

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК

Кафедра культуры мира и демократии

МАСТЕРСТВО ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ
(на английском языке)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности

Реклама и брендинг на евразийском пространстве

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

МАСТЕРСТВО ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ (на английском языке)

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

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

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания кафедры
№ 2 от 29.02.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины	6
3. Содержание дисциплины	6
4. Образовательные технологии	8
5. Оценка планируемых результатов обучения	8
5.1. Система оценивания.....	8
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	8
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
6.1. Список источников и литературы.....	13
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	15
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	15
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	15
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	15
1. Методические материалы	16
1.1. Планы семинарских занятий.....	16
1.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	18
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	19

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование системного понимания публичной речи в профессиональной среде индустрии коммуникатологии с учетом региональной, культурной, социальной, философской и иной специфики.

Задачами дисциплины являются:

- изучение истории публичной речи в индустрии связей с общественностью;
- овладение понятиями и базовыми стратегиями построения публичных выступлений, и принципами импровизации профессиональных публичных выступлений;
- формирование умений, навыков и способностей к коммуникации на русском и иностранном языках;
- развитие способностей рефлексивно-адаптивного поведения в осуществлении коммуникационной стратегии под влиянием исторических, культурных, социальных, философских и иных региональных спецификаций;
- изучение основ психолингвистического анализа поведения собеседника(ов) и использования стратегиями воздействия при построении коммуникаций для эффективного осуществления профессиональной деятельности в индустрии связей с общественностью.

Дисциплина реализуется на иностранном языке. Дисциплина призвана заложить основы профессиональной коммуникации у студента для успешного осуществления профессиональной деятельности на английском языке.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию,	Знать: вербальные и невербальные средства взаимодействия; Уметь: логически и грамматически верно строить коммуникацию в сфере рекламы и связей с общественностью, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;

	используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;	Владеть: системой норм русского литературного языка и нормами английского языка
	УК-4.2 Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и);	Знать: принципы восприятия, анализа и критической оценки устной и письменной общепрофессиональной информации на русском и английском языках; Уметь: свободно воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и английском языках; Владеть: навыками перевода с английского на государственный язык, а также с государственного на английский;
ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	Знать: принципы разработки и продвижения различных типов контента при подготовке публичного выступления на иностранном языке с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта. Уметь: работать в различных стилях и создавать тексты публичного выступления на иностранном языке с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Владеть: методологическими приемами создания текстов публичного выступления на иностранном языке с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мастерство публичной речи (на английском языке)» является элективной дисциплиной и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Русский язык и культура речи, Иностранный язык, Русская и зарубежная литература в коммуникациях, Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе, Межкультурная коммуникация, Анализ профессиональной литературы на иностранном языке, Креатив в рекламе, Копирайтинг, Современные интернет-коммуникации.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Коммуникации в социальных сетях, Разработка и технология производства рекламного продукта: печатная реклама, Разработка и технология производства рекламного продукта: видеореклама, Профессионально-творческая практика, Преддипломная практика.

2. Структура дисциплины

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

Структура дисциплины для очной формы обучения

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

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
VI	Лекции	20
VI	Семинары	22
Всего:		42

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

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

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

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
VI	Лекции	12
VI	Семинары	12
Всего:		24

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часов.

Структура дисциплины для заочной формы обучения

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

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
VI	Лекции	4
VI	Семинары	8
Всего:		12

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Topic 1. Introduction to public speech: basic concepts and structure of the course. The history of public speech and public speaking. Building professional communications in Russian and English.	Familiarization of students with the concepts of "public speech", "language means", "rhetoric", "psychological impact", "persuasion", "manipulation", "logical error". Rules and elements of public speaking. Types of public speeches. Typical mental barriers of public figures. The history of public speech and public speaking (Antiquity – early Modern times). Changing the standards of public speaking at the turn of the XIX-XX centuries. Analysis of well-known cases of communication strategies. Techniques of persuasion of the listener of a public speech. American and English consumerism and their role in building modern standards of public speaking.
2	Topic 2. Public speech and cultural barriers in communication. Psycholinguistic strategies for constructing scenarios of public speeches.	Regional features of speech communications. Self-censorship of public speech. Russian and American styles of self-censorship. Techniques for constructing text and scenarios of public speeches and public speech, taking into account the cultural characteristics of the region. Monologue and dialogue in public speech in Russian and English. Psychological foundations of conducting a monologue, dialogue and multilateral communications in public speech and public

		speeches. Linguistic features of public speech reflecting the psychological basis of communication. Strategies of communication behavior. The placement of accents in public speech and the reference points of public speaking. Psychological and emotional elements of establishing contact with the audience. Using the preferences of the consumer of a communication product to build a communication strategy.
3	Topic 3. Ethical norms of public speech in the modern industry. Public speaking skills in Russian and English. The practice of writing a professional text in English.	Professional ethical standards of public speaking in the advertising and public relations industry. Ethical norms and their regional variations. Specific examples of differences in communication ethics in strategies for creating a text and script for public speech and public speaking. Self-presentation and its types. Using self-presentation as a method of forming a personal brand. Personal brand and its connection with the style of communication and communication strategy. Verbal and nonverbal elements of public speech and their use. Planning a public speech. The practice of speech for public speaking. Emphasis and presentation of public speech. Establishing communication with listeners through audio and video materials. Fundamentals of improvisation of public speaking. Adaptation of public speaking in a changing context. Oratory. Terminology and vocabulary of professional public speech in English.
4	Topic 4. The use of modern media platforms. Using public speaking skills on modern media platforms. A public speech workshop using the principles of intercultural communication.	Differences and peculiarities of preparing a press conference, briefing, presentation, business parable. Professional texts in Russian and English. Cupcakes AirB&B, Uber, Facebook. Prufriding and storytelling in written communications of the service industry. Speechwriting for public speaking. Etiquette of public relations specialists in public communications on modern media platforms. Media personalities and their communication styles. The use of media communication styles in the public relations industry. Social networks as a tool for the development of publicity. Typical mistakes of presenters and speakers. Semantic blocks and congestion of speech during a public speech. The "relatability" parameter in the modern media industry. A communication

	product as a physical reinforcement of a verbal communication strategy. Transformation of public speaking in the digital age.
--	---

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	35 баллов
- контрольная работа(темы 1-3)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация – зачет (доклад)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

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

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

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка дисциплины	по Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно» / не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Оценочные средства текущего контроля

Форма текущего контроля: контрольная работа (выполнение письменных заданий).
Формируемые компетенции: УК-4.1, УК-4.2, ПК-1.1.

Критерий оценки контрольной работы:

- При оценивании письменного задания учитывается (максимум 25 баллов):
- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 10 баллов;
 - обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 20 баллов;
 - работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность -25 баллов.

Примерные темы для контрольного творческого аналитического задания

1. The "Asian failure" of the Dolce & Gabbana fashion house: errors in reading the cultural context in public speeches.
2. Elon Musk's media communications and the "Thailand Miracle" scandal as a guarantee of problematic public appearances.
3. Media communications of public persons in social networks as examples of positive and negative publicity scenarios.
4. The crisis of public speech: how football players Kokorin and Mamaev missed the chance to attract the general public to their side.
5. Advertising crisis and outrage marketing: woke brands and negative marketing as a communication strategy of the service industry.

Instagram FACEBOOK, YouTube: platforms for promoting a service product or the enemy of a competent communication strategy?

7. The role of the viewer and consumer of the communication product in modern public speech
8. Is it possible to build a competent script for public speaking without taking into account the cultural context?
9. Speechwriting as the future of public speech in the public relations industry.
10. Ways to attract and retain attention during a public speech.

Примеры творческих заданий

1. Организация пресс-мероприятия.

Студенты делятся на группы. Каждая группа готовит пресс-релиз с презентацией избранного сервисного продукта. По очереди студенты проводят презентацию продукта; студенты, не входящие в презентующую группу, задают вопросы и выступают в качестве аудитории пресс-мероприятия. Оценивается выявление знаний и умений поведения презентующих в организации и управлении пресс-мероприятием.

2. Организация брифинга.

Студенты готовят индивидуальные проекты по продвижению или презентации продукта. Во время занятия по очереди студенты презентуют свой сервисный продукт, используя смысловые блоки для донесения и убеждения слушателей в необходимости дальнейшего продвижения продукта. Оценивается понимание сути продукта слушателей и способность презентующего использовать смысловую и эмоциональную напряженность.

3. Организация ток-шоу/участие в подкасте.

Студенты делятся на группы и записывают ток-шоу или подкаст на одну из выбранных тем (проблема трудоустройства в индустрии связей с общественностью, проблемы найма новых сотрудников в существующих предприятиях, социальные сети и сотрудники индустрии и т.д.). Во время занятия студенты знакомятся с результатом деятельности соперничающих групп и голосуют за тех, кто, по их мнению, справился лучше и/или хуже остальных. Оценивается стиль и презентация выступления, использование логических ошибок и психолингвистических манипуляций.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет)

Форма проведения промежуточной аттестации: доклад на иностранном языке.

Формируемые компетенции: УК-4.1, УК-4.2, ПК-1.1.

1. Public speech in the public relations industry and its features
2. Public speaking in the public relations industry and their features
3. The history of the use of language tools in the advertising industry
4. History of Public speech and public speaking (Antiquity – Early Modern Times)
5. Psychological impact on the listener: persuasion, manipulation and logical errors in public speech
6. Public speeches of the public relations industry and their differences from verbal communications in other fields
7. Consumerism and the development of public speech in the public relations industry
8. The history of public speech and public speeches in the XIX-XX centuries.
9. Russian regional peculiarities of public speaking.
10. European regional peculiarities of public speaking.
11. Public speech in Asia.

12. Features of public speaking in the XXI century.
13. Features of English-language public speech.
14. Public speech in the construction of a communication strategy for the promotion of a communication product.
15. Types of public speaking. Rules for preparing a script for a public speech.
16. Rules for the use of emotionally tense language in public speech.
17. Linguistic features of public speech scenarios in the English-speaking business environment.
18. Professional standards of communication in the public relations industry in English.
19. Media platforms and rules for preparing public speaking in the digital environment.
20. Personal brand as a result of the established style of public speech.
21. Features of linguistic manipulations when addressing an audience of a different culture.
22. The meaning and styles of communication in different cultures. The use of communication styles of different cultures when adapting the scenario of a public speech.
23. Information filters and the spiral of silence in public speech.
24. Strategies of communication behavior in conflict situations during public speeches.
25. Features of performing in front of different cultural groups.
26. Modern parameters and qualities of public speech. Relatability & Authenticity as the currency of public speaking.

Примерная тематика докладов

1. «Есть два вида ораторов: те, которые нервничают, и те, которые лгут» (Марк Твен)
2. «Лично я люблю землянику со сливками, но рыба почему-то предпочитает червяков. Поэтому когда я иду на рыбалку, я не думаю о том, что люблю я, а о том, что любит рыба» (Дейл Карнеги)
3. “This is how you do it: you sit down at the keyboard and you put one word after another until it’s done. It’s that easy, and that hard.” (Neil Gaiman)
4. “The trouble with having an open mind, of course, is that people will insist on coming along and trying to put things in it.” (Terry Pratchett)
5. “It is not a matter of what is true that counts, but a matter of what is perceived to be true.” (Henry Kissinger)
6. “Behind the slogans lay an intellectual vacuum.” (Henry Kissinger)
7. “Success is not final, failure is not fatal: it is the courage to continue that counts.” (Winston S. Churchill)
8. “It is not enough that we do our best; sometimes we must do what is required.” (Winston S. Churchill)
9. “Leadership and learning are indispensable to each other.” (John F. Kennedy)
10. “Change is the law of life. And those who look only to the past or the present are certain to miss the future.” (John F. Kennedy)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература

Основная:

1. Антонова, И. Б. Учимся выступать публично. Политическая риторика и дебаты на английском языке: учебник / И. Б. Антонова; под ред. Л. А. Калямовой. — Москва: Рос. гос. гуманитарн. ун-т, 2019. - 450 с. - ISBN 978-5-7281-2330-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1087170>

2. Малюга, Е. Н. Английский язык профессионального общения (Реклама): учебник / Е. Н. Малюга. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2022. - 333 с. - ISBN 978-5-9765-1421-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1875606>
3. Ульянова, О. В. Иностраный язык для специалистов в области рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / О. В. Ульянова, С. В. Гричин. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2020. - 80 с. - ISBN 978-5-7782-4246-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1866045>
4. Хвостовицкая, Т. Т. Английский для рекламистов: учебное пособие / Т. Т. Хвостовицкая. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 237 с. - ISBN 978-5-9765-2184-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1143351>

Дополнительная

1. Дудник, Л. В. Решение деловых проблем на английском языке (коммуникативный аспект): учебное пособие / Л.В. Дудник, Т.С. Путиловская. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 127 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook_5c174e06fb4.24660372. - ISBN 978-5-16-013733-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856726>
2. Иванова, Н. К. Система письма в английском языке и современный узус: язык, виртуальная коммуникация, реклама: монография / Н. К. Иванова, Р. В. Кузьмина, С. В. Мошева. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2020. - 238 с. - (Научная мысль). - ISBN 978-5-369-01324-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1036623>
3. Зимняя, И. А. Коммуникативная компетентность, речевая деятельность, вербальное общение: монография / И. А. Зимняя, И. А. Мазаева, М. Д. Лаптева; под ред. И. А. Зимней. - Москва: Издательство «Аспект Пресс», 2020. - 400 с. - ISBN 978-5-7567-1093-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241359>
4. Маньковская, З. В. Английский язык в ситуациях повседневного делового общения: учебное пособие / З.В. Маньковская. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 223. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005065-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843575>
5. Михальская, А. К. Риторика: учебник / А.К. Михальская. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 480 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5b7667b498ddb4.10996853. - ISBN 978-5-16-013162-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/>
6. Риторика: учебное пособие / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - 7-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 558 с. - ISBN 978-5-394-03594-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093476>

Рекомендуемая

1. Алферов А.В. Языки в политическом пространстве современной Европы и в Европарламенте // Политическая лингвистика. – 2016. - №3 (57). –С. 10-17.
2. Андрианов М. С. НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ. ПСИХОЛОГИЯ И ПРАВО: Учебное пособие / Андрианов М.С., - 2-е изд. - М. ИОИ, 2016. - 253 с.: ISBN 978-5-94193-801-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/934546>
3. Бугаенко Н.П. Речевая репрезентация амбивалентной языковой личности: межкультурная направленность // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2016. - №4. – С. 9-14.
4. Колесникова А.Н. Классификация иноязычных произносительных ошибок // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2018. - №1. – С. 132-140.

5. Колмакова В.В. Особенности русского коммуникативного поведения в начале XXI в. // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2019. - №4. – С.61-64
6. Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учебное пособие. // 6-е изд., стер. – М.: Флинта: Наука, 2017. – 169 с.
7. Кочетова М.Г. Английский язык и культура межнационального общения // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2018. - №2. – С. 23-30.
8. Крайнова И.А. Концептуализация «заговора молчания» как аспект исследования социальных рисков // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». – 2019. – С. 35-45.
9. Левкиевская Е.Е. Светское и церковное: вариативность этикетных формул в современном православном дискурсе // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации. – М.: РОССПЭН. – 2018. – С. 145-152
10. Могилевич Б.Р. Дискурс коммуникативной толерантности // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. -2016.- №3. – С. 192-201.
11. Москвин В.П. Риторика и теории коммуникации: Виды, стили и тактики речевого общения. – М.: Книжный Дом «ЛИБРОКОМ», 2012, - 218 с.
12. Назарова О.Л. Социальный характер языка как совокупность коллективных типизированных знаковых ситуаций // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2016. - №3. – С. 134-140
13. Нистратова С.Л. Национально-культурные особенности коммуникативного поведения и речевого этикета русских и итальянцев // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации. – М.: РОССПЭН. – 2018. – С. 176-182
14. Пищальникова В.А. СМИ как деструктивное информационно-коммуникативное пространство // Русский язык в школе. – 2019. - №6. С.32-42
15. Руженцева Н.Б. Манипулятивный компонент и предпосылочное значение в политическом интервью: вопросы и комментарии интервьюера // Политическая лингвистика. – 2016. - №1 (55). – С. 26-34.
16. Сацирова Н.А. Проблема эффективности речевых тактик журналиста в телевизионном интервью: на материале канала «Москва-24» // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – 2016. - №8 (16). – С. 131-136.
17. Шаронов И.А. О роли симптоматики в коммуникации. // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – 2016. - №9 (18). – С.52-60.
18. Шаховский В.И. Принуждение к добру. Психология общения: конфликт амбиций // Стратегия России. – 2019. - №9. – С.79-86
19. Шаховский В.И. Разговоры на лету: скорость общения и культура речи // Стратегия России.- 2018. - №6. – С. 69-74
20. Шульц В.Л., Любимова Т.М. Тайные языки как конструкты социальной реальности // Социологические исследования. – 2016. - №6. – С. 3-13

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

- Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
- ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
- Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

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

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

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

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

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

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с

использованием дистанционных образовательных технологий.

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

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

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

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

1. Методические материалы

1.1. Планы семинарских занятий

Тема 1. Введение в публичную речь: базовые понятия и структура курса. История публичной речи и публичных выступлений. Построение профессиональных коммуникаций на русском и английском языках.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятия «публичная речь», «риторика» «психологическое воздействие», «убеждение», «манипуляция», «логическая ошибка».
2. Правила успешного публичного выступления. Виды публичных выступлений.
3. Страх публичных выступлений и методы борьбы с ним.
4. История публичной речи и публичных выступлений. Изменение стандартов публичных выступлений на рубеже XIX-XX вв.
5. Техники убеждения слушателя публичной речи на английском языке.
6. Англо-американский консьюмеризм и его роль в построении профессиональных коммуникаций.
7. Современные стандарты публичной речи и публичных выступлений в России и в зарубежных странах

Тема 2. Публичная речь и культурные барьеры в коммуникации. Психолингвистические стратегии построения сценариев публичных выступлений.

Вопросы для обсуждения:

1. Культурные особенности публичных коммуникаций.
2. Самоцензура в публичных выступлениях. Российский и американский стили.
3. Техники построения текста и сценария публичного выступления с учетом культурных особенностей региона.
4. Особенности вербальной презентации на английском языке.

5. Коммуникационные стили и их проецирование в публичной речи. Эмоциональная напряженность и ее использование в публичной речи.
6. Зависимость индустрии коммуникатологии от грамотности коммуникационной стратегии. Предпочтения российских и зарубежных потребителей коммуникационного продукта.
7. Расстановка акцентов в публичной речи. Опорные точки выступления.
8. Психологические приемы в подготовке выступления.
9. Установление контакта с аудиторией: психологические и эмоциональные элементы взаимодействия со слушателями во время публичного выступления.

Тема 3. Этические нормы публичной речи в современной индустрии. Навыки публичного выступления на русском и английском языках. Практика написания профессионального текста на английском языке.

Вопросы для обсуждения:

1. Адаптация публичного выступления с русского языка на английский.
2. Монолог и диалог в публичной речи на английском языке.
3. Профессиональная лексика индустрии коммуникатологии на русском и английском языках.
4. Эмоциональный настрой публичных выступлений. Методика взаимодействия с аудиторией.
5. Планирование публичного выступления: план, акцент, подготовка и презентация. Налаживание связи со слушателями.
6. Использование аудио- и видеоматериалов во время публичных выступлений.
7. Импровизация и адаптация публичного выступления.
8. Ораторское искусство как фактор успешного публичного выступления

Тема 4. Использование современных медиаплатформ. Использование навыков публичной речи на современных медиаплатформах. Практикум публичной речи с использованием принципов межкультурной коммуникации.

Вопросы для обсуждения:

1. Этикет публичных коммуникаций на современных медиаплатформах.
2. Медиаперсоны и стили их коммуникаций. Использование стилей медиакоммуникаций в сервисной индустрии.
3. Социальные сети как инструмент развития публичного взаимодействия коммуникационной индустрии с потенциальными потребителями
4. Использование изученных методов построения публичного выступления для обращения к представителям иной культуры.
5. Импровизация и адаптация текста выступления с учетом культурного контекста

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

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

разделов выделяются жирным шрифтом и выравниваются по центру. Ссылки на источники оформляются в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5 – 2008.

В ходе выставления оценок учитываются:

При оценке доклада используются следующие критерии:

1. Новизна реферированного текста: – актуальность проблемы и темы;
 - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;

2. Степень раскрытия сущности проблемы: – соответствие плана теме доклада;
 - соответствие содержания теме и плану доклада;
 - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом;
 - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
 - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.

3. Обоснованность выбора источников:
 - круг, полнота использования литературных источников по проблеме;
 - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).

4. Соблюдение требований к оформлению:
 - правильное оформление ссылок на используемую литературу;
 - грамотность и культура изложения;
 - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
 - соблюдение требований к объему доклада;
 - культура оформления: выделение абзацев.

5. Грамотность:
 - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;
 - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
 - литературный стиль.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины является формирование системного понимания публичной речи в профессиональной среде индустрии коммуникатологии с учетом региональной, культурной, социальной, философской и иной специфики. Дисциплина призвана заложить основы профессиональной коммуникации у студента для успешного осуществления профессиональной деятельности на английском языке.

Задачами дисциплины являются:

- изучение истории публичной речи в индустрии связей с общественностью;
- овладение понятиями и базовыми стратегиями построения публичных выступлений, и принципами импровизации профессиональных публичных выступлений;
- формирование умений, навыков и способностей к коммуникации на русском и иностранном языках;
- развитие способностей рефлексивно-адаптивного поведения в осуществлении коммуникационной стратегии под влиянием исторических, культурных, социальных, философских и иных региональных спецификаций;
- изучение основ психолингвистического анализа поведения собеседника(ов) и использования стратегиями воздействия при построении коммуникаций для эффективного осуществления профессиональной деятельности в индустрии связей с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- вербальные и невербальные средства взаимодействия;
- принципы восприятия, анализа и критической оценки устной и письменной общепрофессиональной информации на русском и английском языках;
- принципы разработки и продвижения различных типов контента при подготовке публичного выступления на иностранном языке с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Уметь:

- логически и грамматически верно строить коммуникацию в сфере рекламы и связей с общественностью, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;
- свободно воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и английском языках;
- работать в различных стилях и создавать тексты публичного выступления на иностранном языке с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Владеть:

- системой норм русского литературного языка и нормами английского языка;
- навыками перевода с английского на государственный язык, а также с государственного на английский;
- методологическими приемами создания текстов публичного выступления на иностранном языке с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового опыта