлюстова, Татьяна Васильевна. Русский язык и культура речи: учебно-методическое пособие / Т. В. Хлюстова; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Электрон. текстовые дан. — Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2019. — 103 с. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/local/umo432.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - <https://doi.org/10.34677/2019.028>.  
<URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/umo432.pdf>>. —  
<URL:<https://doi.org/10.34677/2019.028>>.

3. Гупалова, Татьяна Николаевна. Профессиональная этика и служебный этикет: методические указания / Т. Н. Гупалова; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва), Институт экономики и управления АПК, Кафедра экономической безопасности, анализа и аудита. — Электрон. текстовые дан. — Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2019. — 46 с. — Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. — Режим доступа : <http://elib.timacad.ru/dl/local/umo463.pdf>. - Загл. с титул. экрана. — <URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/umo463.pdf>>.

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Правовая информационная система «Консультант-плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (в соответствии с графиком работы коммерческой версии для незарегистрированных пользователей).
2. Правовая информационная система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.garant.ru/](http://www.garant.ru/).

## **9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Таблица 9

### **Перечень программного обеспечения**

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы	Автор	Год разработки
1	В течение семестра (для подготовки и показа презентаций)	Microsoft Office (Power Point)	демонстрационная обучающая	корпорация Microsoft	2020

## **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для проведения лекционных занятий по дисциплине «Деловой этикет в туристской деятельности» необходима аудитория, оборудованная мультимедиа-аппаратурой.

- аудиторный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева: специализированные аудитории, оснащенные спецоборудованием для проведения лекционных занятий (средства мультимедиа) и для проведения практических занятий (средства мультимедиа или компьютерные классы с доступом к сети Интернет, информационным базам данных для решения задач, тестирования и анализа правовых норм);

- библиотечный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева (учебная, научная, монографическая литература);

- общежитие, комната для самоподготовки студентов.

Таблица 10

### **Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями**

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**
1 12 корпус, аудитория 309	2 Парта Комплекс (комплект)-12шт.Инв.№ 594160/58) Доска меловая – 1 шт. (Инв№551887) ПК с оборудованием для просмотра презентаций (PowerPoint, MicrosoftWord, Excel)-1 шт. (Инв. № 557560/24)

## **11. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных задач, проведение блиц-опросов, исследовательские работы и т.п.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 15 % аудиторных занятий (определяется ФГОС с учетом специфики ОПОП).

Лекционные занятия дополняются ПЗ и различными формами СРС с учебной и научной литературой. В процессе такой работы студенты приобретают навыки «глубокого чтения» - анализа и интерпретации текстов по методологии и методике дисциплины.

Учебный материал по дисциплине «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы» разделен на логически завершенные темы, после изучения которых предусматривается аттестация в форме письменных практических и творческих работ, тестирования с использованием электронной информационно-образовательной среды, контрольных работ.

Работы оцениваются в баллах, сумма которых дает рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и их творческие возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем.

Каждая тема учебной дисциплины включает обязательные виды работ – лекции, ПЗ, различные виды СРС (выполнение домашних заданий по решению задач, подготовка к лекциям и практическим занятиям).

### **Виды и формы отработки пропущенных занятий**

Студент, пропустивший занятия, обязан отработать пропущенные темы, предоставив преподавателю конспект лекции, выполненные домашние задания по соответствующей теме. Студент, пропустивший занятия без уважительной причины, также должен разработать дополнительный кейс.

## **12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине**

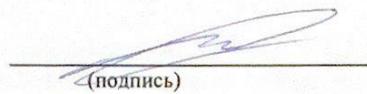
В процессе преподавания учебной дисциплины основными задачами преподавателя являются следующие: 1) раскрыть содержание каждого раздела (каждой входящей в него темы); 2) показать логическую взаимосвязь материала разделов так, чтобы учебная дисциплина открылась бакалаврам как научная система; 3) помочь бакалаврам овладеть учебным материалом.

Проведение практических занятий целесообразно организовывать в форме дискуссий, на которых бакалавры выступают, используя подготовленные тексты публичной речи или материалы рефератов. Затем организуется обсуждение выступлений с элементами дискуссии, в которой принимают участие все слушатели.

Для самостоятельной работы бакалавров предусмотрены темы докладов и вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины.

Программу разработал:

Клиценко М.В., к.с.н.

  
(подпись)

**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на рабочую программу дисциплины**  
**«Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе»**  
**ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,**  
**направленность «Реклама и медиакоммуникации»**  
**(квалификация выпускника – бакалавр)**

Сухарникова М.А. (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и медиакоммуникации» (уровень обучения - бакалавриат) разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма (разработчик – к.с.н., Клищенко М.В.).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к обязательной части учебного цикла – Б1.

3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» закреплено **2 компетенции**. Дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях. Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

5. Общая трудоёмкость дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» составляет 3 зачётных единицы (108 часов/из них практическая подготовка 34).

6. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

7. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

8. Программа дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» предполагает 6 занятий в интерактивной форме.

9. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

10. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, диспутах, круглых столах, мозговых штурмах и ролевых играх, выполнение эссе, участие в тестировании, коллоквиумах, работа над домашним заданием в форме игрового проектирования (в профессиональной области) и аудиторных заданиях - работа с текстами), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

*ет* статусу дисциплины, как дисциплины обязательной/вариативной части учебного цикла – Б1 ФГОС ВО направления *шифр* \_\_\_\_\_.

11. Формы оценки знаний, представленные в Программе, *соответствуют* специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

12. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – \_\_\_\_\_ источник (базовый учебник), дополнительной литературой – \_\_\_\_\_ наименований, периодическими изданиями – \_\_\_\_\_ источников со ссылкой на электронные ресурсы, Интернет-ресурсы – \_\_\_\_\_ источника и *соответствует* требованиям ФГОС ВО направления *шифр* \_\_\_\_\_.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

14. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе».

### ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» ОПОП ВО по направлению *шифр* \_\_\_\_\_, направленность «\_\_\_\_\_» (квалификация выпускника – бакалавр/специалист/магистр), разработанная ФИО, должность, ученая степень соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: ФИО, должность, место работы, ученая степень \_\_\_\_\_  
*Сукаринова М А*  
(подпись) *М.А.* «30» 08 2014г.

<sup>1</sup>Подпись рецензента ФИО заверяю (для внешних рецензентов)

<sup>1</sup> Только для внешних рецензентов