

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Хоружий Л.И. Ивановна

Должность: Директор института экономики и управления АПК

Дата подписания: 27.11.2025 15:36:50

Уникальный программный ключ:

1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9



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 АПК

Кафедра связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института
экономики и управления АПК
д.э.н., проф. Л.И. Хоружий

«» 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.О.05.09 «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекла-
ме»**

для подготовки бакалавров
ФГОС ВО

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность: «Реклама и медиакommunikации»

Курс 1

Семестр 1

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2025

Москва, 2025

Синицына М.В., к.филол. наук, старший преподаватель кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

«25» 08 2025 г.

Рецензент:

Зайцев А.А., к.филол.н., доцент, и.о. заведующего кафедрой иностранных и русского языков

«28» 08 2025 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО, профессиональных стандартов и учебного плана по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikation».

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

протокол № 1 от «25» 08 2025 г.

И. о. заведующего кафедрой
Евграфова Л.В., к.э.н., доцент

«28» 08 2025 г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии
института экономики и управления АПК

Гупалова Т.Н., к.э.н., доцент

«28» 08 2025 г.

И.о. заведующего выпускающей кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

Евграфова Л.В., к.э.н., доцент

«28» 08 2025 г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ

«28» 08 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ.....	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ.....	4
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ ПО СЕМЕСТРАМ.....	7 5
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.3 ЛЕКЦИИ/ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	15
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	18
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	19
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	19
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	2631
<u>7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	<u>31</u>
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	31
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	31
7.3 НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ	31
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ	31
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	31
<u>9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ).....</u>	<u>32</u>
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	323
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	35
<u>12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ</u>	<u>36</u>

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» направленности «Реклама и медиакоммуникации»

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний в сфере коммуникаций, формирование способности к коммуникации в устной и письменной форме для выполнения профессиональных функций связей с общественностью и рекламы с учетом специфики процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Краткое содержание дисциплины: понятие, виды и жанры публичной коммуникации, взаимосвязь вербальной и невербальной составляющих, устная и письменная форма, понятие массовой коммуникации; понятие, роль, жанры и стили публичной коммуникации, прагматика речевой коммуникации, технологии и приемы подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Общая трудоемкость дисциплины: 108 часов/3 зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет.

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» является освоение студентами теоретических и практических знаний в сфере коммуникаций, формирование способности к коммуникации в устной и письменной форме для выполнения профессиональных функций связей с общественностью и рекламы с учетом специфики процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

Задачи:

- освоение знаний о специфике и видах речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
- освоение знаний о специфике, жанрах и стилях публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
- формирование умений использования речевой коммуникации в условиях публичности.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» включена в обязательный перечень дисциплин учебного плана базовой части. 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.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», являются «Введение в коммуникационные специальности», «Основы теории коммуникации».

Дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика медиакоммуникаций».

Особенностью дисциплины является формирование коммуникативных навыков в условиях публичности, демонстрация критериев эффективности публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных 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 Б1.О.05.09 «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе»

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				Знать	Уметь	Владеть
1.	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	ОПК-1.2 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.	Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	Выявлять специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; в том числе посредством электронных ресурсов, официальных сайтов, с применением современных цифровых инструментов (Google Jamboard, Miro, Kahoot)	Навыками применения коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы (с учетом современных коммуникативных цифровых возможностей - с помощью компьютерных программ Excel, Word, Power Point, Pictochart и др., осуществления коммуникации посредством Teams, Outlook, Miro, Zoom
2.	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере	свои профессиональные действия в сфере рекламы и	Применять на практике свои профессиональные действия в сфере	Профессиональными навыками в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом

		тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа-коммуникационной системы	связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа-коммуникационной системы (включая использование электронных инструментов: Google Jamboard, Miro, Kahoot)	рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа-коммуникационной системы, в том числе посредством электронных ресурсов, официальных сайтов, с применением современных цифровых инструментов (Google Jamboard, Miro, Kahoot)	специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа-коммуникационной системы с помощью компьютерных программ Excel, Word, Power Point, Pictochart и др., осуществления коммуникации посредством Teams, Outlook, Miro, Zoom, Webinar, «Яндекс Телемост»
--	--	---	--	--	---	--

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	В т.ч. по семестрам № 2
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108	108
1. Контактная работа:	52,4	52,4
Аудиторная работа		
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	16	16
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	34	34
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,4	0,4
<i>Консультация</i>	2	2
2. Самостоятельная работа (СРС)	55,6	55,6
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)</i>	28,6	28,6
<i>Подготовка к зачёту (контроль)</i>	27	27
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			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 1 «Понятие, виды и жанры коммуникации»	38	8	16		14
Раздел 2 «Публичная коммуникация как основа взаимодействия в рекламе и связях с общественностью»	40,6	8	18		14,6
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,4			0,4	
<i>Консультация</i>	2			2	
<i>Контроль</i>	27			27	
Всего за 2 семестр	108	16	34	29,4	28,6
Итого по дисциплине	108	16	34	29,4	28,6

Раздел 1. Понятие, виды и жанры коммуникации.

Тема 1. Коммуникация как процесс и как структура.

Понятие коммуникации, характерные особенности и категории коммуникации. Структурная модель коммуникации, основные элементы

коммуникационного процесса, коммуникативные барьеры и способы их преодоления. Настроенность на получателя информации как важнейший показатель эффективности коммуникаций. Место коммуникации в связях с общественностью и рекламе.

Тема 2. Соотношение вербальной и невербальной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Коммуникация как знаковая система. Нарратив как ключевой элемент вербальной и невербальной коммуникации. Семантика, синтактика и прагматика нарратива. Типы знаковых систем и их функционирование в процессе общения. Речевое общение как способ коммуникации. Особенности невербальных коммуникаций. Применение вербальной и невербальной коммуникации в связях с общественностью и рекламе.

Тема 3. Устная и письменная коммуникация в рекламе и связях с общественностью.

Специфика и виды устной коммуникации. Ситуативная обусловленность устной коммуникации. Умение говорить и слушать как показатели эффективности участия в устной коммуникации. Свойства и виды письменной коммуникации. Навыки чтения и письма как показатели эффективности участия в письменной коммуникации. Место устной и письменной коммуникации в связях с общественностью и рекламе.

Тема 4. Массовая коммуникация в рекламе и связях с общественностью.

Понятие массовой коммуникации и ее роль в связях с общественностью и рекламе. Структура и функции массовой коммуникации. Технологии построения высказывания в массовой коммуникации. Способы совмещения массового и индивидуального при построении высказывания. Влияние каналов коммуникаций на форматы высказываний в массовых коммуникациях. Эффективность коммуникативного воздействия на потребителя.

Раздел. 2. Публичная коммуникация как основа взаимодействия в рекламе и связях с общественностью.

Тема 5. Понятие и роль публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Понятие и формы публичной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью. Публичность как особая среда усиления контекстных связей высказывания. Межкультурная составляющая публичной коммуникации. Специфические особенности устной и письменной публичной речи в рекламе и связях с общественностью.

Тема 6. Жанры и стили публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Жанровый состав публичной коммуникации и их коммуникационная прагматика. Жанровое своеобразие, организационные и стилистические особенности коммуникационных мероприятий. Многообразное сочетание видов

речевой деятельности в составе коммуникационных мероприятий. Выступление и презентация как ключевой жанр взаимодействия с аудиторией.

Тема 7. Прагматика речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Целеполагание речевой коммуникации. Привлечение и удержание внимания как ключевой показатель эффективности речевой коммуникации. Технологии, способы и инструментарий убеждения, побуждения к действию целевой аудитории. Взаимосвязь речевой коммуникации с невербальными элементами, использование наглядных средств для усиления эффекта воздействия на целевую аудиторию.

Тема 8. Технологии и приемы подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Изучение специфики целевой аудитории как ключевой фактор подготовки публичной коммуникации. Выбор жанра и стилистики коммуникационного события. Создание текста как кодирование информационной составляющей применительно к специфике целевой аудитории. Изучение коммуникационного контекста ключевого высказывания. Выбор формата коммуникации, в т.ч. презентационный материал. Организационные и психологические составляющие подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

4.3. Лекции/практические занятия

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 4

Содержание лекций/ практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Раздел 1. «Понятие, виды и жанры коммуникации».				
	Тема 1. Коммуникация как процесс и как структура	Лекция № 1 Понятие коммуникации, характерные особенности и категории коммуникации	ОПК-5: ОПК-5.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 1 Настроенность на получателя информации как важнейший показатель эффективности коммуникаций	ОПК-5: ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие № 2 Коммуникативные барьеры и способы их преодоления	ОПК-5: ОПК-5.2	Устный опрос	2

	Тема 2. Соотноше- ние вер- бальной и невербаль- ной комму- никации в рекламе и связях с об- щественно- стью	Лекция № 2 Коммуникация как знаковая система	ОПК-5: ОПК- 5.2	Лекция- диалог	2
		Практическое занятие № 3 Особенности невербальных коммуникаций.	ОПК-5: ОПК- 5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие № 4 Применение вербальной и невербальной коммуникации в связях с общественностью и рекламе	ОПК-5: ОПК- 5.2	Решение кей- са	2
	Тема 3. Устная и письменная коммуника- ция в рекла-	Лекция № 3 Специфика устной и пись- менной коммуникации	ОПК-5: ОПК- 5.2	Лекция- диалог	2
		Практическое занятие № 5 Ситуативная обусловлен-	ОПК-5: ОПК- 5.2	Групповое задание	2

№ п/п	Название раздела, те- мы	№ и название лекций/ лабо- раторных/ практических/ се- минарских занятий	Формируемые компетенции	Вид кон- трольного мероприятия	Кол-во часов
	ме и связях с обществен- ностью	ность устной и письменной коммуникации			
		Практическое занятие № 6 Место устной и письменной коммуникации в связях с общественностью и рекламе	ОПК-5: ОПК- 5.2	Групповое задание	2
	Тема 4. Массовая коммуника- ция в рекла- ме и связях с обществен- ностью	Лекция № 4 Понятие массовой коммуни- кации и ее роль в связях с общественностью и рекламе	ОПК-5: ОПК- 5.2	Лекция- диалог	2
		Практическое занятие № 7 Технологии построения вы- сказывания в массовой ком- муникации	ОПК-5: ОПК- 5.2	Групповое задание	2
		Практическое занятие № 8 Эффективность коммуника- тивного воздействия на по- требителя	ОПК-5: ОПК- 5.2	Групповое задание	2
2.	Раздел 2. «Публичная коммуникация как основа взаимодействия в рекламе и свя- зях с общественностью»				
	Тема 5. По- нятие и роль пуб- личной коммуника- ции в рекла- ме и связях с обществен- ностью	Лекция № 5 Понятие и специфика пуб- личной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью	ОПК-5: ОПК- 5.2	Лекция- диалог	2
		Практическое занятие № 9 Формы публичной коммуни- кации в сфере рекламы и связей с общественностью	ОПК-1.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие № 10 Возможности и риски пуб- личной коммуникации	ОПК-5: ОПК- 5.2	Групповое задание	2

	Тема 6. Жанры и стили публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	Лекция № 6 Жанровый состав публичной коммуникации и их коммуникационная прагматика	ОПК-5: ОПК-5.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 11 Выступление как ключевой жанр взаимодействия с аудиторией	ОПК-5: ОПК-5.2 ОПК-1.2	Решение кейса	2
		Практическое занятие № 12 Презентация как ключевой формат взаимодействия с аудиторией	ОПК-5: ОПК-5.2	Решение кейса	2
	Тема 7. Прагматика речевой коммуникации в рекламе	Лекция № 7 Технологии, способы и инструменты убеждения	ОПК-5: ОПК-5.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 13 Привлечение и удержание	ОПК-5: ОПК-5.2	Групповое задание	2

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	ме и связях с общественностью	внимания как прием в речевой коммуникации			
		Практическое занятие № 14 Способы побуждения к действию целевой аудитории	ОПК-5: ОПК-5.2	Групповое задание	2
	Тема 8. Технологии и приемы подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	Лекция № 8 Выбор жанра и стилистики речевого высказывания в соответствии со спецификой целевой аудитории	ОПК-5: ОПК-5.2, ОПК-1.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 15 Создание текста как кодирование информационной составляющей применительно специфике целевой аудитории	ОПК-1.2	Решение кейса	2
		Практическое занятие № 16 Изучение коммуникационного контекста ключевого высказывания	ОПК-1.2	Групповое задание	2
		Практическое занятие № 17 Выбор формата коммуникации и подготовка. презентационного материала	ОПК-5: ОПК-5.2	Решение кейса	2

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 1		
1.	Тема 1. Коммуникация как процесс и как структура	Структурная модель коммуникации, основные элементы коммуникационного процесса. Место коммуникации в связях с общественностью и рекламе. ОПК-5: ОПК-5.2
2.	Тема 2. Соотношение вербальной и невербальной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	Нарратив как ключевой элемент вербальной и невербальной коммуникации. Семантика, синтактика и прагматика нарратива. Типы знаковых систем и их функционирование в процессе общения. ОПК-5: ОПК-5.2
3.	Тема 3. Устная и письменная коммуникация в рекламе и связях с общественностью	Умение говорить и слушать как показатели эффективности участия в устной коммуникации. Свойства и виды письменной коммуникации. Навыки чтения и письма как показатели эффективности участия в письменной коммуникации. ОПК-5: ОПК-5.2
4.	Тема 4. Массовая коммуникация в рекламе и связях с общественностью	Структура и функции массовой коммуникации. Технологии построения высказывания в массовой коммуникации. Способы совмещения массового и индивидуального при построении высказывания. ОПК-5: ОПК-5.2
Раздел 2		
5.	Тема 5. Понятие и роль публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	Публичность как особенная среда усиления контекстных связей высказывания. Межкультурная составляющая публичной коммуникации. ОПК-5: ОПК-5.2
6.	Тема 6. Жанры и стили публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	Жанровое своеобразие, организационные и стилистические особенности коммуникационных мероприятий. Многообразное сочетание видов речевой деятельности в составе коммуникационных мероприятий. ОПК-5: ОПК-5.2
7.	Тема 7. Прагматика речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью	Взаимосвязь речевой коммуникации с невербальными элементами, использование наглядных средств для усиления эффекта воздействия на целевую аудиторию ОПК-5: ОПК-5.2
8.	Тема 8. Технологии и приемы подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	Организационные и психологические составляющие подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью ОПК-5: ОПК-5.2

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	НОСТЬЮ	

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)	используемых
1.	Тема 2. Соотношение вербальной и невербальной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Решение кейса
2.	Тема 3. Устная и письменная коммуникация в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Групповое задание
3.	Тема 3. Устная и письменная коммуникация в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Групповое задание
4.	Тема 4. Массовая коммуникация в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Групповое задание
5.	Тема 4. Массовая коммуникация в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Групповое задание
6.	Тема 5. Понятие и роль публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Групповое задание
7.	Тема 6. Жанры и стили публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Решение кейса
8.	Тема 6. Жанры и стили	ПЗ	Решение кейса

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
	публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	
9.	Тема 7. Прагматика речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью	ПЗ Групповое задание
10.	Тема 7. Прагматика речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью	ПЗ Групповое задание
11.	Тема 8. Технологии и приемы подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	ПЗ Решение кейса
12.	Тема 8. Технологии и приемы подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	ПЗ Групповое задание
13.	Тема 8. Технологии и приемы подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью	ПЗ Решение кейса

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

1) Типовые вопросы для устного опроса.

Практическое занятие № 1. Настроенность на получателя информации как важнейший показатель эффективности коммуникаций

1. Массовость и публичность как принципы коммуникации.
2. Коммуникативная дистанция как важнейший аспект коммуникации.
3. Механизмы декодирования информации получателем.

4. Условия успешности коммуникаций.
5. Особенности внешних обстоятельств коммуникации.

Практическое занятие № 2. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления

1. Виды и специфика коммуникативных барьеров.
2. Причины возникновения коммуникативных барьеров.
3. Способы преодоления препятствий в коммуникации.
4. Межличностный конфликт и способы его устранения.
5. Методы нейтрализации коммуникативных барьеров.

Практическое занятие № 3. Особенности невербальных коммуникаций.

1. Характеристика знаковых систем.
2. Семантика, синтактика и прагматика нарратива.
3. Основные невербальные средства общения.
4. Виды невербального общения.
5. Специфика межнациональной невербальной коммуникации.

Практическое занятие № 9. Формы публичной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью.

1. Понятие и характерные особенности публичности.
2. Виды публичной речи.
3. Коммуникативные задачи публичной речи.
4. Структура публичной коммуникации.
5. Роль обстоятельств и коммуникативного контекста в целом.

2) Типовые групповые задания.

Практическое занятие № 5. Ситуативная обусловленность устной и письменной коммуникации.

Проработайте коммуникативно-речевую ситуацию, касающуюся взаимодействия бизнес-партнеров по вопросу формирования пакета взаимных услуг в письменном и устном форматах.

Практическое занятие № 6. Место устной и письменной коммуникации в связях с общественностью и рекламе.

Приведите примеры и обоснуйте целесообразность функционала устного и письменного высказывания в различных форматах рекламы и коммуникационных мероприятий.

Практическое занятие № 7. Технологии построения высказывания в массовой коммуникации.

Разработайте содержание, предложите формат нарратива, проработайте обстоятельства его произнесения применительно к специфике массовых коммуникаций.

Практическое занятие № 8. Эффективность коммуникативного воздействия на потребителя.

Разработайте содержание, предложите формат нарратива, проработайте обстоятельства его произнесения с учетом специфики потребителя.

Практическое занятие № 10. Возможности и риски публичной коммуникации. Обозначьте ключевые принципы взаимодействия с аудиторией в условиях публичности, способствующие избеганию рисков непопадания в ожидания и непонимания целевой аудиторией.

Практическое занятие № 13. Привлечение и удержание внимания как прием в речевой коммуникации.

Предложите и обоснуйте эффективность способов привлечения внимания целевой аудитории в коммерческой рекламе, а также способы удержания внимания целевой аудитории при проведении коммуникационной кампании.

Практическое занятие № 14. Способы побуждения к действию целевой аудитории.

Предложите аргументацию для целевой аудитории применительно к решению коммуникативной задачи: разъяснение пользы использования марлевых повязок при карантине.

Практическое занятие № 16. Изучение коммуникационного контекста ключевого высказывания.

Сформируйте высказывание с учетом его доступных контекстных связей и проработайте возможные варианты его интерпретации вне и в контексте применительно к различным сегментам целевых аудиторий.

3) Типовые решения кейсов.

Практическое занятие № 4. Применение вербальной и невербальной коммуникации в связях с общественностью и рекламе.

Предложите компании, занимающейся производством формы для фитнеса, рекламный текст, а также текст пресс-релиза для новостных СМИ, информирующий о применяемых технологиях или иных производственных достижениях.

Практическое занятие № 11. Выступление как ключевой жанр взаимодействия с аудиторией.

Предложите текст выступления перед молодежной аудиторией на 25 минут, связанного с продвижением фитнес-браслетов.

Практическое занятие № 12. Презентация как ключевой формат взаимодействия с аудиторией.

Разработайте формат презентации обновленного автомобиля для потребителей с целью заинтересованности в приобретении.

Практическое занятие № 15. Создание текста как кодирование информационной составляющей применительно специфике целевой аудитории.

Вы являетесь фермером и производите молочную продукцию. Вам нужно рассказать о своем товаре потребителям. Предложите рекламный текст с учетом потребностей и ожиданий потребителей.

Практическое занятие № 17. Выбор формата коммуникации и подготовка презентационного материала

Вы разработали новую линейку пылесосов. Предложите формат коммуникации и разработайте презентационный материал применительно к товару, чтобы привлечь внимание и заинтересовать потребителей.

- 4) Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (зачет)
 1. Коммуникация как феномен с характерными особенностями.
 2. Ключевые категории и факторы коммуникации.
 3. Обращенность к потребителю информации как ключевой фактор коммуникации.
 4. Понятие и специфика коммуникативной дистанции.
 5. Основные элементы коммуникационного процесса.
 6. Понятие коммуникационного барьера и причины его возникновения.
 7. Феномен знака, знаковой системы применительно к коммуникации.
 8. Типы знаковых систем и их функционирование в процессе общения.
 9. Речевое общение как способ коммуникации.
 10. Семантика, синтактика и прагматика нарратива.
 11. Способы сочетаний видов вербальной и невербальной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.
 12. Понятие и характеристики дискурса в коммуникации.
 13. Понятие коммуникативного контекста и его влияние на формирование сообщения.
 14. Специфика категорий массовости и публичности коммуникаций.
 15. Структура и функции массовой коммуникации.
 16. Специфика разработки сообщения в условиях массовой коммуникации.
 17. Способы совмещения массового и индивидуального при построении высказывания.
 18. Межкультурная составляющая публичной коммуникации.
 19. Взаимосвязь сообщения с ожиданиями и запросами целевой аудитории.
 20. Жанровое своеобразие публичного выступления.
 21. Стилистические отличия устного выступления и письменной речи в условиях обращения к целевой аудитории.
 22. Значимость контекстных связей в условиях публичного обращения.
 23. Способы сочетания речевой деятельности в составе коммуникационных мероприятий.
 24. Организационные составляющие подготовки к публичной коммуникации.
 25. Психологические составляющие подготовки к публичной коммуникации.
 26. Технологии, способы и инструментарий убеждения.

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

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине применяется **балльно-рейтинговая** система контроля и оценки успеваемости студентов.

В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

Балльная структура и шкала оценок, баллы

Вид аттестации	№ семестр	Примечание
Внутрисеместровые аттестации:	2	
Посещение лекций - 16	32	2,0 балл за каждое занятие
Посещение практических занятий - 16	32	2,0 балла за каждое занятие
Активная работа на занятиях - 16	32	2,5 балла за каждое занятие
Тест -1	4	4,0 балл за тест
Всего 100	100	
Максимальная сумма баллов:		$S = 32 + 32 + 32 + 4 = 100$

В конце семестра набранные студентом баллы суммируются, и принимается решение о допуске студента к итоговому контролю (зачету) или освобождении от его сдачи.

По набранным баллам студент может получить следующие оценки по дисциплине без прохождения итогового контроля.

Таблица 7

Шкала оценивания	Зачет
85-100	зачет
70-84	
60-69	
0-59	незачет

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Колышкина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина.

— 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 145 с.— URL: <https://urait.ru/bcode/562162>

2. Марковская, В. И. Культура русской речи: нормативный и этический аспекты: учебное пособие / В. И. Марковская. – М.: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2015. – 163 с.
3. Морозов В.Э. Русский язык и культура речи: Нормативные аспекты: Орфоэпия и лексика: [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Э. Морозов; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К.А. Тимирязева (Москва). Электрон. текстовые дан. М.: Росинформагротех, 2017. 112 с. URL: <http://elib.timacad.ru/dl/local/t716.pdf>
4. Ратников, В. П. Деловые коммуникации : учебник для вузов / В. П. Ратников ; ответственный редактор В. П. Ратников. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 459 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/509587>
5. Ротенко Л.А. Культура делового общения. Нормы официально-деловой письменной речи: учебное пособие / Л. А. Ротенко; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). М.: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2016. 101 с.
6. Чернышова, Л. И. Этика, культура и этикет делового общения : учебник для вузов / Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 158 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/561128> (дата обращения: 10.10.2025).

7.2 Дополнительная литература

1. Марковская В.И. 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>
2. Вязьмин, А. Ю. Речевые и письменные коммуникации: учебное пособие / А. Ю. Вязьмин. - Санкт-Петербург: СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2020. - 84 с. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/180295>
3. Романова, Н. Р. Психология рекламной деятельности : учебно-методическое пособие / Н. Р. Романова. — Иваново : ИГЭУ, 2019. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/154536>

7.3 Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации: 12 декабря 1993 г. Офиц. текст с поправками. Историко-правовой комментарий / [авт. историко-правового комментария Б.А. Страшун] – М.: Омега-Л, 2011.

2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе». [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс»: [сайт]. RL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

7.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Теоретические занятия проводятся в формате лекции-диалога и лекции презентации.

1. Лекция-диалог предполагает вовлечение в коммуникацию учащихся, и в этом случае средствами активизации выступают отдельные вопросы к аудитории, организация дискуссии, создание условий для возникновения альтернатив. Преимущества данного формата лекции в том, что она привлекает внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определяет содержание, методы и темп изложения учебного материала с учетом особенностей аудитории.
2. Лекция-презентация призвана стимулировать мыслительную деятельность студентов, включает наиболее важную информацию по данной теме и отличается структурированностью подачи материала, сопровождается четкими и понятными пояснениями преподавателя. Преимущества

данного формата лекции в том, что она делает материал наглядным, способствуя эффективному его усвоению, пробуждая инициативы к углубленному изучению материалов.

Практические занятия проводятся в формате устного опроса, группового задания, решения кейса.

1. Устный опрос позволяет не только опрашивать и контролировать знания учащихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять изученный материал. Преимуществом данной формы контроля является то, что она позволяет поддерживать контакт с учащимися, развивает устную речь и навыки выступления перед аудиторией, заставляет работать в быстром темпе.
2. Групповое задание способствует продуктивному взаимодействию учащихся, развитию способности видеть и оценивать позицию другого, формировать собственную точку зрения и уметь ее отстаивать. Преимущество группового задания в том, что оно направлено не только на развитие интеллекта, но и на развитие необходимых умений и навыков межличностного взаимодействия, творческих способностей.
3. Решение кейса включает разбор конкретной ситуации, в т.ч. ее анализ и нахождение конкретного решения. Данный вид практических занятий позволяет применить теоретические знания к решению практических задач и дает более широкое представление об изучаемых технологиях и процессах, обеспечивает более эффективное усвоение материала за счет высокой эмоциональной вовлеченности и активного участия учащихся.

Методические материалы к используемым в образовательном процессе техническим средствам и информационно-коммуникационным технологиям:

1. презентации с информацией из открытых источников по темам занятий.

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

1. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/> (открытый доступ).
2. Информационный портал Sostav <https://www.sostav.ru/> (открытый доступ).
3. Информационный портал «PR-Life» <https://pr-life.ru/> (открытый доступ).

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Не предусмотрено.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Таблица 10

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

№ учебного корпуса (адрес*)	№ помещения	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**
№ 1 (ул. Лиственничная аллея, 4а)	1 к., 508 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	CelD-1800/512/80/DVD-ин.№ 558788/200 Доска белая ин.№ 558762/2 Мультимедийный проектор BENQ MW526E ин.№ 210138000003859 Крепление для проектора ин.№ 558769/1 Экран с электроприводом ин.№ 558771 Композиция стол+2 студ.стула Медалист 120*50*76- 6 шт. ин.№ 594115 - 594120 Парты + скамейки (Комплект Медалист)-15 шт. ин.№ 593972 -593984
№ 1 (ул. Лиственничная аллея, 4а)	1 к., 506 а.	учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Стол аудиторный ин.№ 558588 5 шт. Стул ученический ин.№ 558591 36 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО ин. № 558590 1 шт.
№ 1 (ул. Лиственничная аллея, 4а)	1 к., 507 а.	учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Стол письменный ин. № 554542 Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО ин. № 558590 5 шт.
Лиственничная аллея, 2, кор.1		Центральная научная библиотека им. Н.И. Железнова.	9 читальных залов (5 компьютеризированных), организованных по принципу

		Читальные залы	открытого доступа и оснащенных WiFi, Интернет- доступом
Лиственни- чая аллея, 2Б		Общежитие № 8	Комната для самоподготовки

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Учебный процесс по изучению дисциплины представляет собой лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов. На лекционных занятиях рассматривается материал по основным разделам дисциплины.

На практических занятиях бакалавры выполняют практические задания, разбирая на конкретных примерах эффективность практического применения коммуникационных технологий, приемов, методов и инструментов.

Учебным планом предусмотрена внеаудиторная работа студентов, которая заключается в изучении тем, вынесенных на самостоятельное изучение. Применительно к читаемому лекционному курсу, самостоятельная аудиторная работа заключается в повторении и более глубоком изучении освещаемых на лекциях проблем и вопросов в первую очередь по конспектам, составленным студентом в ходе занятий. Основными способами подготовки студентов являются: работа с учебниками, учебными пособиями, справочниками, электронными источниками, кейсами, изучение и конспектирование научных монографий, статей, а также статей из периодических изданий по специальности.

Наибольшую сложность вызывают массовая коммуникация в рекламе и связях с общественностью, технологии и приемы подготовки к публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью. В этом случае теоретические положения максимально дополняются выполнением практических заданий, в основе которых лежит реальный практический опыт коммуникационной деятельности.

При самостоятельном изучении разделов и тем учебной дисциплины важно правильно организовать работу: перед выполнением практических заданий следует сначала проработать лекционный материал, затем изучить материал учебника и учебного пособия, после этого ознакомиться с методическими рекомендациями по темам курса и только затем приступить к выполнению письменных или устных практических заданий.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия, обязан предоставить конспект материалов по теме пропущенных занятий и ответить по нему на вопросы.

Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

В процессе преподавания данной дисциплины представляется необходимым системно раскрыть содержание каждого раздела, помочь овладеть учеб-

ным материалом, привить навыки и умения по изучаемой дисциплине.

Специфика дисциплины в акцентировании внимания на коммуникативных компетенциях, навыках работы с речевыми жанрами, умении интерпретировать и декодировать информацию применительно к специфике целевых аудиторий.

В рамках данного курса целесообразно использовать различные образовательные технологии в активной и интерактивной формах, а также обучение на основе конкретных кейсов.

Проведение практических занятий целесообразно организовать в форме традиционного комбинированного урока, в форме семинара, беседы, дискуссии в зависимости от дидактических целей.

Для самостоятельной работы бакалавров предусмотрены и вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов целесообразно предложить бакалаврам в начале семестра, чтобы они имели достаточно времени для самоподготовки.

При всем разнообразии методов и организационных форм обучения преподаватель должен использовать различные формы контроля знаний, которые позволяют оценить методы преподавания, увидеть их сильные и слабые стороны, выбрать оптимальные варианты обучающей деятельности.

Программу разработала:

Синицына М.В., к.филол.н., стар.преп.

(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу модульной дисциплины Б1.О.05.09 «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакоммуникации» (квалификация выпускника – бакалавр).

Зайцевым Алексеем Анатольевичем, заведующим кафедрой иностранных и русского языков ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева, к.филол.н., доц. (далее по тексту рецензент), проведено рецензирование рабочей программы дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакоммуникации», разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева» на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (разработчик – Сеницына М.В., к. филол. н., преп. кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма).

Рассмотрев представленные на рецензирование 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», направленность: «Реклама и медиакоммуникации». 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 включена в цикл дисциплин обязательной части социально-гуманитарного модуля учебного плана, части учебного цикла – Б1.О.

3. Представленные в Программе *цели* дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакоммуникации».

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» закреплено 4 компетенции (9 индикаторов). Дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.

5. *Результаты обучения*, представленные в Программе в категориях *знать, уметь, владеть* соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

6. Общая трудоёмкость дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» составляет 3 зачётные единицы (108 часов).

7. 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.

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

9. Программа дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» предполагает занятия в интерактивной форме.

10. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikации».

11. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления с ораторской речью, участие в дискуссиях, в тестировании, работа над домашним заданием, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины обязательной части социально-гуманитарного модуля учебного плана, части учебного цикла – Б1 ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikации».

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

13. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 4 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 4 наименования соответствует требованиям ФГОС ВО по направ-

лению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikации».

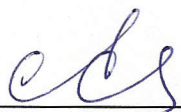
14. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

15. 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 проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikации», разработанная преподавателем кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма Сеницыной М.В. соответствуют требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Зайцев А.А.,
И.о. заведующего кафедрой иностранных и русского языков
ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева,
к.филол.н., доцент


(подпись)

« 18 » 08 2025 г.