

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 11:26:34

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания

по выполнению практических работ

по дисциплине

«ЛИНГВИСТИКА РЕКЛАМНЫХ И PR-ТЕКСТОВ»

для студентов направления подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Пятигорск 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Содержание практических занятий

Приложения

Приложение 1. Кодекс Американской ассоциации по связям с общественностью

Приложение 2. Афинский кодекс

Приложение 3. Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью РАСО

Список рекомендуемой литературы

ВВЕДЕНИЕ

Данными методическими указаниями студенты могут пользоваться при подготовке к практическим занятиям. Практические занятия – это планируемая учебная, учебно-исследовательская, а также научно-исследовательская работа студентов, которая выполняется в аудиторное время под руководством преподавателя. В составе методических указаний к практическим занятиям предусмотрены рекомендации по подготовке к практическому занятию. При выполнении работы студенты могут использовать не только методические указания по решению задач, но и другие материалы учебно-методического комплекса.

Четкое планирование времени является важным условием успешного овладения профессиональными знаниями и навыками. Рекомендуется выполнять все задания к практическим занятиям, а также задания, вынесенные на самостоятельную работу, и творческие задания непосредственно после соответствующей темы лекционного курса, что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях студентов, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новых знаний и навыков.

Практические занятия предусматривают устное обсуждение вопросов пройденной темы, выполнение письменных работ, проверку творческих заданий. Рекомендуется готовить все вопросы, вынесенные для самоподготовки во избежание «пробелов», «отрывистости» в знаниях. Для подготовки к практическим занятиям эффективным оказывается метод конспектирования, позволяющий в систематизированном виде выделить основные положения по конкретному вопросу. На занятиях принимаются полные, развернутые устные ответы на поставленный вопрос, а также дополнения к нему.

Цель изучения дисциплины «Лингвистика рекламных и PR-текстов» – сформировать систему представлений о современной рекламно-копирайтинговой и PR-деятельности. В результате освоения дисциплины студенты должны понять языковую специфику рекламного и PR-сообщения как особой формы письменной коммуникации.

Задачи освоения дисциплины:

- ознакомить студентов с лингвистической спецификой рекламного и PR-продукта;
- ознакомить с анализом рекламного и PR-текста как главных коммуникативных единиц;
- научить исследовать речевую и жанровую структуру данных видов текстов;
- познакомить студентов с основными концепциями и методами разработки элементов PR и рекламной продукции (рекламного имени, слогана, заголовка и т.п.);
- изучить структурно-композиционную специфику рекламного и PR-текста;
- изучить современные творческие рекламные стратегии и их отражение в тексте;
- сформировать у студентов познавательный интерес к созданию рекламных и PR-текстов.

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ И PR

- Тема 1. Язык как средство общения
- Тема 2. Национальный язык и его разновидности
- Тема 3. Характеристика понятия «культура речи»
- Тема 4. Лексика русского языка
- Тема 5. Функциональные стили русского языка
- Тема 6. Разговорный стиль
- Тема 7. Художественный стиль
- Тема 8. Научный стиль
- Тема 9. Официально-деловой стиль
- Тема 10. Публицистический стиль – язык рекламы
- Тема 11. Нормативность речи
- Тема 12. Морфологические нормы современного русского литературного языка
- Тема 13. Синтаксические нормы русского языка
- Тема 14. Лексические нормы русского языка
- Тема 15. Подготовка публичного выступления
- Тема 16. Основные качества речи оратора

Раздел 2. БАЗИСНЫЕ ПЕРВИЧНЫЕ ПРОСТЫЕ PR-ТЕКСТЫ

- Тема 17. Проблема определения понятия «PR-текст»
- Тема 18. PR-тексты оперативно-новостных жанров
- Тема 19. PR-тексты исследовательско-новостных жанров
- Тема 20. PR-тексты фактологических жанров. PR-тексты образно-новостных жанров
- Тема 21. PR-тексты исследовательских жанров

Раздел 3. PR-МЕДИАТЕКСТЫ И СМЕЖНЫЕ PR-ТЕКСТЫ

- Тема 22. Имиджевая статья, имиджевое интервью и кейс-стори как виды PR-медиатекстов

- Тема 23. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты
- Тема 24. Фотография как визуальная разновидность PR-текста
- Тема 25. Комбинированные PR-тексты

Раздел 4. СПЕЦИФИКА PR-ТЕКСТОВ В ИНТЕРНЕТЕ

- Тема 26. Возможности интернет-текстов в PR-коммуникации
- Тема 27. Жанры электронных PR-текстов

Раздел 5. СОВРЕМЕННЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ СТРАТЕГИИ И ИХ ОТРАЖЕНИЕ В ТЕКСТЕ

- Тема 28. Виды стратегий рационалистического типа
- Тема 29. Виды стратегий проекционного типа

Раздел 6. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ И МАНИПУЛИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ

- Тема 30. Речевое воздействие: основные сферы и разновидности
- Тема 31. Основные разновидности языкового манипулирования
- Тема 32. Языковое манипулирование: границы дозволенного
- Тема 33. Манипуляции с классом сравнения
- Тема 34. Манипуляции с параметрами сравнения

Тема 35. ИмPLICITная информация в рекламе

Раздел 7. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ И ИГРОВЫЕ ПРИЕМЫ В РЕКЛАМЕ

Тема 36. Языковая игра в коммерческой рекламе

Тема 37. Языковые игры времен перестройки: феномен политического лозунга

Раздел 8. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ И НЕВЕРБАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ

Тема 38. Знаковые уровни в политической рекламе

Тема 39. Голос в телевизионной рекламе

Раздел 9. СОЗДАНИЕ «ПРОДАЮЩЕЙ» РЕКЛАМЫ

Тема 40. Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламы

Тема 41. Этапы создания текстовой рекламы

Раздел 10. ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ ПИСЬМЕННЫХ PR-МАТЕРИАЛОВ

Тема 42. Правовые и этические аспекты письменной PR-коммуникации

Тема 43. Контролируемые организацией PR-материалы для внешней аудитории

Тема 44. Контролируемые организацией PR-материалы, предназначенные для внутренней аудитории

Тема 45. Не контролируемые организацией PR-материалы, предназначенные для СМИ

Тема 46. Творческая платформа и концепция рекламы

Тема 47. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы

Тема 48. Элементы рекламного текста

Раздел 1. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ И PR

Практическое занятие № 1. Язык как средство общения

Цель занятия: изучить понятия язык и речь, проанализировать функции языка, выявить отличие речи от языка; раскрыть различие между устной и письменной формами речи; изучить основные этапы становления и развития русского языка; проанализировать вклад в развитие русского языка Петра I, М.В. Ломоносова, А.С. Пушкина и других ярких представителей русской интеллигенции XVIII в.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие «язык».
2. Язык и общество.
3. Функции языка.
4. Отличие речи от языка.
5. Формы существования языка.
6. Признаки литературного языка.
7. Уровни языка.
8. Разделы современного русского языка.
9. Происхождение русского языка.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Понятие о русском литературном языке.
2. Формы национального языка.
3. Признаки русского литературного языка.
4. Язык и речь.
5. Функции современного русского языка.
6. Устная и письменная формы русского литературного языка.
7. Знаковая система языка.
8. Разделы современного русского языка.
9. Функционально-смысловые типы речи.
10. Монолог, диалог, полилог.
11. Становление русского литературного языка: XIX в.
12. Русский язык в XIX в. Роль А.С. Пушкина в развитии русского литературного языка.
13. Изменение русского языка в XX в.
14. Русский язык конца XX – начала XXI в.
15. Изменения в языке в первое десятилетие XXI в.

2. Прокомментируйте данные ниже высказывания.

1. Чтение – вот лучшее учение. Следить за мыслью великого человека есть наука самая занимательная. А.С. Пушкин

2. Слово – одно из величайших орудий человека. Бессильно само по себе, оно становится могучим и неотразимым, сказанное умело, искренне и вовремя. Оно способно увлекать за собой и самого говорящего и ослеплять его и окружающих своим блеском. А.Ф. Кони

3. Мысль изреченная есть ложь. Ф.И. Тютчев

4. Речь удивительное средство, но нужно иметь много ума, чтобы пользоваться ею.

Гегель

5. Свободным человек может быть только в мыслях. М. Хайдеггер.

3. Прочитайте приведенные пословицы и поговорки со словом «язык».

Объясните, как вы понимаете содержание этих выражений.

1. Язык мой – враг мой: прежде ума глаголет.

2. Ешь пирог с грибами, да держи язык за зубами.

3. Что написано пером, не вырубишь топором.

4. Слово не воробей, вылетит – не поймаешь.

5. Языком мели, а рукам воли не давай.

6. Язык до Киева доведет.

7. Мал язык, да всем телом владеет.

4. Подберите 5 – 7 высказываний великих писателей, поэтов, общественных деятелей, ученых о русском языке. Выучите наизусть 3 из них.

5. После революции 1917 г. в русском языке сформировались две лексические системы: одна для наименования явлений капитализма, другая – социализма. Распределите данные ниже слова на две группы, поясните причины выбора.

Дружба, разведчик, интернационал, шпион, войско, оккупант, партизан, террорист, капитализм, конкуренция, братство, милитаризм, бизнес, коррупция, социализм, мафия, рэкет, апартеид, свободный труд, геноцид, демократия, дискриминация, наркомания, мир, коммерция, эксплуатация.

6. В «Словаре новых слов и значений» (1984) было впервые зафиксировано слово «менеджер». Оно толковалось как «наемный управляющий современным промышленным, торговым и т.д. капиталистическим предприятием». В настоящее время слово менеджер приобрело социально нейтральное значение. Выпишите его из современных толковых словарей, поясните разницу в формулировках прошлого и настоящего.

7. В 90-е гг. XX в. В русском языке появилось большое количество вульгарных жаргонных слов, которые стали активно употребляться в том числе и в СМИ. Переведите данные слова на современный русский литературный язык.

Бабки, итука, кусок, стольник, чирик, лимон, зеленые, баксы, кайф, балдеж, балдеть, выкачивать, отмывать, кивать, прокрутиться, тусовка, разборка, беспредел.

Практическое занятие № 2. Национальный язык и его разновидности

Цель занятия: изучить понятие национального (общенародного) языка; изучить разновидности национального языка: литературный язык, территориальные диалекты, просторечие, жаргон; проанализировать языковые особенности разновидностей национального языка.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие национального (общенародного) языка.
2. Разновидности национального языка: литературный язык, территориальные диалекты, просторечие, жаргон.

3. Свойства литературного языка.
4. Разговорная речь и книжный язык.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Понятие национального (общенародного) языка.
2. Литературный язык и его свойства.
3. Разговорная речь и книжный язык.
4. Понятие функциональных стилей.
5. Понятие жанра.
6. Группы территориальных диалектов русского языка.
7. Языковые особенности просторечия: грамматические, орфоэпические, акцентологические.
8. Жаргоны профессиональные и социальные.
9. Свойства литературного языка.

2. Определите, в каком стиле были произнесены следующие слова:

десь, здесь, здесья;

грит, говорит, гаварит;

сичас, щас, сейчас;

баушка, башка, бабушка; чек, человек, члавек.

Найдите в примерах диалектные и просторечные черты.

3. От каких слов и почему произошли приведенные ниже диалектизмы?

Гудок (костер), горчица (красный перец), угадать (узнать кого-то влицо), заказ (лес), седунка (курица).

4. Определите, в каких функциональных стилях литературного языка употребляется каждый из членов приведенных синонимических рядов. Дополните ряды, если это возможно. Найдите в каждом ряду стилистически нейтральное слово.

- a. вспылить — вскипеть — вспыхнуть — взорваться;
- b. вниз — книзу — долу;
- c. весенний — вешний;
- d. вещь — штука;
- e. героизм — геройство — доблесть;
- f. лицо — физиономия — лик;
- g. мир — вселенная — мироздание — космос — макрокосм;
- h. неизвестный — безвестный;
- i. неподвижный — недвижимый — недвижимый;
- j. неувядаемый — неувядающий — немеркнущий;
- k. руководитель — гегемон — глава;
- l. несравнимый — несравненный — бесподобный.

5. Подберите стилистические синонимы к следующим словам:

глаза, борьба, убийца, работать, сумасшедший.

6. Оцените оправданность использования иноязычных слов в следующих предложениях. Замените эти слова соответствующими синонимами.

1. Среди собравшихся преваляровали представитель молодежи.
2. Профсоюзы делают сильный акцент на культурную работу.

3. Девушка конфиденциально призналась подругам, что переменила имя Катя на Кармен, потому что последнее импонирует ее внешности.
4. Общее внимание привлекал новый анонс, вывешенный на входной двери учреждения.
5. На последних состязаниях заводская футбольная команда потерпела полное фиаско.
6. Нельзя negliжировать своими обязанностями.
7. Идентичное решение было принято учащимися параллельного класса.
8. Новый сезон открывает большие возможности для дальнейшей эволюции отдельных видов спорта.
9. Строительство средней школы, начатое весной, форсируется ускоренными темпами.
10. Оратор говорил весьма напыщенно, что произвело на аудиторию негативный эффект.

Практическое занятие № 3. Характеристика понятия «культура речи»

Цель занятия: проанализировать аспекты культуры речи; изучить основы речевого этикета, особенности формул речевого этикета.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Компоненты культуры речи.
2. Коммуникативные качества речи.
3. Речевая этика и этикет.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Понятие «культура речи».
2. Компоненты (аспекты) культуры речи.
3. Нормативный компонент культуры речи.
4. Коммуникативный аспект.
5. Этический аспект речи и нормы поведения в обществе.
6. Понятие этикета. Речевой этикет.
7. Формулы речевого этикета.
8. Особенности делового этикета. Профессиональная этика как компонент культуры речи.
9. Этикет общения по телефону.

2. Упростите предложения, отбросив избыточную лексику и переформулировав мысль своими словами (письменно).

1. Чтение как сложный и взаимосвязанный процесс складывается из восприятия и понимания читаемого, поэтому основным механизмом чтения на мозговом уровне является умение устанавливать звукобуквенные соответствия по тексту и прогнозировать развертывание языкового материала по определенной мозговой программе.

2. Исследователи, изучающие закономерности развития языка и мышления, отмечают, что все языки мира имеют тенденцию к оптимизации объема словаря, исходя из конкретных

возможностей механизмов мозга, а не из фактического многообразия структуры окружающего мира.

3. Чем отличаются приведенные ниже варианты ответов? Обоснуйте свое мнение (устно).

К сожалению, мы не можем принять ваше предложение. – Мы не можем принять ваше предложение.

Он сказал, что не делал этого. – Он не делал этого.

Я позвоню в 10 часов утра. – Я Вам позвоню в 10 часов утра, если Вам удобно.

4. Выделите в приведенных предложениях речевые ошибки, исправьте их.

1. В конце бурного объяснения я сказал маме, что гипотезы, которые она выдвигает, – чушь собачья, потому что я люблю Лену. 2. В течение долгих месяцев длился этот бесконечный скандал с воплями, визгами и мелкими пакостями, пока наконец мы все не изнемогли и не решили хоть как-нибудь помириться, и в итоге консенсус с соседкой был достигнут. 3. Программа предложила совершенно новую концепцию музыкальной передачи, сделав ее более модной, стильной, современной, придумав огромное количество компьютерных фишек и наворотов, применив новую технику монтажа. 4. Судя по всему, авторы проекта не ценят живого пытливого ума наших с вами соотечественников, которых не следует держать за полных лохов. 5. По мнению экспертов российского посольства в Анкаре, таможенный союз будет (по крайней мере, на первых порах) более выгоден ЕС: европейцам светят значительные выгоды от либерализации импорта в Турцию. 6. Специалисты установили, что некоторые случаи кардиофобии сопровождаются полной клинической картиной всамделишных сердечных заболеваний. 7. Я прибыл в Штаты не тренироваться на хитрых машинах, а вкалывать в университете. 8. Избранников народа одолевает такое количество проблем, что у некоторых уже крыша поехала. 9. Прошла та пора, когда некоторые испуганные столичные жители драпали в глубинку. 10. Наши спортсмены начисто проиграли все соревнования в беге на длинные дистанции. 11. Инвесторы, держатели ГКО не хотят иметь дело с людьми, которые их обули и кинули. 12. Когда Россия так уперто возражает против расширения НАТО, враждебная реакция становится закономерной.

5. Подберите и запишите 5-7 пословиц и поговорок на тему: «Культура общения». Обоснуйте свой выбор по каждой пословице / поговорке.

6. Дайте развернутые ответы на вопросы.

1. Должен ли мужчина снимать головной убор, входя в лифт административного здания?

2. Кто имеет преимущество пройти первым, если люди одного пола и статуса одновременно подошли к двери?

3. Можно ли во время общения с человеком при деловой встрече смотреть на часы?

4. Кто из телефонных собеседников равного статуса имеет преимущественное право дать знак к окончанию разговора?

5. Ваша реакция на то, что собеседник чихнул?

6. Как Вы поступите, не расслышав имя партнера при взаимном представлении?

7. Как Вы внешне отреагируете на опоздание собеседника?

8. Обязательно ли вручать визитную карточку при знакомстве с деловым партнером? Как это правильно сделать?

9. Какие темы нельзя затрагивать в процессе общения с малознакомым человеком?

10. Какие темы предпочтительны для общения вне зависимости от страны проживания собеседника?

7. Познакомьте своего начальника:

- 1) с прибывшим иностранным партнером;
- 2) с клиентом фирмы;
- 3) с постоянным посетителем фирмы.

8. Составьте список правил общения по мобильному телефону из 7-8 пунктов.

Практическое занятие № 4. Лексика русского языка

Цель занятия: проанализировать проблему исконно русской лексики и заимствований в русском языке; обобщить сведения об активной и пассивной лексике; раскрыть особенности русской фразеологии, специфику употребления фразеологизмов; обобщить знания о тропах и стилистических фигурах как особых средствах выразительности языка.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Богатство и выразительность русского языка.
2. Лексика русского языка с точки зрения происхождения.
3. Активная и пассивная лексика.
4. Особенности русской фразеологии.
5. Специфика употребления фразеологизмов.
6. Тропы как особые средства выразительности языка.
7. Виды тропов (эпитеты, метафоры, сравнения, литоты и др.).
8. Стилистические фигуры.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Исконно русская лексика.
2. Заимствования и их роль в русском языке. Основные группы заимствованных слов.
3. Активная и пассивная лексика: диалектизмы, профессионализмы, жаргонизмы, канцеляризмы, неологизмы и устаревшая лексика.
4. Виды устаревшей лексики.
5. Особенности русской фразеологии.
6. Специфика употребления фразеологизмов.
7. Тропы как особые средства выразительности языка.
8. Виды тропов (эпитеты, метафоры, сравнения, литоты и др.).
9. Стилистические фигуры, виды тропов, их роль в русском языке.

2. Каковы особенности использования в речи пассивного и активного словаря русского языка?

3. Найдите устаревшую лексику в отрывке из повести А.К. Толстого «Князь Серебряный», выпишите слова в два столбика: историзмы, архаизмы. Подберите к архаизмам современные синонимы.

Князь [Вяземский] хотел отвечать, но царь не дал ему времени.

– Раб лукавый! – произнёс он грозно, и по жилам присутствующих пробежал холод, – раб лукавый! Я приблизил тебя ко престолу моему; я возвеличил тебя и осыпал милостями; а ты что учинил? Ты в смрадном сердце своём, аки аспид, задумал погубить меня, царя твоего, и чернокнижием хотел извести меня, и затем, должно быть, ты в опричнину просился? Что есть опричнина? – продолжал Иоанн, озираясь кругом и возвышая голос, дабы весь народ мог услышать его. – Я, аки господин винограда, поставлен Господом Богом над народом моим возделывать виноград мой. Бояре же мои, и Дума, и советники, не захотели помогать мне и замыслили погубить меня; тогда взял я от них виноград мой и отдал другим делателям. И се есть опричнина! Званные мною на пир не пришли, и я послал на торжища и на исходища путей и повелел призывать елицех, какие обретутся. И се опять есть опричнина!

4. Определите уместность использования иноязычной лексики в приводимых текстах. Произведите, где нужно, синонимические замены.

1. Многие дореволюционные интеллигенты, считавшие себя либералами, относились индифферентно к вопросам религии. 2. Эффективность режима экономии во многом зависит от того, насколько лимитируются финансовые расходы. 3. Кардинальный пункт расхождений между участниками дискуссии путём компромисса был сведён на нет. 4. Истинным стимулом деятельности каждого человека должно быть сознание долга и ответственности перед обществом. 5. Новый сезон открывает хорошие перспективы дальнейшей эволюции в области кредитной политики банка. 6. Характеризуя роль отдельных видов искусства в жизни общества, нельзя игнорировать специфические особенности.

5. Подберите антонимы к прилагательным в следующих сочетаниях.

Низкие цены – _____, низкое сословие – _____, низкий поступок – _____, низкий поклон – _____.

Общее мнение – _____, общая кухня – _____, общее благо – _____, общий наркоз – _____, общее представление – _____.

Прямая линия – _____, прямое сообщение – _____, прямой налог – _____, прямой вызов – _____, прямой характер – _____, прямая речь – _____, прямой угол – _____.

6. Из произведений отечественной художественной литературы по 5-7 примеров диалектизмов, профессионализмов, жаргонизмов, канцеляризмов, неологизмов и устаревшей лексики.

7. Найдите в пословицах слова, синонимичные друг другу, подчеркните их. К каким еще словам пословиц можно подобрать синонимы? Запишите их.

1. Глупый ищет большое место, а разумного и в углу видно. 2. Лучше воду пить в радости, чем мед в кручине. 3. На смелого собака лает, а трусливого кусает. 4. Умному недостает ушей, а у глупого один язык с лишком. 5. Горе старит, а радость молодит. 6. От радости кудри вьются, а от печали секутся. 7. Смелому горох хлебать, а несмелому к редьки не видать. 8. Горе в лохмотьях, беда нагишом, 9. Как придет напасть, так хоть вовсе пропасть, 10. Из дурака и плач смехом прет. 11. Ее думал, не гадал, как в беду попал, 12. Лихо не лежит тихо: либо катится, либо валится, либо по плечам рассыпается.

8. Закончите пословицу.

1. Труд при ученье скучен... 2. Любишь кататься... 3. Друг до поры... 4. Лучше горькая правда друга... 5. Кто в Москве не бывал... 6. Работай до поту... 7. Без дела жить...

8. Кто за все берется... 9. Не пеняй на соседа... 10. Раз соврал... 11. Кто за Родину горой... 12. Не учи орла летать... 13. Где птица не летает... 14. Кто пахать ленится... 16. Не гони коня кнутом...

Для справки. А соловья петь; да плод от ученья вкусен; так и поешь в охоту; а гони овсом; тот же недруг; а свое гнездо знает; тот истинный герой; у того хлеб не родится; навек лгуном стал; люби и саночки возить; чем лесть врага; только небо коптить; красоты не видал; тому ничего не дается; коли спишь до обеда.

9. Восстановите пословицы.

1. ... не вынешь и рыбку их пруда. 2. ... а лень портит. 3. ... от того и наберешься. 4. ... гуляй смело. 5. ... так и откликнется. 6. ... что хорошо кончается. 7. ... пригодится воды напиться. 8. ... не говори, что не дюж. 9. ... лучше новых двух. 10. ... один раз отрежь, 11. ... и один в поле воин. 12. ... а имей сто друзей. 13. ... а неученье — тьма. 14. ... да удал. 15. ... потом науки.

Для справки. Сначала аз да буки; Не имей сто рублей; Как аукнется; Взялся за гуж; Без труда; Кончил дело; Семь раз отмерь; Ростом мал; Старый друг; С кем поведешься; Если по-русски скроен; Ученье — свет; Труд кормит; Все хорошо; Не плюй в колодец.

10. Прочитайте предложения, определите, на чем основана метонимия.

1. Ну, скушай же ещё тарелочку, мой милый! (Кр.) 2. Нет, не пошла Москва моя к нему с повинной головою. (Я.) 3. Здесь барство дикое без чувства, без закона присвоило себе насильственный лозой и труд, и собственность, и время земледельца. (Я.) 4. Читал охотно Апулея, а Цицерона не читал. (Я.) 5. Сюда по новым им волнам все флаги в гости будут к нам. (Я.) 6. Но тих был наш бивак открытый. (Л.) 7. Плачь, русская земля! Но и гордись. (Я.) 8. Перо его местию дышит. (А.К. Т.) 9. А в двери — бушлаты, шинели, тулупы. (Л.) 10. Только слышно, на улице где-то одинокая бродит гармонь. (Ис.)

11. Подберите 6-8 пословиц, построенных по принципу антитезы.

Практическое занятие № 5. Функциональные стили русского языка

Цель занятия: рассмотреть стили как разновидности литературного языка, раскрыть жанры и стилистическую окраску языковых единиц.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие функциональных и экспрессивных стилей русского языка.
2. Разговорный и книжные стили речи.
3. Понятие жанра.
4. Стилистическая окраска слов.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Понятие стиля как разновидности литературного языка.
2. Стилистическая окраска слов.
3. Экспрессивные стили русского языка. Виды экспрессивных стилей.

2. Заполните таблицу, проанализировав каждое слово. Если оно образно или экспрессивно, поставьте в соответствующей графе +, если передает эмоцию, оценку, то напишите в графе, какую.

Слово	Образность	Экспрессивность	Эмоциональность	Оценочность

Дом, домишко, гриб (о человеке), крохотуля, дурак, сирень, дурачок, остолбенеть, лгунишка, проныра, буквоед, подлиза, уплетать («быстро есть»), дармоед, курица (о человеке), губошлеп, безмозглый, истребить, лоботряс, мчаться, неvezуха, балдеж, балдеть, баран (о человеке), книга, интеллигентик, богачиха, выскочка, бумагомаратель, алконавт (алкоголик), алкаш, чернуха, библиотека, фирмач, тусовка, тусоваться, мать-и-мачеха, эскулап, глупыш, горемыка, егоза, капризуля, ржать, дружок.

3. Определите, чем различаются сопоставляемые слова: лексическим значением, наличием / отсутствием образности, экспрессии, эмоциональности, оценки?

Бездельник — лодырь — лоботряс, болтун — балаболка — пустомеля — пустобрех, видеоизменять — варьировать — модифицировать, размежевание — раскол, хилый — хлипкий — дохлый, белка — белочка, лошадь — кляча — буцефал — коняга — лошаденка — лошадушка — лошадка — савраска — рысак — конь, растратить — разбазарить, сочинитель — поэт — рифмоплет — стихотворец — стихоплет, беспечный — бесшабашный — сумасбродный, несообразительный — тупой, милый — дорогой — ненаглядный, плакса — нюня, лицо — физиономия — морда — харя — рыло, воин — вояка, муж — супруг — благоверный, скупец — скупердяй — жадина — жадюга.

4. Определите, какие из приведенных ниже слов в своем прямом значении являются стилистически нейтральными, а какие имеют стилистическую окрашенность?

Весьма, девица, ложка, доминировать, тапки, карбюратор, ванадий, плебисцит, удобоисполнимый, меморандум, нота, неяска, коммуналка, вбухать, камень, овсянка, аскорбинка, матроска, пилотка, пылесосить, приболеть, мультик, мультяшка, видеоклип.

5. Напишите названия птиц, насекомых, животных, растений, которые в переносном значении характеризуют человека. Придумайте с ними несколько предложений и запишите их.

6. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Понятие функционального стиля.
2. Группы функциональных стилей.
3. Жанры функциональных стилей.

7. Распределите фразеологизмы по двум рубрикам: разговорные и книжные.

На краю гибели, крутить носом, варфоломеевская ночь, пустить пулю в лоб, дым коромыслом, избави бог, испустить дух, нос не дорос, ноль без палочки, почить в бозе, почивать на лаврах, слыхом не слышать, возводить в перл создания, восходящая звезда.

8. Выделите среди приведенных предложений синонимичные. Определите, в каких функциональных стилях можно использовать те или иные выражения.

1. Он не сдаст этот экзамен. 2. Этот экзамен ему не по зубам. 3. Где ему сдать этот экзамен! 4. Так он тебе и сдал этот экзамен! 5. У него не хватит ума сдать этот экзамен. 6. Сдать этот экзамен ему не под силу. 7. Этот экзамен не для него. 8. Он не имеет возможности сдать этот экзамен. 9. Он бы этот экзамен сдал, да знаний маловато. 10. Он не тот студент, который может сдать этот экзамен. 11. Кто бы сдал этот экзамен, да только не он. 12. Сдача этого экзамена требует таких знаний, которых у него нет. 13. Чтобы сдать этот экзамен, нужны не такие знания, как у него. 14. Сдать этот экзамен – для него дело немыслимое.

9. Сгруппируйте приведенные слова в синонимические ряды. Определите в каждом из них доминанту.

Болезненный, горемычный, злополучный, злосчастный, изможденный, изнуренный, квелый, несчастный, обездоленный, слабый, хворый, хилый, чахлый.

10. Сравните значения слов, образующих синонимические пары. Определите, в каких случаях синонимы являются абсолютными, а в каких – отличаются оттенками значения. Пользуйтесь толковым словарем и словарем синонимов.

Робкий – трусливый, сообщник – союзник, номинативный – назывной, скупой – жадный, вытянуть – вытащить, обогнать – перегнать, понять – постичь, объяснить – втолковать, ненависть – вражда, темный – мрачный, закат – заход.

11. Продолжите синонимические ряды, найдите доминанты. Определите, чем отличаются синонимы друг от друга: 1) оттенками значения; 2) стилистической окраской; 3) сочетаемостными возможностями; 4) степенью современности; 5) сферой употребления.

1. Спать – почивать – 2. Бой – битва – 3. Известный – популярный – 4. Иностраный – заморский – 5. Милостивый – симпатичный.

Практическое занятие № 6. Разговорный стиль

Цель занятия: изучить особенности разговорного стиля.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Разговорная речь и ее функции.
2. Условия функционирования разговорной речи.
3. Языковые особенности разговорного стиля.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Разговорный стиль, его особенности.
2. Лексические особенности разговорного стиля.
3. Морфологические нормы разговорного стиля.

2. Охарактеризуйте стилистические черты данных текстов. Определите стиль, ситуацию общения, внесите коррективы.

1. Уважаемый Пётр! Посредством данного сообщения ставлю Вас в известность, что я, нижеподписавшаяся Акулина, на протяжении неопределённо продолжительного времени нахожусь по отношению к Вам под воздействием чувства сердечного характера, которое характеризуется относительно высокой степенью интенсивности. В свете вышеизложенных обстоятельств выношу предложение организовать конфиденциальную встречу на северо-восточном берегу водоёма, расположенного у зелёного массива на территории Парка

культуры и отдыха имени С.М. Кирова в нашем населённом пункте. Все корректирующие предложения прошу адресовать мне по известному Вам номеру в форме СМС-уведомления в максимально ограниченные сроки. Имею смелость питать надежды по поводу разрешения данного вопроса в наиболее благоприятном для меня виде. С уважением, Акулина.

2. У одного чувака пахана брательник дубу дал и оставил ему в наследство хату и пипла немного. Короче, притарабанил пацанчик в деревню, а там тоска смертная! Он там света белого не видит, хоть в холодильнике вешайся, чуть крыша от сплина не поехала. А тут неожиданно кореша старого встретил. Ну, стал с ним базары тереть, а тот ему спич двинул, мол, гёрла классная у него в соседней деревне живёт, а у неё сеструха есть, правда, децл отмороженная....

3. Ниже приведены слова, которые в 20-е или 30-е годы XX в. являлись неологизмами. Проследите их дальнейшую судьбу в русском языке: 1) перешли в активный словарь; 2) стали историзмами или архаизмами.

Буденовец, громкоговоритель, женотдел, коллективизация, колхоз, красноармеец, ликбез, метро, октябренок, продотряд, профсоюз, пятилетка, рабфак, ревком, светофор, советский, совнарком, спартакиада, стахановец, субботник, троллейбус, ударник, управдом, шефствовать.

4. Определите стилистическую окраску данных синонимичных фразеологизмов. Подчеркните те из них, которые можно употреблять исключительно в разговорной речи.

1. Заснуть вечным сном – сыграть в ящик – дать дуба – почить в бозе – отправиться к праотцам – приказать долго жить – ноги протянуть – откинуть копыта. 2. Полон рот – как из рога изобилия – куры не клюют – с три короба – хоть отбавляй – вагон и маленькая тележка – хоть пруд пруди.

5. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Особенности синтаксиса в разговорном стиле.
2. Особенности произношения слов в разговорном стиле.

6. Расставьте знаки препинания. Определите, к какому функциональному стилю принадлежит отрывок. Укажите стилиобразующие черты (с примерами из текста).

1. Мужик вообще перестал жену замечать уткнется в телевизор с газетой и все ему до лампочки Что она только не делала и прическу меняла и платье новое купила и танцевать перед ним пыталась ему все как об стенку горох Вот она надела противогаз подходит к мужу и говорит Милый ты ничего не замечаешь А он смотрел-смотрел а потом и говорит Брови что ли выщипала

2. Заяц не выскочил Родионыч оторопел И подумав с очень серьезным лицом оглядывая каждую мелочь на снегу обошел всю кучу и еще раз по большому кругу обошел нигде не было выходного следа

- Тут он сказал Родионыч уверенно Становитесь на места ребятушки он тут. Готовы?
- Давай крикнули мы.

– Вылезай, синий лапоть! – крикнул Родионыч и трижды пырнул под грачевник такой длинной палкой что конец ее на другой стороне чуть с ног не сбил одного молодого охотника.

И вот нет заяц не выскочил.

Такого конфуза с нашим старейшим следопытом еще в жизни никогда не бывало; он даже в лице как будто немного опал У нас же суета пошла каждый стал по-своему о чем-то

догадываться во все совать свой нос туда-сюда ходить по снегу и так затирая все следы отнимать всякую возможность разгадать проделку умного зайца.

3. – Вы на следующей остановке сходите?

– Сходить можно только с ума, а в автобусе спрашивают: «Вы на следующей остановке слезаете?»

– Тоже сказал! Слезает с крыши, с дерева. Правильно надо сказать: –Вы на следующей остановке выходите?»

– Это замуж выходят. В автобусе же говорят: «Вы встаете?»

– Ну и ну! Да вы и так стоите, а не сидите. Зачем же спрашивать, встаете ли вы?

– Тогда и оставайтесь в автобусе, если не знаете русского языка!

7. С помощью словаря синонимов или толкового словаря определи те, чем отличаются с семантической точки зрения данные синонимы. Распределите их на две группы: 1) значение одного слова шире значения другого и полностью включает его; 2) значения слов частично совпадают, но у каждого из них имеются собственные оттенки значения.

Идти – семенить, радушный – хлебосольный, делать – мастерить, косматый – мохнатый, груда – ворох, спор – диспут, заболеть – слечь, груз – багаж, разговаривать – болтать.

8. Определите стилистическую и экспрессивно-оценочную окраску слов, образующих следующие синонимические ряды. Укажите слова, использование которых ограничено разговорным стилем.

Обмануть – надуть – одурачить – облапошить – околпачить; ахиня – чушь – нонсенс – бессмыслица – ерунда; прорва – масса – уйма – обилие – множество – бездна; надоест – на скучить – опостылет – опротиветь – осточертеть; промотать – истратить – израсходовать – ухнуть – разбазарить – просадить – растратить.

Практическое занятие № 7. Художественный стиль

Цель занятия: проанализировать особенности литературно-художественного стиля.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Язык художественной литературы и его особенности.
2. Выразительные средства художественного стиля.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Функция языка художественной литературы.
2. Жанры художественного стиля.
3. Особенности языка художественной литературы.
4. Изобразительно-выразительные средства в художественном стиле.
5. Особенности лексики художественного стиля.
6. «Образ автора» в художественном стиле.

2. Определите, в чем особенности индивидуально-авторского употребления фразеологизмов по сравнению с уже существующими языковыми фразеологизмами (придается авторское значение уже существующему фразеологизму, изменяется

форма фразеологизма, порядок компонентов, строится по модели имеющегося устойчивого сочетания слов и т.д.).

1. – У каждого своя ахиллесова пятка, – продолжал князь Андрей. – С его огромным умом поддаваться этой мелочности. (Л.Т.) 2. Прекрасная ночь. На небе ни облачка, а луна светит во всю ивановскую. (Ч.) 3. Известно, что сказал бы по этому поводу мой затаившийся где-то выкормыш, мой заклятый дружок, мой закадычный враг, к которому у меня уже нет личного ожесточения, а есть только стойкое неприятие. (Крон) 4. Не бабье лето – мужиковская весна. (Возн.) 5. Не до муз этим летом крошечным, в доме смерти одна за другой. (Возн.) 6. Да ты, брат, болен в дым! У тебя лихорадка. (Гол.) 7. «А что такое умер?» – спросил я. Он улыбнулся, решив, что я его разыгрываю: «Кто ж не знает, всякому понятно: сыграл в ящичек». (Амл.) 8. В кабинете было накурено, хоть шапку вешай. (Белов) 9. «Нет пороков в своем отечестве». Не уважаю лесть. Есть пороки в моем отечестве, зато и пророки есть. (Возн.)

3. Найдите устаревшую лексику. Определите, с какой целью использованы историзмы и архаизмы: 1) для создания торжественно-приподнятого настроения; 2) для создания исторического колорита; 3) для речевой характеристики героев; 4) в сатирических целях.

1. Перстами легкими, как сон, моих зениц коснулся он; отверзлись вещие зеницы, как у испуганной орлицы. (П.) 2. На большой дуге, где, противно всем законам, присутствовали иноземцы... Петр мужественным голосом сказал боярам: – Понеже фортуна сквозь нас бежит, которая никогда так близко на юг не бывала: блажен, кто хватает ее за волосы. Посему приговорите, бояре: разоренный и выжженный Азов благоустроить вновь и населить войском немалым. (А.Н.Т.) 3. Вышитое золотом, покрытое жемчужной сетью платье, бармы в лалах, изумрудах и алмазах. (А.Н.Т.) 4. Ликом (король Карл) светел, в левой ручке – держава, в правой ручке – острая сабля, сам – в золоте, серебре, конь под ним сивый, горячий. (А. Н.Т.) 5. И на челе его высоком не отразилось ничего, потому что, кроме спеси, ничего на нем не было. (Лиход.) 6. И он отверз свои уста, чтобы выдать очередную шуточку – пошлую и мерзкую. (Крон) 7. Все кончено! Так вот куда приводит Меня величья длинная стезя? Что встретил я на ней? Одни страданья! От младости не ведая покоя, То на коне, под свистом вражьих стрел, Языцей покоряя, то в синклите, Сражаясь с боярским мятежом. (А.К.Т.)

4. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

5. Вставьте вместо точек антонимы, необходимые для правильного построения антитезы. Сравните свои варианты с авторскими (слова, использованные автором, см. в скобках после упреждения).

1. Мы можем сказать про человека, что он чаще бывает добр, чем ..., умен, чем ..., чаще энергичен, чем ..., и наоборот (Л. Т.). 2. Люди вечно заблуждались и будут заблуждаться в том, что они считают справедливым и ... (Л. Т.). 3. Каким бы ни был писатель – крупным или ..., – он должен изображать человека, а не условную фигуру (Эрен.). 5. Мы называем эго истом того, кто противоположен ... (Лун.).

Примечание. Альтруист, апатичен, глуп, зол, короткий, маленький, несправедливый, радость.

6. Найдите эпитеты, метафоры, метонимии, сравнения, олицетворения. Найдите омонимы. Подберите синонимы и антонимы к выделенным словам:

Синий май. Заревая полынь.

Не прозвякнет кольцо у калитки.
Липким запахом веет полынь.
Спит черемуха в белой накидке.
В деревянные крылья окна
Вместе с рамами в тонкие шторы
Вяжет взбалмошная луна
На полу кружевные узоры.
Наша горница хоть и мала,
Но чиста. Я с собой на досуге...
В этот вечер вся жизнь мне мила,
Как приятная память о друге.
Сад польшет, как пенный пожар,
И луна, напрягая силы,
Хочет так, чтобы каждый дрожал
От щемящего слова «милый»... (С. Есенин)

Практическое занятие № 8. Научный стиль

Цель занятия: изучить особенности научного стиля.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Жанры научного стиля.
2. Языковые особенности научного стиля.
3. Композиция научного текста, основные черты.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Научный стиль: композиция научного текста, основные черты.
2. Построение текстов научного стиля.
3. Особенности лексики научного стиля.

2. Прочитайте текст. Выделите языковые особенности научного стиля.

За годы, прошедшие со времени изобретения дуговой сварки в инертной атмосфере, в технической литературе появилось много работ, посвященных получению, обработке и применению вольфрамовых электродов, легированных окисью тория. В связи с этим большое значение имеет обобщение накопленного материала с тем, чтобы основные практические выводы использовать в работах по дальнейшему повышению технологических характеристик сварочных электродов из торированного вольфрама. Электроды из торированного вольфрама широко используются при сварке постоянным током прямой полярности. Хорошие результаты эти электроды дают также при сварке переменным током (В. М. Амосов, Б. А. Карелин. *Электроды из торированного вольфрама для дуговой сварки в инертной атмосфере*).

3. Определите стилистическую и экспрессивно-оценочную окраску слов, образующих следующие синонимические ряды. Подчеркните те слова, употребление которых допустимо в научном стиле, дополните ряды своими примерами.

Обмануть – надуть – одурачить – облапошить – околпачить; ахинея – чушь – нонсенс – бессмыслица – ерунда; прорва – масса – уйма – обилие – множество – бездна; надоест – наскучить – опостылет – опротиветь – осточертеть; промотать – истратить – израсходовать

– ухнуть – разбазарить – просадить – растратить.

4. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Синтаксис научного стиля.
2. Жанры научного стиля.
3. Правила оформления текстов собственно научного жанра.
4. Правила оформления библиографических списков в научном стиле.

5. Дайте развернутые ответы на следующие вопросы.

1. Какова функция научного стиля?
2. Какой способ изложения характерен для научных произведений?
3. Назовите стилевые черты научного стиля.
4. Какие подстили выделяются в научном стиле?

6. Составьте текст учебно-научного жанра на одну из предложенных тем.

Объем текста 5-6 стр. формата А4.

Лексика русского языка с точки зрения происхождения.

Источники пополнения фразеологизмов в русском языке.

Использование тропов и стилистических фигур в языке рекламы.

Проблема определения понятия «PR-текст».

Практическое занятие № 9. Официально-деловой стиль

Цель занятия: познакомиться со спецификой официально-делового стиля.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Жанры официально-делового стиля.
2. Языковые особенности официально-делового стиля.
3. Особенности составления официально-деловых текстов.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Сфера использования, основные черты официально-делового стиля.
2. Лексические особенности официально-делового стиля.
3. Морфологические особенности официально-делового стиля.
4. Синтаксические особенности официально-делового стиля.
5. Жанры и поджанры официально-делового стиля.
6. Виды документов в официально-деловом подстиле.
7. Правила оформления документов.

2. Замените глагольно-именные сочетания глаголами.

Произвести улучшение, осуществлять заботу, произвести выплату, подвергнуть сокращению, осуществлять выдачу, допустить отставание, подвергнуть исследованию, произвести посев, допустить снижение по темпам роста, осуществить руководство, достигнуть опережения, осуществить питание, организовать проведение занятий, осуществить сбор налогов.

3. Приведите примеры характерной для официально – делового текста замены глаголов на «расщепленные сказуемые» по модели отвечать – нести ответственность.

Дополнять, наехать, платить, помочь, поручать, расследовать, рассчитываться, реконструировать, ремонтировать, решать, уполномочить, уточнять.

4. Составьте предложения с характерными для официально-делового стиля

предлогами, обращая особое внимание на необходимый падеж имен существительных.

Согласно, в целях, в отношении, на предмет, в силу, в части, в связи с, в соответствии с, по линии, в течение, во избежание, на основании, в счет, в порядке.

5. Недопустимо употребление разговорной и просторечной лексики в текстах официально-делового стиля. Устраните ошибки.

Судебный акт: «Хищения производились путем непосредственного изъятия из кладовки, продажи продуктов за наличный расчет и присвоения денег».

Деловое письмо: «Вам необходимо выделить сорок человек для погрузки морковки и картошки».

Анкета: «Должность родителей: мама – врач, папа – инженер».

Адрес на конверте: «Ростовская обл., г. Каменск-Шахтинский, ул. Садовая, общежитие девчат».

6. Дайте развернутые ответы на следующие вопросы.

1. Какую сферу общения обслуживает официально-деловой стиль? Каково назначение данного стиля?

2. Назовите подстили официально-делового стиля, их жанры.

3. Каковы стилевые черты официально-делового стиля?

7. Расставьте знаки препинания в текстах. Определите, к какому функциональному стилю принадлежит отрывок. Укажите стилеобразующие черты (с примерами из текста).

1.

При предъявлении претензий по количеству и качеству поставленного товара поставляющая Сторона в обязательном порядке прилагает к заявлению о претензии следующие обосновывающие ее документы транспортный документ а в соответствующих случаях и коммерческий акт составленный органами транспорта рекламационный акт составленный с участием представителя Стороны получающей товар либо официальной контрольной организации или другой компетентной незаинтересованной организации Стороны получающей товар

2.

Грипп и острые респираторные вирусные инфекции лидируют среди всех инфекционных заболеваний поэтому их профилактика имеет огромное социальное значение Однако возможности проведения такой профилактики ограничены рядом факторов среди которых можно выделить многочисленность возбудителей их генетическую изменчивость нестойкость формирующегося иммунитета. Все это препятствует специфической профилактике гриппа и других респираторных инфекций

3.

Судебное и публичное говорение один из древнейших видов ораторского искусства и каждая эпоха каждая страна народ вносят в него изменения Местом рождения судебного красноречия является Древняя Греция С развитием государственности особенно после греко-персидских войн когда в результате политической борьбы усилилось влияние демократической группировки оживилась деятельность народных масс во внутренней жизни развитых греческих полисов В связи с этим развивалось и ораторское искусство Оно стало важнейшим фактором общественной жизни средством к выдвижению славы богатству

Цель занятия: изучить специфические черты публицистического стиля.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Специфика и сфера употребления публицистического стиля.
2. Синтаксис публицистического стиля.
3. Язык рекламы как особая разновидность публицистического стиля.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Публицистический стиль как летопись современности.
2. Специфика и сфера употребления публицистического стиля.
3. Лексика и грамматика публицистического стиля.

2. Дайте развернутые ответы на следующие вопросы.

1. Какие две важнейшие функции соединены в публицистическом стиле?
2. В чем заключается сочетание экспрессии и стандарта в публицистическом стиле?
3. В чем своеобразие использования в публицистическом стиле речевых стандартов, клише?
4. Какие средства выразительности (тропы, фигуры) используют в публицистическом стиле?

3. В публицистике, особенно в газетных жанрах, для большей выразительности и в целях предупреждения тавтологии часто используются перифразы (вспомните, что такое перифраза). Подберите перифразы к данным словам.

Врачи, картофель, лес, рыба, хлопок, уголь.

4. Вместо точек вставьте одно из приведенных слов, а с другим придумайте словосочетание или предложение.

1. Паровоз, натруженно дыша, протатился по платформе, состав ... (*встать – стать*). 2. Перед собранием ... (*встать – стать*) такой принципиальный вопрос. 3. Испытания новой машины ... (*проводиться – производиться*) уже третью неделю. 4. По окончании производственной практики учитель должен дать на каждого ученика заключение о характере и качестве ... (*проведенный – произведенный*) работы и ... (*предоставить – представить*) отчет. 5. В работах художников и скульпторов ... (*отражаться – отображаться*) труд, быт и отдых забайкальцев. 6. Впечатлений от поездки много, но главное – это исключительно ... (*дружеский – дружественный*) отношение к нам французского народа. 7. Российские конькобежцы ... (*опробовать – апробировать*) костюм из нового синтетического материала. 8. Эти модели после ... (*опробование – апробация*) переданы в серийное производство. 9. У билетной кассы ... (*командировочные – командированные*) предъявляли свои удостоверения. 10. Мне кажется, что я припоминаю ... (*лицо – личность*) этого человека. 11. На мебель были ... (*одеты – надеты*) чехлы. 12. Молодой актер играет ... (*главную – заглавную*) роль в спектакле «Волки и овцы» А.Н.Островского. 13. Напрягая последние ... (*силы – усилия*), мы достигли вершины горы. 14. На выставке представлен большой выбор красивой и ... (*практичной – практической*) обуви. 15. Группа школьников ... (*пришла – зашла*) в музей на лекцию.

5. Расставьте знаки препинания. Определите функциональный стиль текстов, укажите стилеобразующие черты (с примерами из текста).

1. Мировая экономика пишет автор рано или поздно будет вынуждена использовать материальные и энергетические ресурсы Солнечной системы хотя бы лишь по одной

причине истощения сырьевых ресурсов Земли Но существует один аспект психологический который следует из положения высказанного Б. Расселом в 1952 г. Он считал что если когда-нибудь на Земле наступит всеобщий мир люди будут удовлетворять свое стремление к приключениям в исследованиях а не разрушениях

2. Судебное и публичное говорение один из древнейших видов ораторского искусства и каждая эпоха каждая страна народ вносят в него изменения Местом рождения судебного красноречия является Древняя Греция С развитием государственности особенно после греко-персидских войн когда в результате политической борьбы усилилось влияние демократической группировки оживилась деятельность народных масс во внутренней жизни развитых греческих полисов В связи с этим развивалось и ораторское искусство Оно стало важнейшим фактором общественной жизни средством к выдвижению славы богатству

3. Бежать от реальности с помощью водки и наркотиков нынче не модно Зато тысячи парней и девушек вечера и даже ночи напролет проводят в обнимку с компьютером На его экране они видят то что хотят а не то что им навязывает общество в образе телевизора молочного магазина или родного института Одна из самых любимых фишек молодежи хакерство Можно забраться в Интернет и скачивать оттуда рефераты курсовики дипломные работы Час работы в Интернете стоит от доллара до пяти зато сколько кайфа И еще В мире компьютерных грез никто не задает вопросов типа А какая идея тебе близка

6. Проанализируйте любую газетную статью согласно основным чертам, присущим «языку газеты»:

1) экономия языковых средств, лаконичность изложения при информативной насыщенности;

2) отбор языковых средств с установкой на их доходчивость (газета – наиболее распространенный вид СМИ);

3) наличие общественно-политической лексики и фразеологии, переосмысление лексики других стилей (в частности, терминологической) для целей публицистики;

4) использование характерных для данного стиля речевых стереотипов, клише;

5) жанровое разнообразие и связанное с этим разнообразие стилистического использования языковых средств, многозначности слова, ресурсов словообразования (авторские неологизмы), эмоционально-экспрессивной лексики;

6) использование изобразительно-выразительных средств языка, в частности средств стилистического синтаксиса (риторические вопросы и восклицания, параллелизм, повторы, инверсия и т.д.).

Практическое занятие № 11. Нормативность речи

Цель занятия: изучить понятие нормы, изучить особенности и закономерности русского ударения, изучить основные орфоэпические правила, проанализировать трудности современного произношения; проанализировать принципы русской орфографии; обобщить основные правила орфографии и пунктуации русского языка.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие языковой нормы.
2. Основные черты современной произносительной нормы.
3. Нормы письменной речи.

4. Принципы орфографии.
5. Наиболее трудные случаи русской орфографии.
6. Принципы пунктуации.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Понятие нормы.
2. Формирование языковых норм в период становления национального языка.
3. Норма как необходимое условие формирования и функционирования национального литературного языка.
4. Акцентология. Особенности русского ударения.
5. Функции ударения в русском языке.
6. Закономерности русского ударения.
7. Смена языковых норм.
8. Норма и вариант.
9. Орфография как вид норм письменной речи.
10. Принципы русской орфографии.
11. Роль орфографии в письменной коммуникации.

2. Расставьте ударения в словах, пользуясь орфоэпическим словарём.

А). Каталог, квартал, красивее, аристократия. Товарищеская ответственность, задолго, партнер. Осведомиться, эксперт, феномен, созыв сессии. Упрочение, обеспечение, хозяева, украинец. Оптовые цены, валовой доход, перспектива.

Б). Безудержный, начать, бряцать, газопровод, нефтепровод. Хозяева, мельком, тяжба, тесно. Звонит, загнутый, намерение. Ходатайствовать, кладовая. Языковая колбаса, языковая ошибка, вы правы. Одновременный, углубить, опошлить, нормированный, нормировать.

В). Намереваться, формировать, хаос, прибывший, давнишний. Истекший, бытие, дебаты, фарватер. Тест, темп, диспансер, демагогия. Тенденция, претензия, претендент, декольте. Диалог, каталог, монолог, эпилог, некролог. Момент, документ, инструмент, цемент, постамент, аккомпанемент, эксперимент, ассортимент, аплодисменты, монумент.

3. Проработайте возможные орфоэпические ошибки в словах.

А). Агент, аргумент, алфавит, алкоголь, арест, аристократия, анатом, августовский, агрономия, агентство, апартаменты, баловать, бескорыстный, благоприобретение, баллотировать, буржуазия, блага, бомбардировать, валовой, воспринять, введенный, верование, вероисповедание, выборы, выговоры, генезис, группировать, гербовый, грошовый, гусеница.

Б). Демократия, диалог, диспансер, добыча, договор, договоренность, документ, дремота, досуг, доллар, давнишний, заговор, заиндеветь, закупоривать, заржаветь, злоба, зубчатый, запломбированный, издавна, изобретение, изредка, импорт, индустрия, инструмент, информировать, искра, избаловать, иначе, инцидент, исповедание, исподволь, каталог, катастрофа, квартал, километр, комбайнер, красивее, кухонный, корысть.

4. Прочитайте слова, проверьте по орфоэпическому словарю, правильно ли вы их произносите.

А). Компаративистский, конструктивистский, максималистский, объективистский, позитивистский, популистский, пропагандистский, рекордистский, формалистский, экспансионистский, экстремистский; военачальник, инцидент, компрометировать, констатировать, прецедент.

Б). Никчемный, введенный, ввезенный, внесенный, дареный, околесица, груженный, занесенный, желоб, наведенный, планер, привезший, одноименный, поблеклый, острое, подчеркивать.

В). Афера, опека, бытие, дебелый, современный, одновременно, зев, хребет, шлем, всплеск, истекший, комбайнер, пересек, отцветший, оседлый, одноплеменный.

5. Произнесите любые 2 – 3 скороговорки без ошибок:

1. На дворе – трава, на траве – дрова, не руби дрова на траве двора.
2. Как при Прокопе кипел укроп, так и без Прокопа кипит укроп.
3. Карл у Клары украл кораллы, а Клара у Карла украла кларнет.
4. Сшит колпак не по-колпаковски, его надо переколпаковать и выколпаковать.
5. Рапортовал, да недорапортовал, стал дорапортовывать, да зарапортовался.
6. Меланья-болтуня молоко болтала, выбалтывала, да т выболтала.
7. Всех скороговорок не перескороговоришь, не перевыскаговоришь.
8. Не тот, товарищи, товарищу товарищ, кто при товарищах товарищу товарищ, а тот товарищу товарищ, кто без товарищей товарищу товарищ.

9. Тридцать три корабля лавировали-лавировали, лавировали-лавировали, лавировали-лавировали, да не вылавировали.

10. На дворе – трава, на траве – дрова: дрова вдоль двора, дрова вширь двора, не вместит двор дров, надо дрова выдворить на дровяной склад обратно.

6. Произнесите аббревиатуры, «расшифруйте» их.

СКФУ, ФЭУ ИСТиД, ВВП, НДС, КНДР, ГД РФ, КГБ, ФСБ, ЗАГС, ЖКХ.

7. Проработайте возможные орфоэпические ошибки, составьте с каждым словом по 2-3 словосочетания.

Акушер, афера, атлет, блеф, блёкнуть, бытие, зев, издёвка, коммивояжёр, леска, манёвры, местоименный, одноимённый, остриё, пекло, плеск, современный, твёрже.

8. Прочитайте данные ниже причастия, запомните их произношение, подготовьтесь к орфоэпическому диктанту.

- ушедший, приведший, забредший произносятся с гласным [e],
- поблёкший, плётший, затёкший, принёсший, привёзший произносятся с гласным [o].

9. Назовите нормы, характерные только для устной, только для письменной речи и относящиеся к обеим формам речи. Чем такое разделение можно объяснить?

10. Найдите в предложениях ошибки и скажите, к какому типу ошибок относится каждая из них.

1. Он взял ремень и вдарил его.
2. Собаки бежат быстро.
3. Мы пишем в газету о положение демобилизованных из армии.
4. На здравницу генерал ответил благодарностью.
5. Инженера собрались на совещание.
6. Живу я на небольшом переулке, ведущим к Дону.
7. Он сказал обидчивое слово.
8. Хозяин дома спал.
9. Ни у кого из них не нашлось для больного слова сочувствия.
10. — Где мой туфель? — Вот твоя туфля.

11. Выберите верный ответ(-ы)

1. Укажите верное определение языковой нормы:

а) правила использования языковых единиц в соответствии с особенностями той или иной местности, профессии

б) единообразное, образцовое, общепризнанное употребление элементов языка; правила использования речевых средств в определенный период развития литературного языка

в) использование языковых средств в зависимости от речевой ситуации

2. Укажите виды норм русского литературного языка:

а) орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические, орфографические, пунктуационные

б) лексические, функциональные, единичные, акцентологические, стилистические, обработанные

в) специальные, пунктуационные, словообразовательные, особенные, орфографические, отработанные

3. Укажите, из каких источников пополняются языковые нормы:

а) словари, социологические опросы, жаргоны, просторечия, детективы, сканворды

б) словари, иностранная лексика, диалектная лексика, художественная литература, средства массовой информации

в) произведения писателей-классиков, словари, анализ языка СМИ, научные исследования, данные анкетных, социологических опросов

4. Выберите предложение, наиболее точно характеризующее понятие «языковая норма»

а) Языковые нормы существуют объективно и обязательны для всех носителей языка.

б) Языковые нормы зависят от желания каждого отдельного человека.

в) Языковые нормы обязательны для устной формы речи, но не обязательны для письменной.

12. Прочитайте отрывки из произведений художественной литературы. Выделите форма слов, которые не соответствуют современным нормам. Укажите виды норм.

1. Прошло два года после смерти отца Лизина. Луга покрылись цветами, и Лиза пришла в Москву с ландышами. [...] «Что с тобой сделалось?» — спросила испугавшаяся мать, которая подле нее сидела. [...] Таким образом прошло несколько недоль. Однажды ввечеру Эраст долго ждал своей Лизы. (Н.М.Карамзин «Бедная Лиза»).

2. У лукоморья дуб зеленый;

Златая цепь на дубе том:

И днем и ночью кот ученый

Всё ходит по цепи кругом;

Идет направо — песнь заводит,

Налево — сказку говорит.

(А.С. Пушкин «Руслан и Людмила»)

3. День зимою оттого короткий, что подобно всем прочим предметам видимым и невидимым от холода сжимается и оттого, что солнце рано заходит, а ночь от возжжения светильников и фонарей расширяется, ибо согревается. Потом я открыл еще, что собаки весной траву кушают подобно овцам и что кофей для полнокровных людей вреден, потому что производит в голове головокружение, а в глазах мутный вид и тому подобное прочее. (А.П.Чехов «Письмо к ученому соседу»).

4. Ничего не будет, маман. За воду вы уже вносили? (И.Ильф, Е.Петров «Двенадцать стульев»).

13. Вставьте пропущенные буквы, над словами укажите номер орфографического правила:

- 1) слова с неизменяемыми приставками,
- 2) приставки на -з / -с,
- 3) слова с приставками ПРЕ / ПРИ,
- 4) Ы – И после приставок.

1. Далеко на том берегу, в непроглядной тьме, горело вра...сыпную несколько ярко-красных огней. 2. Вдруг, ра...секая потемки, золотой лентой в...вилась к небу без...скровая ракета; она описала дугу и, точно ра...бившись о небо, с треском ра...сыпалась в искры. 3. Ра...драженные запахом зверя, его собаки так увлеклись п...гоней, что ...скоре не стало слышно даже их лая. Между тем нез...метно ...гушался вечер, и н...ступила ночь. 4. И...дали д...носились пр...зывные звуки охотничьих рогов, но чем ближе, как п...казалось королю, он шел к ним, тем слабее звучали рога. 5. Однажды, охотясь в густом лесу, король Генрих н...пал на след пр...красной горной козы и, пр...следуя ее, ..тстал от своей охотничьей свиты на большое ра...стояние. 6. Пока ра...горался бур...ян, Кирюха и Вася ходили за водой куда-то в пр...озерную балочку; они и...чезли в потемках, но все время слышно было, как они звякали ведрами и ра...говаривали. 7. Раз...скать мышей здесь оказалось не так просто. 8. Меж...нститутские соревнования з...кончились значительно позже, чем мы ра...считывали.

14. Вставьте пропущенные буквы. Составьте 3 – 4 словосочетания с любыми словами.

Про...нвентаризовать – без...нвентарный, до...сторический – пред...стория, сверх...скусный – без...скусный, на...менование – без...мянный, до...юньский – пред...юньский – пост...юльский, за...нтересоваться – без...нтересный.

Без...дейная кинокартина, без...мпульсный датчик, без...нициативный помощник, небез...нтересный фильм, без...скровая сварка, без...скусный рассказ, без...сходное положение, вз...мать налоги, вз...гравшее самолюбие, вз...скательный вкус, дез...нтрегальная схема.

15. Вставьте пропущенные буквы, укажите над словами тип правила гласные Е – О после шипящих: 1) в корне; 2) в суффиксе; 3) в окончании.

1. Ож...гся на молоке – и на воду дует. 2. Шутил волк с жеребц...м, да зубы в горсти унес. 3. Щ...голь ходит живот поджав. 4. Плач...м горю не поможешь. 5. Много есть – не велика честь: обж...рой назовут. 6. Хорош...го не купишь деш...во. 7. Хорош садовник, хорош и крыж...вник. 8. Не сердись – печ...нка лопнет. 9. Своя сторона по ш...рстке гладит, чужая – насупротив. 10. Кто деревц... посадит, тот человеку друг. 11. На хороший цветок и пч...лка летит. 12. Бережливый – что стыдливый: чуж...го не возьмет. 13. Хорош... жить в поч...те, да ответ велик. 14. Мысль с сердц...м, а речь с перц...м. 15. Лучше смолоду быть умным, чем под старость мудрец...м. 16. И на ш...ссе бывают ухабы. 17. С умелым бойц...м победа дружит. 18. Не чванься отц...м, хвались сыном-молодц...м. 19. Лиц...м хорош, да душ...й непригож. 20. Не заслонить солнца рукавиц...й, не убить молодца небылиц...й. 21. Невелик сверч...к, да громко поет. 22. Есть сердц..., да закрыто дверц...й. 23. Русский ни с меч...м, ни с калач...м не шутит. 24. С вином поводишься, нагиш...м находишься. 25. Попался зверек, коль на рыльц... пуш...к. (Пословицы и поговорки)

16. Поставьте существительные (в скобках) в соответствующую падежную форму. Обозначьте их окончания.

1. Гаврилу охватила волна (воспоминания) о своей (деревенька), сбегавшей по крутой горе вниз к (речка), скрытой в (роща) (М. Г.). 2. Так он жил с (ощущение), что можно позвонить и прийти к (Любовь Петровна) (Сол.). 3. Сижу я в (полузабытьё): ни сплю, ни бодрствую (Сладк.). 4. Снег в (изножие) деревьев напоминает постный сахар (Наг.). 5. Я жил в (очарование) (непостижимость) окружающего (Наг.). 6. В ожесточенном (пение) ветров

не слышит сердце правильных (созвучия) (Забол.). 7. А сколько (дела), (события), (судьбы), людских (печали) и (победы) вместились в эти десять (сутки), что обратились в десять лет! (Твард.). 8. Стволы (яблони), (груши), (вишни) и слив выкрашены от червей в белую краску (Ч.). 9. В (отдаление) еще толпились тяжелые громадные тучи (Т.). 10. Желанный друг неведомых (столетия)! Ты весь дрожишь, ты потрясен былым! (Брюс.).

17. Раскройте скобки. Объясните правописание наречий.

1. Зной был нестерпим (по) прежнему (Т.). 2. Все замерли в ожидании, что (вот) вот выскочит заяц (Пришв.). 3. Плыла очень пестро (по) египетски раскрашенная нильская барка (Леск.). 4. Однако ж мы как (то) понимали друг друга (Ланч.). 5. Зеленоватая волна скользила мимо, (чуть) чуть вспухая и урча (Т.). 6. У Якова других родных не было, мать его (данном) давно умерла (Т.). 7. Он обладал чудовищной силой, с ножом ходил на медведя (один) (на) один (Гил.). 8. Завязав лапти (крест) (на) крест, он поднес сургуч к огню (Фед.). 9. Эти слова я (перво) (на) перво разучу (Ш.). 10. В это время в лесу (только) только начинается красивая борьба за свет (Пришв.). 11. Я требовал, (во) первых, комнату, где бы мог раздеться, (во) вторых, стакан вина, (в) третьих, обоза для моего провожатого (П.). 12. Мы все учились (по) немногу чему-нибудь и как-нибудь (П.). 13. Откинув циновку, гляжу я вперед – (по) прежнему вьюга крутится (П.). 14. Сначала он ехал какой-то неизвестной дорогой, а потом покати́л (по) прежнему пути. 15. (По) видимому, своим словам пастух придавал немало значения (Ч.).

18. Образуйте названия жителей городов и местностей. В случае затруднения используйте справочник Л.К. Граудиной, В.А. Ицкович, Л.П. Катлинской «Грамматическая правильность русской речи. Стилистический словарь вариантов» (М., 2004); «Словарь названий жителей РСФСР», порталы www.gramota.ru; www.gramma.ru.

Образец: Москва – москвич, москвичи.

Астрахань, Архангельск, Братск, Вена, Венеция, Варшава, Вологда, Выборг, Вятка, Гусь-Хрустальный, Казань, Курск, Омск, Пермь, Рига, Санкт-Петербург, Сергиев Посад, Смоленск, Тверь, Череповец, Элиста.

19. Продолжите список, образуя названия жителей городов и поселков Калининградской области. В случае затруднения используйте справочник Л.К. Граудиной, В.А. Ицкович, Л.П. Катлинской «Грамматическая правильность русской речи. Стилистический словарь вариантов» (М., 2004) или «Словарь названий жителей РСФСР», порталы www.gramota.ru; www.gramma.ru.

Образец: Калининград – калининградец, калининградка, калининградцы

Озёрск – озёрец - озерчанин, озёрка - озерчанка, озёрцы - озерчане.

Советск, Зеленоградск, Светлогорск, Черняховск, Славск, Светлый, Пионерский, Нестеров, Мамоново, Балтийск, Гвардейск, Гурьевск, Гусев, Краснознаменск, Ладущин, Правдинск.

20. От предложенных существительных мужского рода образуйте парные женского рода.

Араб, англичанин, баск, болгарин, грек, испанец, индеец, индеец, карел, китаец, кореец, мордвин, перс, поляк, финн.

21. От данных существительных образуйте форму родительного падежа множественного числа.

Образец: бедуины – бедуинов.

Вандалы, габариты, рельсы, кабели, нервы, стёкла, места, амперы, рентгены, ярды, километры, мандарины, абрикосы, гольфы, армии, раздумья, чулки, носки, таджики, волонтеры, болгары, брелоки, госпитали, хлопья.

22. Вставьте, где необходимо, тире между подлежащим и сказуемым. Объясните условия выбора.

1. Мягкие сумерки первый признак того, что сегодняшний день по звонкой и чистой мощи своей не повторится ни завтра, ни послезавтра, долго-долго (Расп.). 2. Поездка в город это три часа от порога до порога туда и столько же обратно (Расп.). 3. И для вопросов существуют границы, за которые не следует переходить. Это то же самое, что небо и вода, небо и земля, находящиеся в вечном продолжении и подчиняющиеся друг другу, и что из них вопрос и что ответ? (Расп.). 4. Вспоминать необыкновенно интересное занятие (Кав.). 5. ...В пьесах Островского актеры старались сделать вид, что они обыкновенные переодетые люди (Кав.). 6. Общий тон Флоренции отсутствие современной лавки и фабричной красоты (Кис.).

23. Расставьте знаки препинания. Укажите, где определения являются однородными, а где неоднородными.

1. Обшарканный издававший виды вездеход остановился на берегу большой окутанной утренним туманом реки (Перм.). 2. Все это нравилось Натке и людской поток и пыльные желтые автобусы и звенящие трамваи....(Гайд.). 3. Жаворонки запели высоко-высоко в полусумрачной воздушной бездне (Т.). 4. Жизнь за мое упорство вернула мне счастье безмерное изумительно-прекрасное (Н.О.). 5. Дует резкий холодный ветер (П.). 6. Жидкий ранний ветерок уже пошел бродить и порхать над землею. Тело мое ответило ему легкой веселой дрожью (Т.).

24. Расставьте знаки препинания. Укажите, где определения являются однородными, а где неоднородными.

1. Солнце скрылось за снеговым хребтом и бросало последние розовые лучи на длинное тонкое облако на ясном прозрачном горизонте (Т.). 2. Зеленой чертой ложится след ваших ног по росистой побелевшей траве (Т.). 3. Наступила дождливая грязная темная осень (Ч.). 4. Станный болезненный крик раздался вдруг два раза подряд над рекой (Т.). 5. По широкому мокрому лугу по зазеленевшим холмам по длинной пыльной дороге по сверкающим обгаренным кустам и по реке полились сперва алые потом красные золотые потоки молодого горячего света. 6. Тоня взяла недочитанный роман открыла маленькую крашеную калиточку и медленно пошла к станционному пруду у водокачки (Н.О.).

25. Вставьте запятые, объясните графически пунктуационные правила.

1. Я извинился как мог назвал себя и предложил ему птицу застрел...нную в его владениях (Т.). 2. У (не) которых мальчиков на руках грузно в...сели низки бычков вывал...нных в морском песке как в сухариках (Кат). 3. Она пила кофей в беседке на берегу ш...рокого озера усе...нного островами (П.). 4. Черкес орудием обвеш...н он им гордит...ся им утеш...н (П.). 5. Я ехал по земле везде засе...нной хлебом (П.). 6. Эта тропа хорошо пристрел...на из бойниц дота (Тох.). 7. Она свежа как вешний цвет взлеле...нный в тени дубравной (П.). 8. В темной избе занес...нной снежными в...югами вспомнилась Марье молодость (Бун.).

Практическое занятие № 12. Морфологические нормы современного русского литературного языка

Цель занятия: усвоить понятие о морфологии, изучить особенности русской

морфологии, правила употребления самостоятельных частей речи, изучить правила склонения числительных, сочетания числительных и существительных.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Морфология самостоятельных частей речи.
2. Морфология имени существительного.
3. Трудности употребления глагола и глагольных форм, прилагательного, причастия, деепричастия, местоимения.
4. Трудности употребления имени числительного.
5. Склонение количественных числительных.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Понятие морфологии.
2. Специфика морфологии русского языка.
3. Употребление форм имени существительного.
4. Определение рода несклоняемых имен существительных.
5. Трудности употребления глагола и глагольных форм.
6. Морфология имени прилагательного.
7. Употребление степеней сравнения прилагательного.
8. Образование и употребление форм причастий.
9. Образование и употребление форм деепричастий.
10. Морфология местоимения.
11. Сложности употребления числительного.
12. Сочетание числительного и существительного.
13. Склонение количественных числительных.
14. Склонение порядковых числительных.

2. От приведенных слов, используя суффиксы -к, -ниц, -ш, -ичк, -иц, -ин, -есса, -их, образуйте существительные женского рода. Укажите, какие из них могут быть использованы во всех функциональных стилях, употребление каких ограничено разговорно-бытовым стилем, а какие относятся к просторечию?

Приятель, филолог, биолог, доктор (звание), доктор (профессия), кандидат, диссертант, журналист, солдат, офицер, медик, историк, танцор, декан, критик, кассир, начальник, гример, мастер, бармен, киоскёр, свидетель, собеседник, трус.

3. Вставьте окончания, употребив слова в нужной форме:

1. Кандидат экономических наук, доцент Иванова Анна Ильинична возглавил... предприятие в трудный период. Директор рассмотрел... проект обязательства, согласно которо... осуществлялась реконструкция производства. В пользу проекта высказались известные профессор... .

2. Согласно приказ... директора токарь... и слесар... работали в течение первого квартала сверхурочно. Благодаря успешн... стечени... обстоятельств, задание выполнено в срок.

4. Подберите прилагательные-определения к словам. Например: вкусное эскимо. С 3-4 словосочетаниями составьте предложения.

Рояль, фамилия, бра, атташе, кофе, СКФУ, тюль, молодежь, кафе, рельс, туфля, МИД, какаду, толь, шимпанзе, пальто, шоссе, метро, мозоль, табель, депо, купе, какао,

меню, такси, бюро, пари, жюри, Сочи, фойе, Тбилиси, леди, МХАТ, Батуми, ООО, «здравствуйте», Бештау, бандероль, боржоми, манго, ГИБДД, пенальти, повидло, стоматолог, авеню, безе, портмоне, салями, ФСБ, фрау, цеце, шампунь.

5. Образуйте словосочетания «прил. +сущ.» с приведенными ниже сложносоставными существительными.

Генерал-губернатор, женщина-космонавт, музей-квартира, платье-халат, вагон-ресторан, кресло-кровать, театр-студия, диван-кровать, автомат-закусочная.

6. Определите род несклоняемых географических наименований. С 5 – 6 словами составьте предложения.

Цинцинатти, Сан-Франциско, Сан-Паулу, Мали, Хонсю, Осака, Нагасаки, Килиманджаро, Миссисипи, Онтарио, Дели, Замбези, Хоккайдо, Перу, Сухуми, Капри, Тбилиси, Джерси, Гоби, Токио, Колорадо, Кале, Титикака.

7. Составьте сочетания или предложения с данными глаголами. Объясните смысловые и грамматические различия.

Обезволить – обезволеть, обезводить – обезводить, обессилить – обессилеть, обезденежить - обезденежить.

8. Образуйте формы 1 лица единственного числа настоящего времени. Объясните, с чем связаны трудности при выполнении задания. С выделенными словами составьте предложения.

Твердить, *будить*, *дерзить*, чудить, побудить, лазить, ощутить, шелестеть, *пылесосить*, *колесить*, грезить, цедить, знобить, светать, *роптать*, выздороветь.

9. Раскройте скобки, выбрав нужную букву, объясните свой выбор.

Иструхляв(е, и)ли солом(у, и) - пни иструхляв(е, и)ли
враги кровав(е, и)ли руки - нарывы кровав(е, и)ли
реки обезвод(е, и)ли в засуху - обезвод(е, и)ли сырой участок
обезденеж(е, и)л после отпуска - обезденж(е, и)л родителей
обезлес(е, и)ли область - участки обезлес(е, и)ли от вырубок
обезнож(е, и)л от страха - паралич обезнож(е, и)л его
обессил(е, и)л в схватке - обессил(е, и)л противника
пашня обесплод(е, и)ла - нерадивость обесплод(е, и)ла пашню
штормовка обледен(е, и)ла на морозе - вьюга обледен(е, и)ла руки
оподл(е, и)ть душой - оподл(е, и)ть мысли
ведро проржаве(е, и)ло - коррозия проржав(е, и)ла железо
яблоки червив(е, и)ли день ото дня - бесхозяйственно гноили и червив(е, и)ли
овощи при хранении
кожа шершав(е, и)ла от мороза - "Черная работа шершав(е, и)т руки" (В.Даль).

10. Замените местоимение её подходящими по смыслу существительными. Обоснуйте выбор с точки зрения грамматики.

Я надеваю её.

Я одеваю её.

11. Укажите стилистические недочеты, исправьте их.

1. Фонды материального поощрения позволяют гибче подходить к группе в целом и к отдельным ее представителям. 2. Вера оказалась в преглупейшем положении. 3. Нет ничего более худшего, чем ложь и грубость, допускаемые взрослыми. 4. Нищету этого зрелища подчеркивают все более ординарнейшие «вставки» в представление. 5. Этот призыв и в настоящее время действен. 6. Метод исследования правилен и соответствует сложности самой проблемы. 7. Результат работы актера становится зрим и ясен лишь после того, как заканчиваются съемки и фильм монтируется.

12. Раскройте скобки, выбрав одну из предложенных форм.

1. Я (сыт/сытый). 2. Сегодня он (сердит/сердитый). 3. Профессор (доволен/довольный) успехами студентов. 4. Больной еще (слаб/слабый). 5. Вода в реке была (темна/темная) и (холодна/холодная). 6. Константин Сергеевич очень (умен/умный). 7. Эти многоугольники (симметричны/симметричные). 8. Он слишком (застенчив/застенчивый). 9. Эти ошибки легко (исправимы/исправимые). 10. Эта река слишком (мелководна/мелководная) для судоходства. 11. Кто (бодр/бодрый) душой, тот всегда (весел/веселый) и (здоров/здоровый). 12. Мясо уже почти (готово/готовое). 13. Стены в этой крепости (высоки/высокие).

13. Выберите нужную форму, аргументируйте свой выбор.

1. Профессор (известный, известен) своими открытыми лекциями.
2. Момент вручения награды был (торжествен, торжественен).
3. Заведующий кафедрой (ответственен, ответствен) за каждого выпускника.
4. Изменения уровня подготовки (очевидны, очевидные) для всех.
5. Этот участок морского берега (крут, крутой) для спуска.
6. В Варшаве (открылось, открылся) (новый, новое) кафе-шоп.
7. (Одно, один, одна) евро изначально (стоило, стоил, стоила) дороже доллара.
8. Наследство было поделено между сыновьями на три (неравные - неравных) части.

14. Просклоняйте сочетания «причастие+существительное», отчетливо выговаривая слова.

Бушующее море, осипший студент, неприемлемое поведение, потухший взгляд, разволновавшиеся родители.

15. Исправьте ошибки, связанные с употреблением деепричастных оборотов.

1) Глядя на первоклассников, у нас возникают воспоминания о тех днях, когда мы впервые переступили порог школы.

2) Не доезжая до берега, лёд провалился.

3) Переползая ночью ничейную полосу, шальная пуля угодила ему в голову.

4) Читая пьесу «Вишнёвый сад», особое впечатление на меня произвёл Петя Трофимов.

5) Проснувшись утром, ей захотелось искупаться в море.

6) Регулярно занимаясь спортом, наше здоровье укрепляется.

7) Выйдя на набережную, на ней не было ни души.

8) Увидев подругу после долгой разлуки, у меня навернулись слёзы на глаза.

9) Закончив длительные гастроли, возвращение труппы домой было радостным.

16. Закончите предложения.

1. Помолчав ещё немного и не отрывая глаз от юноши...

2. Глядя в упор на врага...
3. Стараясь уловить хоть тень беспокойства...
4. Купив в магазине продукты...
5. Войдя в комнату...
6. Вспомнив человека...
7. Расставив мебель иначе...
8. Поступив в университет...

17. Объясните ошибки в употреблении местоимений, исправьте недочеты.

1. Больной попросил сестру налить себе воды. 2. Хозяйка сняла со стола чемодан и отодвинула его в сторону. 3. Группа сдала уже все зачеты и просила проэкзаменовать их в первую очередь. 4. Сзади его ехала нагруженная вещами машина. 5. Когда наступили каникулы, студенты поехали к своим родным; они их ждали с большим нетерпением, надеясь хорошенько отдохнуть. 6. Первое выступление артистки принесло ей большой успех, и от ней можно ждать многое. 7. Высчитав мой заработок, бригадир указал соразмерно ему сумму причитавшихся с меня налогов. 8. Я должен поздравить Екатерину Сергеевну с успешной защитой своей докторской диссертацией. 9. Банкам может быть отказано в расширении своих операций. 10. За 10-15 тысяч лет приручения человеком у собаки по сравнению с волком – своим далеким предком – изменилась лишь психика и гормональная система. 11. Вас будут терзать мысли о своей внешней красоте. 12. Эти люди укрывают нас от своих самолетов.

18. Устраните недочеты и речевые ошибки, возникшие вследствие неправильного использования местоимений (искажение смысла, подмена понятия из-за неправильного порядка слов, введение местоимений в текст при отсутствии существительных, которые замещаются; неправильный выбор грамматической формы местоимения).

1. Признание и успех не помешали Владимиру в своем выступлении заявить о своей неизменной благодарности своему учителю. 2. Выросло целое поколение, для которых война – история. 3. В этом музее были выставлены чучела динозавров, которые все погибли от бомбежки. 4. Вся техника, которая используется в сельском хозяйстве, служит не только для того, чтобы облегчить жизнь земледельцев, но и чтобы помочь растениям улучшить их жизнь. 5. Будем чаще проводить такие встречи: они вызывают интерес у молодежи к своей профессии, развивают их любовь к театру. 6. В этот день Петров вывел Джека на прогулку со всеми своими медалями. 7. Когда к нам приходит новое пополнение, мы убеждаемся, насколько различен уровень их подготовки. 8. Пусть на этих километрах Владимиру встретятся хорошие люди, а попутный ветер поможет их преодолеть. 9. Мысли Печорина метались между Верой и княжной Мери, и он решил с одной из них покончить (из ученических сочинений).

19. Дайте оценку выбору и употреблению местоимений. Устраните речевые ошибки.

1. Ни о какой-либо помощи не приходится и думать. 2. Труппа артистов, предварительно поискав друг друга у вокзала, наконец собралась и отправилась в Рузу. 3. В доме царил беспорядок: на столе лежал молоток без никакой пользы. 4. По окончании своей школы я обязательно останусь работать в родном для меня селе. 5. Заведующая обувной секцией, срочно подойдите к себе! 6. Завод накануне большого события: к ним должна прибыть новая поточная линия. 7. Это сотая новинка для детей, производство которых освоено с начала года предприятиями города.

20. Раскройте скобки.

1. Ветер не утихал более (*полтора дня*). 2. Узнала о лишних (*полтора*ста килограмм). 3. Если бы это произошло (*полтора года*) ранее, всё было бы иначе. 4. В саду насчитывается более (*полтора*ста видов) растений. 5. На дорогу у нас ушло (*полтора*) суток. 6. В работе кружка принимало участие около (*полтора десятка*) студентов. 7. Можно было вполне обойтись (*полторы тысячи рублей*). 8. Трамвайная остановка находится совсем близко, в (*полтора*ста шагов) отсюда.

21. Из количественных числительных образуйте порядковые, составьте словосочетания, запишите их.

27, 200, 14, 37648, 2500, 2006, 4582.

22. ЗАПОМНИ! Названия праздников пишутся двумя способами:

9 Мая или Девятое мая; 8 Марта или Восьмое марта.

23. Запишите знаменательные даты двумя способами.

04.11, 08.03, 23.02, 09.05.

24. Раскройте скобки, запишите числительные словами, выбирая разряд и форму числительного и зависимого существительного.

1. За целый день продано всего (4 / ножницы). 2. У нашей кошки (5 / котенок). 3. Предомной в очереди стоят только (3 / женщина). 4. Для оборудования компьютерного класса необходимо (25 / стул). 5. Вместе с отцом в отделе работают (9 / инженер). 6. Я мечтаю о (10 / сутки) в Париже.

25. Перестройте высказывания так, чтобы сочетание числительных с существительными не вызывало затруднений.

1. Мы с друзьями отдыхали в Одессе на турбазе 23 суток. 2. Для работы ателье необходимо закупить 134 ножниц. 3. Бабушка так увлеклась вязанием, что через месяц в ее сундуке я обнаружила 24 рукавичек. 4. По зимней накатанной дороге друг за другом ехали 34 саней, груженных провиантом. 5. В лучшей оптике города для наших бабушек и дедушек мы заказали 8 очков.

26. Придумайте предложения с данными ниже словосочетаниями.

К 5 (сентябрь), с 8 (Март), с 23 (Февраль), К 1 (Май).

27. Заполните таблицу

<i>надеж</i>	<i>предлог</i>	479	8745	96263852
Р.П.	<i>нет</i>			
Д.П.	<i>к</i>			
Т.П.	<i>между</i>			
П.П.	<i>о</i>			

28. Запишите цифры словами.

1. Между 284 и 479 находится числительное 316. 2. Прибыл океанский лайнер с 2 396 пассажирами. 3. Если к 355 прибавить 145, то получится ровно 500. 4. Фруктовый сад расположен на 760 гектарах. 5. Правители держав встретились с 859 российскими студентами, 638 африканскими и 647 студентами из Латинской Америки. 6. Грузоподъемность судна исчисляется 28248 тоннами. 7. Сумма 2194 и 756 равна 2950, а разность этих чисел равна 1438. 8. Комар за одну секунду делает от 500 до 600 полных взмахов крылышками.

Практическое занятие № 13. Синтаксические нормы русского языка

Цель занятия: изучить особенности синтаксиса в русском языке.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Синтаксические нормы русского языка.
2. Отступления от нормы.
3. Нарушение порядка слов.
4. Неверное согласование и управление.
5. Употребление обособленных членов предложения в недопустимых для них конструкциях.
6. Неверное построение сложных предложений. Неверное построение конструкций с прямой и косвенной речью.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Особенности синтаксиса в русском языке.
2. Синтаксические нормы. Синтаксические нормы и культура речи.
3. Правила согласования подлежащего и сказуемого.
4. Правила построения осложненных предложений.
5. Согласование определений и приложений.

2. В скольких различных смыслах можно понять фразу? Как в грамматике русского языка называют такое явление? Исправьте ошибку в предложении.

Будущее детей Владимира радует?

3. Объясните, какие два смысла имеют предложения. Переделайте предложения так, чтобы они стали однозначными. Напишите свои варианты.

1. Хозяин дома спал.
2. В древних документах подобного рода термин отсутствует.
3. Через час после поступления дела ко мне позвонил Степанов.
4. Мы регулярно будем печатать новости литературы и искусства за рубежом.

4. Образуйте словосочетания с данными предлогами.

Согласно (приказ, распоряжение, предписание, заявление, устав, закон, договор, соглашение, план).

Вопреки (сомнение, предсказание, обещание, совет).

Наперекор (судьба, враги, злые силы, расчеты).

Благодаря (забота, уход, случай, внимание, настойчивость, друзья, товарищи).

5. Составьте предложения со следующими словами.

Ввиду, вследствие, впоследствии, в целях, с целью, при помощи.

6. Устраните ошибки в образовании причастных и деепричастных оборотов.

1. В руках у режиссера кадры из кинокартины, снимающейся на «Мосфильме».
2. Этот талантливый литератор, пища фельетон, строил фразу с милыми интонациями.
3. Направляемых студентов на практику необходимо хорошо подготовить.
4. Узнав о смерти поэта, Варвара Александровна так и не смогла оправиться от удара, хотя и прожила еще 10 лет, умерев в возрасте 36-ти лет.
5. В таком же положении, как и жители Адрии, находились и жители близлежащих селений и ферм, отрезанных наводнением и спасающиеся на крышах домов.
6. Студенты, попытающиеся пользоваться мобильными телефонами, будут лишены возможности сдавать экзамен.
7. Заглянув на урок, директору представилась интересная картина.
8. Он задумчиво следил за игрой волн, избежавших на берег, колыхая тяжелый баркас.

7. Устраните ошибки в предложениях с однородными членами предложения.

1. Много критических замечаний и ценных предложений было внесено собравшимися при обсуждении вопроса. 2. Чтение романов воспитывало во мне любовь к путешествиям, мечты о покорении космоса. 3. Поздравляю вас от всей души и лично от себя. 4. Полиция обрушила на бунтующую молодежь дубинки, гранаты со слезоточивым газом и огнестрельное оружие. 5. В качестве материала для романа «Война и мир» Л.Н. Толстой использовал семейные архивы, мемуары, литературные источники и разные другие официальные документы.

8. Устраните морфологические и синтаксические ошибки.

1. Я работал весь день, но мне не оплатили за работу. 2. Употребляя букву «ъ» на конце слов, в XIX веке это была лишь дань традиции. 3. По обоим сторонам дороги зеленели деревья. 4. Глава администрации города распределяет и управляет имуществом и финансами. 5. Объяснение этих явлений может быть найдено, взяв в качестве иллюстрации следующие факты. 6. Изучая экономические процессы, происходящие в нашем обществе в последние годы, обнаруживается определенная закономерность. 7. Мать купила несколько пар чулок, носков и прекрасный шерстяной свитер. 8. Известно, что ООН внес значительный вклад в разрядку международной напряженности в семидесятые годы. 9. Я не помню содержания прочитанных книг, забываю имена героев, и за сочинения учитель мне ставит пятерки. 10. Иванов отказался со всеми учениками сдавать экзамен. 11. В район приехал инструктор для подготовки специалистов по борьбе с сельскохозяйственными вредителями из местных жителей. 12. Тургенев любил красоту русской природы и скучал за ней, когда жил в Париже. 13. Заглянув на урок, директору представилась интересная картина. 14. Владимир Ногин на днях занял должность заведующего кафедры. 15. Надев костюм в примерочной, он подгоняется по фигуре.

Практическое занятие № 14. Лексические нормы русского языка

Цель занятия: изучить и закрепить на практике лексические нормы, обучить находить и устранять лексические ошибки в тексте.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Отступления от нормы.
2. Неточное словоупотребление.
3. Лексическая избыточность (плеоназм и тавтология) и лексическая неполнота.
4. Смешение паронимов.
5. Искажение фразеологических оборотов.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Особенности использования слов в русском языке.
2. Лексическая сочетаемость.
3. Нарушение лексической сочетаемости как стилистический прием.
4. Нарушение лексической сочетаемости как речевая ошибка.
5. Паронимия.
6. Виды лексических ошибок, пути их устранения.
7. Речевая избыточность.
8. Тавтология и плеоназмы.

9. Речевая недостаточность.

2. К данным словам подберите антонимы.

Бодрствовать, разрушать, ругать, трусость, радость, война, крутой, просторный, острый, дерзкий, много, небрежно, раньше.

3. Подберите 7 – 8 синонимов к каждому из данных слов, с 4 – 5 из них составьте предложения.

Говорить, идти, большой, труд, слушать.

4. Вставьте необходимые по смыслу слова.

1. «Ты действительно проделал большую работу». – «Не большую, а ...». 2. Его голос звучал не просто громко, он звучал ... 3. Журавлев не только способный ученик, он ... 4. Это не просто хороший способ, а ... 5. Если лет десять назад он был худощавый, то теперь он совсем ... 6. Его стремление к обогащению теперь превратилось в ... 7. Его раздражение переросло в ... 8. Эти наговоры следует расценивать как ... 9. Вид у него был не только печальный, а просто ... 10. Иванов не просто честный работник, а он ...

5. Включите в предложения следующие сочетания слов.

Иметь значение, играть роль, играть первую скрипку, ознакомить с планами, познакомить с другом, оплата труда, заплатить за проезд, вдыхать аромат, нефтяная компания, военная кампания.

6. Объясните значения иноязычных слов, составьте предложения:

Импортировать, приоритет, индифферентный, мораторий, гармонировать, конфиденциально, пролонгация, легитимность, адекватный, консенсус, менталитет, реноме, дивиденд, плебисцит.

7. Выберите верный вариант:

1. На мебель были (одеты – надеты) чехлы. 2. Чтобы чаще бывать в театре, я купил (абонент – абонемент). 3. Я уже (оплатил – заплатил) за проезд. 4. Мой товарищ очень (бережный – бережливый) человек. 5. Декан поставил свою (подпись – роспись) в документе.

8. Устраните многословие в выражениях, составьте предложения с данными словосочетаниями.

Каждая минута времени; отступать назад; в декабре месяце; впервые познакомиться; завещать в наследство; в летний период времени; ошибочное заблуждение.

Криминальное преступление; свободная вакансия; преysкурant цен; памятный сувенир; будущие перспективы; смелый риск; первая премьера; моя автобиография; первое дебютное боевое крещение; хронометраж времени.

9. Внесите правки в предложения с разными видами речевой избыточности.

1. Позвольте мне вам подарить подарок. 2. Сегодня у нас в гостях гость из Киева. 3. Хочу коснуться еще одного момента, касающегося доверия избирателей: предпринимаемые нами меры ни в коей мере не должны подрывать доверие к государственным учреждениям. 4. Комплекс нерешенных проблем надо решать комплексно. 5. Наружная внешность героини достаточно привлекательна. 6. Она целеустремленно стремится к своей намеченной цели. 7. У нас в гостях почетный гость из Москвы. 8. Наблюдается чудовищное улучшение условий жизни. 9. Он настоящий патриот своей родины. 10. В феврале снижение надоев возрастает с каждым днем.

10. Устраните тавтологию, запишите исправленные предложения.

1. И в то же мгновение я почувствовала, что он почувствовал во мне врага. 2. В своей работе руководители учреждений руководствуются новейшей методической литературой.

3. В прошлом году выдался неурожайный год. 4. Уровень жизни жителей общежития зависит от них самих. 5. Мы каждый месяц платим абонементную плату за телефон. 6. В метро можно провозить велосипед или зайти с собакой. Необходимо только купить билет для велосипеда или использовать один чип на карте велосипеда. Есть выделенные вагоны, где разрешен провоз велосипедов. Имеется также велосипедная парковка на каждой станции метро.

11. Исправьте в предложениях ошибки, возникшие из-за омонимии.

1. Вот уже третью встречу наша команда проводит без голов. 2. Ребенок требует ухода матери. 3. Долг врача не отмахиваться от больного, а довести его до конца. 4. Я прослушал ваши замечания. 5. Голова крупного рогатого скота ежедневно прибавляет в весе в среднем 516 граммов. 6. Письмо пережило тысячелетия, задолго до возникновения почтово-телеграфных связей оно служило общению людей.

12. Запишите в 2 столбика однозначные и многозначные слова.

Йог, кавычки, консерватор, лидер, монолог, наносный, направление, перемена, природный, состряпать, таять, трамвай, элегантный, язычество, зенит.

13. Выпишите слова, употребленные в переносном значении.

Змеиная улыбка, избитые фразы, каверзный вопрос, выжечь каленым железом, прокатить на выборах, квельный ребенок, говорить кичливо, колыбель свободы, кольцо блокады, лента дороги, лезть на гору, неоправданное мотовство, совершить моцион, обезболивающие средства.

14. Вместо точек вставьте слова, которые наиболее точно выражают мысль; мотивируйте свой выбор.

Человек ... (изобрел, нашел, отыскал, придумал, создал) слова для всего, что обнаружено им ... (в мире, во вселенной, на земле). Но этого мало. Он ... (назвал, объяснил, определил, указал на) всякое действие и состояние. Он ... (назвал, обозначил, объяснил, окрестил, определил) словами свойства и качества всего, что его окружает. Словарь ... (воспроизводит, определяет, отображает, отражает, фиксирует) все изменения, ... (происходящие, совершающиеся, существующие) в мире. Он ... (запечатлел, отразил, сохранил) опыт и мудрость веков и, не отставая, сопутствует жизни, ... (движению, прогрессу, развитию) техники, науки, искусства. Он может ... (выделить, назвать, обозначить, определить, указать на) любую вещь и располагает средствами для ... (выражения, обозначения, объяснения, передачи, сообщения) самых отвлеченных и обобщенных идей и понятий.

15. Сравните предложения в левой и правой колонках. Объясните, чем была вызвана необходимость такой правки.

Предложениядоправки	Предложенияпослеправки
Фермеры стремятся добиться увеличения овец в хозяйстве.	Фермеры стремятся добиться увеличения поголовья овец в хозяйстве.
Больные, не посетившие лабораторию в течение трёх лет, сдаются в архив.	Карточки больных, не посетивших лабораторию в течение трёх лет, сдаются в архив.
Язык героев Шолохова резко отличается от героев других писателей.	Язык героев Шолохова резко отличается от языка героев других писателей.

Условия города отличны от села.	Условия жизни в городе отличаются от условий жизни в селе.
Надо объединить всех, кто восстанавливает пострадавший от наводнения город.	Надо объединить усилия всех, кто восстанавливает пострадавший от наводнения город.
В городе появились сильные шахматисты на столетней доске.	В городе появились сильные шахматисты, играющие на столетней доске.
На первых порах устанавливалось оборудование в полпечатного листа.	При возобновлении работы полиграфического комбината вначале установили оборудование лишь для изготовления продукции форматом в половину печатного листа.
В эту смену, между 16 и 20 часами, и был выработан миллиард энергетиков.	В вечернюю смену стране был дан тысячный миллиард киловатт-часов электроэнергии.
У каждого человека есть место для подвига.	В жизни каждого человека есть место для подвига.

Практическое занятие № 15. Подготовка публичного выступления

Цель занятия: проанализировать этапы подготовки публичного выступления.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие ораторского искусства.
2. Из истории зарубежной риторики.
3. Развитие русской риторики.
4. Основные этапы разработки ораторской речи.
5. Композиция ораторской речи.
6. Главная часть, ее особенности.
7. Специфика заключения.
8. Основные виды аргументов.
9. Подготовка презентации. Основные требования к оформлению презентации.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Подготовка речи: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развертывание и завершение речи.
2. Основные источники материала для публичных выступлений. Правила отбора материала.
3. Словесное оформление публичного выступления.

2. Объясните значение и происхождение фразеологизмов.

А) Воздвигнуть китайскую стену, калиф на час, иерихонская труба, вывести на чистую воду, посыпать пеплом голову, коломенская верста, казанская сирота, козел отпущения, колосс на глиняных ногах, лезть на рожон, ни зги не видать, ни кола ни двора, прописать ижицу, прокрустово ложе, положить в долгий ящик, гордиев узел, синий чулок.

Б) Витать в облаках, заварить кашу, перековать мечи на орала, Соломонов суд,

Буриданов осел, муки Тантала, Сизифов труд, парфянская стрела, Ариаднина нить, Ахиллесова пята, тертый калач, подложить свинью, заморить червячка, без царя в голове, как аршин проглотил, как сивый мерин, драть как Сидорову козу, кошки скребут на душе, черт возьми, хоть караул кричи, как бы не так, кот заплакал.

3. Обратите внимание на то, что тщательная подготовка текста речи включает следующие основные этапы. Какие из данных этапов можно поменять местами и почему? Какие ступени подготовки публичного выступления не отражены в данном списке?

- Определение темы выступления.
- Определение целей и задач выступления.
- Написание предварительного плана.
- Отбор материала и его организация.
- Обдумывание материала (связка деталей, комментирование материала).
- Корректировка предварительного плана, составление рабочего плана.
- Написание текста.
- Первая (или предварительная) редакция.
- Стилистическое оформление основной (главной) части.
- Формулирование вступления и заключения.
- Корректировка рабочего плана, составление основного плана.
- «Украшение» текста речи (включение цитат, пословиц, тропов и т.п.).
- Вторая (окончательная) редакция.

4. Прочитайте и проанализируйте фрагмент речи. Укажите, к какому функционально-смысловому типу принадлежит речь, какова ее цель, вид, какие риторические средства выразительности и изобразительные приемы в ней использованы. Приведите примеры из текста.

«Буду говорить только о состоянии культуры в нашей стране и главным образом о гуманитарной, человеческой ее части. [...]

Между тем без культуры в обществе нет и нравственности. Без элементарной нравственности не действуют социальные и экономические законы, не выполняются указы и не может существовать современная наука, ибо трудно, например, проверить эксперименты, стоящие миллионы, огромные проекты «строек века» и так далее.

Низкая культура нашей страны отрицательно сказывается на нашей общественной жизни, государственной работе, на наших межнациональных отношениях, так как национальная вражда одной из причин имеет низкую культуру. Люди высокой культуры не враждебны к чужой национальности, к чужому мнению и не агрессивны. [...]

О крайне низком состоянии культуры в нашей стране свидетельствует, во-первых, состояние памятников культуры и истории. Это перед глазами у всех, и я не буду об этом говорить. Во-вторых, это состояние библиотек и архивов [...]. В-третьих, состояние музеев, состояние образования, в первую очередь – среднего и начального, когда закладывается культура человека.

Начну с библиотек. Библиотеки важнее всего в культуре. Может не быть университетов, институтов, научных учреждений, но если библиотеки есть, если они не горят, не заливаются водой, имеют помещения, оснащены современной техникой, возглавляются не случайными людьми, а профессионалами – культура не погибнет в такой стране [...]. Библиотечные работники, обращенные непосредственно к читателю [...], не имеют времени сами читать и знать книгу, журнал, ибо влачат полунищенское

существование [...].

Теперь о музеях. Здесь аналогичная картина – допотопная техническая оснащенность. Зарплата работников, обращенных к человеку, – не администраторов, а реставраторов, хранителей, экскурсоводов – недопустимо низка. А они, именно они – настоящие энтузиасты, как и «низшие» библиотечные работники [...].

Школы у нас – опять-таки та же картина и даже хуже. Детей и педагогов надо сейчас просто защищать. Учителя школ не имеют авторитета, не имеют времени пополнять свои знания. Я могу привести примеры, но не буду. Преподавание душит различными программами, имитирующими командно-административные методы прошлого, регламентирующими указаниями и низкого качества методиками. Преподавание в средней школе – это прежде всего воспитание. Это творчество педагога, а творчество не может быть вне свободы. Оно требует свободы. [...] Учителя в России были всегда властителями дум молодежи. А нынешней учительнице не хватает средств к существованию и к тому, чтобы более или менее прилично одеться.

[...] Должна быть долгосрочная программа развития культуры в нашей стране, которой нет или по крайней мере она мне не известна. Только тогда у нас не будет национальных споров, свидетельствующих о низкой культуре, зато будет нормальная экономическая жизнь, понизится преступность. Возрастет, в частности, и порядочность общественных деятелей [...].

Судьба Отечества в ваших руках, а она в опасности. Спасибо за внимание».

(Лихачев Д.С. Выступление на Съезде народных депутатов СССР, 1989).

5. Определите происхождение данных фразеологизмов, заполняя предлагаемые ниже таблицы:

<i>1. Фольклор</i>	<i>2. Мифология древнего мира</i>	<i>3. История</i>

За тридевять земель, при царе Горохе, кануть в Лету, провалиться в тартарары, казанская сирота, по щучьему велению, пиррова победа, ахиллесова пята, кричать во всю Ивановскую, муки Тантала, Троянский конь, положить в долгий ящик, вавилонское столпотворение рожки да ножки, у разбитого корыта, прометеев огонь, коломенская верста, филькина грамота, искать жар-птицу, поднять на щит, перейти Рубикон, молочные реки и кисельные берега, метать громы и молнии, Дамоклов меч.

<i>1. Земледелие</i>	<i>2. Охота, рыбная ловля</i>	<i>3. Ремесла</i>

Подготовить почву, закинуть удочку, тянуть канитель, поднимать целину, на ловца и зверь бежит, доводить до белого каления, снять стружку, мутить воду, не стоит овчинка выделки, ни пуха ни пера, бить баклуши, убить бобра, переть на рожон, попасть впросак, точить лясы.

<i>1. Военное дело</i>	<i>2. Медицина</i>	<i>3. Искусство</i>

Перейти в наступление, позолотить пиллюлю, сорвать маску, играть первую скрипку,

через час по чайной ложке, понюхать порошу, встретить в штыки, поставить диагноз, переменить декорации, сойти со сцены, дать бой, выкурить трубку мира, в здоровом геле здоровый дух, попасть в двойные клещи, сложить головы, попасть в котел, сложить оружие, на два фронта, надеть маску, держать порох сухим, тихой сапой, подложить свинью.

Практическое занятие № 16. Основные качества речи оратора

Цель занятия: дать характеристику основным качествам речи оратора.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Контакт оратора с аудиторией.
2. Психологические барьеры.
3. Знаменитые ораторы прошлого и современности.

Практическая часть:

1. Подготовьтесь к обсуждению данных вопросов на практическом занятии.

1. Требования к речи выступающего.
2. Содержательность речи.
3. Точность речи.
4. Понятность речи.
5. Чистота речи.
6. Богатство и выразительность.
7. Оратор и его аудитория.
8. Методы изложения материала.
9. Приемы удержания внимания. Внелексические средства привлечения внимания.
11. Техника речи оратора. Дикция, дыхание, постановка голоса оратора.
12. Этика и этикет в публичном выступлении.

2. Дайте развернутые ответы на следующие вопросы.

- Чем понятие «точности речи» оратора отличается от понятия «содержательность речи»?

- Почему слова-сорняки появляются в нашей речи?
- Охарактеризуйте основные этапы подготовки ораторской речи.
- Расскажите об особенностях выступления экспромтом.
- Раскройте содержание понятия «композиция речи».
- Охарактеризуйте основные элементы композиции: вступление, главную часть, заключение.

- О каких методах изложения материала вы знаете?
- Какие недостатки в построении речи снижают ее эффективность?
- Расскажите о средствах установления контакта с аудиторией.
- Какие способы диалогизации выступления вам известны?

3. Произнести фразу с разными интонациями:

- Умница! молодец! – (с благодарностью; иронично; с восторгом; огорченно; гневно).
- Я этого никогда не забуду – (с признательностью; с обидой; с восхищением; с гневом).
- Спасибо, как это вы догадались! – (искренне; с восхищением; с осуждением).
- Ничем не могу вам помочь – (искренне; с сочувствием; давая понять бестактность просьбы).
- Вы поняли меня? – (доброжелательно, учтиво; сухо, официально; с угрозой).

- До встречи! – (тепло, нежно; холодно, сухо; решительно, резко; безразлично).
- Это я! – (радостно; торжественно; виновато; грозно; задумчиво; небрежно; таинственно).
- Я не могу здесь оставаться – (с сожалением; значительно; обиженно; неуверенно; решительно).
- Здравствуйте! – (сухо, официально; радостно; грозно; с упреком; доброжелательно; равнодушно; гневно; с восторгом).

4. (Командное задание). Выберите тему полемики (тезис):

В нашей стране должна быть государственная цензура средств массовой информации.

Реклама – это бессмысленная трата денег.

В нашей стране должно быть платное здравоохранение.

Дети обязательно должны посещать детский сад.

Посещение занятий в вузе должно быть свободным.

Не следует стыдиться своих недостатков.

Верное ударение в словах – норма не обязательная.

Современное общество теряет моральные устои.

Я считаю себя сформировавшейся личностью и мало что может заставить поменять свои взгляды на жизнь.

Можно быть умным человеком без образования.

Цель оправдывает любые средства.

Можно прожить счастливую жизнь без семьи.

Все можно купить за деньги.

Во всех своих провалах я виню только себя.

Обратное утверждение представляет собой антитезис. Сторонники каждого утверждения объединяются в команды и готовятся к проведению полемики, привлекая справочную и другую литературу. Необходимо уточнить все термины, входящие в тезис, проанализировать проблему, собрать все аргументы и подготовить убеждающую речь. Следует продумать способ опровержения оппонентов и критику их доводов. В выступлении команд оцениваются:

- 1) ораторское искусство лидера каждой команды;
- 2) логичность и убедительность каждого довода;
- 3) качество опровержения;
- 4) вопросы обеих команд;
- 5) сплоченность каждой команды;
- 6) тон ведения полемики;
- 7) использование тактики и приемов ведения полемики-
- 8) использование уловок и их нейтрализация.

Раздел 2. БАЗИСНЫЕ ПЕРВИЧНЫЕ ПРОСТЫЕ PR-ТЕКСТЫ

Практическое занятие № 17. Проблема определения понятия «PR-текст»

Цель занятия: дать характеристику понятию PR-текста; охарактеризовать жанровую типологию PR-текстов.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. PR-текст как инструмент коммуникации в связях с общественностью.
2. Состав адресатов PR-текста.
3. Вербальные, аудио-вербальные, вербально-визуальные и мультимедийные PR-тексты.
4. Проблема жанровой типологии PR-текстов

Практическая часть:

1. Прокомментируйте широкое понимание текста, приведите примеры такого понимания.
2. В каком смысле — узком или широком — использовано понятие «текст» в определении PR-текста, предложенного А. Д. Кривоносовым? Обоснуйте ответ.
3. Прокомментируйте все компоненты определения PR-текста А. Д. Кривоносова.
4. Какие обозначения используются вместо термина «PR-текст» современными исследователями?
5. С какими процессами связана эволюция современного PR-текста?
6. Прокомментируйте определение PR-текста, предложенного автором данного пособия.
7. Как вы понимаете значение термина «жанр»? Какие исследователи занимались проблемами жанра?
8. Дайте определение понятия «жанр PR-текста». Каковы его основные признаки?
9. Прокомментируйте типологию текстов PR А. Н. Чумикова.
10. Прокомментируйте типологию текстов PR С. В. Пономарева.
11. Прокомментируйте типологию текстов PR А. Д. Кривоносова.
12. Прокомментируйте типологию текстов PR К. А. Ивановой.
13. Прокомментируйте типологию текстов PR А. Е. Богоявленского.
14. Прокомментируйте типологию текстов PR С. С. Шляховой.

Практическое занятие № 18. PR-тексты оперативно-новостных жанров

Цель занятия: изучить структуру и содержание PR-текстов оперативно-новостных жанров.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Структура и содержание PR-текстов оперативно-новостных жанров.
2. Пресс-релиз, интернет-релиз, социомедиарелиз и информационное письмо.
3. Приглашение.

Практическая часть:

1. Сформулируйте определение PR-текста, указав его дифференциальные признаки.
2. Чем базисные PR-тексты отличаются от смежных?
3. Дайте определение оперативно-новостным жанрам PR-текстов.
Чем отличаются оперативно-новостные жанры от всех других?
4. Укажите разновидности текстов оперативно-новостных жанров.
5. Дайте определение пресс-релиза, укажите его виды.
6. Какова структура и содержание пресс-релиза?

7. На какие вопросы должен отвечать заголовок пресс-релиза?
8. На какие вопросы должен отвечать лид пресс-релиза?
9. Охарактеризуйте особенности композиции, языка и стиля пресс-релиза.
10. Сформулируйте основные правила оформления пресс-релиза.
11. Какие функции выполняет цитата в пресс-релизе?
12. Опишите структуру интернет-релиза.
13. Что такое социомедиарелиз и какие его разновидности вам известны?
14. Чем информационное письмо отличается от пресс-релиза?
15. Какова цель приглашения как жанра PR-текста?
16. Назовите виды приглашений.
17. Укажите возможные формы обращения в приглашении.

Вопросы и задания

18. Какова структура и содержание приглашения на пресс-конференцию?
19. Какова структура и содержание приглашения на презентацию?
20. Сформулируйте основные различия, касающиеся содержания пресс-релиза и приглашения.
21. Определите жанр следующего текста и охарактеризуйте его структуру и содержание.
22. На какие вопросы отвечают заголовок и лид текста?
23. Укажите особенности оформления заголовка. Соответствует ли структура релиза модели «перевернутая пирамида»?
24. Какие функции выполняет цитата в релизе?
25. Какую роль играют подчеркнутые слова в релизе?

РЕЛИЗ

Алексей Миллер: «Газпром к Олимпиаде готов!»

17 января 2014, 15:55

Газпром 2014

Сегодня в Северском районе Краснодарского края состоялись торжественные мероприятия, посвященные вводу в эксплуатацию дополнительных мощностей на компрессорной станции (КС) «Краснодарская». В мероприятиях приняли участие председатель правления ОАО «Газпром» Алексей Миллер, глава Администрации Краснодарского края Александр Ткачев, а также руководители профильных подразделений ОАО «Газпром» и его дочерних обществ.

Ввод дополнительных мощностей позволяет увеличить производительность КС «Краснодарская» с 50 до 73,2 млн куб. м газа в сутки. Для этого была повышена мощность двух из пяти газоперекачивающих агрегатов (ГПА) станции (суммарно на 8 МВт — с 24 до 32 МВт, общая мощность станции выросла до 68 МВт), и построена вторая очередь установки по подготовке газа к транспорту. На станции были применены новейшие отечественные и зарубежные технологии, самое современное оборудование. В перспективе дополнительные мощности станции будут использоваться и для газификации Черноморского побережья Краснодарского края.

«Сегодня мы ввели в эксплуатацию дополнительные мощности на КС «Краснодарская». Они позволяют обеспечить одновременную максимальную загрузку двух очень важных газопроводов — «Голубой поток» из России в Турцию и нашего олимпийского проекта «Джубга — Лазаревское — Сочи».

Тем самым «Газпром» полностью выполнил свою олимпийскую инвестиционную программу. Вся необходимая инфраструктура — и энергетическая, и спортивная — создана. «Газпром» к Олимпиаде готов! Желаю олимпийской команде России ярких побед и новых олимпийских рекордов», — сказал Алексей Миллер.

(<http://www.gazprom.ru/press/news/2014/january/article182659/>)

ПРЕСС-РЕЛИЗ

Авиакомпания «Трансаэро» совместно с организациями инвалидов организовала перелет для болельщиков на игры в Сочи 06.03.2014 6 марта 2014 года из московского аэропорта Домодедово в Сочи отправился специальный рейс авиакомпании «Трансаэро». На борту широкофюзеляжного самолета Boeing 777 находилось 100 спортивных болельщиков с инвалидностью. 20 из них передвигаются на инвалидных колясках. Пассажиры этого рейса представляют такие общественные организации, как Всероссийское общество инвалидов, Российский спортивный союз инвалидов, Организация инвалидов «Перспектива», Организация молодых инвалидов «Эдельвейс» и Благотворительный фонд «Счастливый мир». Любители спорта из различных городов России получили возможность в самых комфортабельных условиях совершить перелет на крупнейшие в мире зимние паралимпийские соревнования. В полете им оказывали содействие сотрудники «Трансаэро», специализирующиеся на работе с пассажирами с инвалидностью.

Уникальная перевозка такого числа пассажиров, которым требуются особые условия в полете, стала возможной благодаря тому, что в авиакомпании накоплен большой опыт по обслуживанию пассажиров с инвалидностью. «Трансаэро» стала первой российской авиакомпанией, которая обратила особое внимание на проблемы транспортной доступности для людей с ограниченными физическими возможностями. Программа по построению безбарьерной среды для таких пассажиров реализуется в компании с 2008 года. При содействии экспертов общественной организации «Перспектива» авиакомпания проводит обучение своих сотрудников работе с людьми с инвалидностью по самым высоким международным стандартам.

«Мы организовали этот специальный рейс, чтобы предоставить нашим партнерам из организаций инвалидов возможность посетить игры в Сочи и при этом сделать их поездку настоящим праздником. Авиакомпания «Трансаэро» в своей социальной политике всемерно содействует развитию паралимпийских видов спорта, постоянно повышает доступность воздушного сообщения для людей с ограниченными физическими возможностями. Я благодарю всех партнеров этого проекта и от всей души желаю российским паралимпийцам самых больших побед на предстоящих соревнованиях», — сказала генеральный директор «Трансаэро» Ольга Плешакова.

«Один из принципов паралимпийского спорта — равенство. Это именно то, чего наша организация уже 17 лет добивается для людей с инвалидностью. Такие игры служат инструментом для изменения отношения в обществе к людям с инвалидностью. Мы очень надеемся, что они помогут уничтожить барьеры между людьми с инвалидностью и без нее, причем не только в Сочи, но и по всей России», — говорит директор организации инвалидов «Перспектива» Денис Роза.

Авиакомпания «Трансаэро» начала полеты в 1991 году. В настоящее время по пассажирообороту входит в число 30 крупнейших авиакомпаний мира. Обладает самым большим парком дальнемагистральных широкофюзеляжных воздушных судов в России,

СНГ и Восточной Европе. Является первым в нашей стране заказчиком самых современных самолетов Airbus A380, Boeing 747-8 Intercontinental и Airbus A320neo. Общая маршрутная сеть компании составляет 200 направлений полетов по России и зарубежным странам Европы, Азии, Америки и Африки. «Трансаэро» — единственная транспортная компания России, которой присвоен наивысший рейтинг корпоративной социальной ответственности.

(http://transaero.ru/ru/company/press-centre/news?id=060314_press&year=2014)

Какие функции выполняют цитаты в данном тексте?

Есть ли недостатки в оформлении текста?

Сравните данный текст с текстом к заданию 21. Что изменилось в написании текстов одного и того же жанра, инициированных одним и тем же субъектом PR?

Пресс-центр / Новости «Газпрома» / Май 2010

РЕЛИЗ

Об итогах рабочей встречи Алексея Миллера и Клауса-Эвальда Хольста

21.05.2010 18:05

Вчера в центральном офисе ОАО «Газпром» состоялась рабочая встреча председателя правления Алексея Миллера и председателя правления Verbundnetz Gas AG д-ра Клауса-Эвальда Хольста

Стороны обсудили вопросы, связанные с деятельностью компании Verbundnetz Gas, акционером которой является «Газпром», и, в частности, с закрытием сделки по приобретению «Газпромом» 5,26% акций данной компании. При этом высокую оценку получили результаты работы VNG за 2009 год, в котором немецкий импортер добился рекордных показателей прибыли и сбыта.

Участники встречи также уделили внимание возможностям расширения двустороннего сотрудничества в рамках проектов, связанных с поставкой и подземным хранением природного газа.

Клаус-Эвальд Хольст заявил, что «Газпром» является основным поставщиком для Verbundnetz Gas и что он видит хорошие перспективы для увеличения продаж российского газа благодаря развитию новых сфер его применения. Среди них — повышение популярности газа в секторе отопления и газомоторного топлива, в сфере инноваций и новых промышленных технологий.

Алексей Миллер и Клаус-Эвальд Хольст рассмотрели текущую ситуацию на газовом рынке Европы и перспективы его развития на ближайшее будущее.

Стороны сошлись во мнении, что спрос на самый экологически чистый энергоноситель на континенте будет увеличиваться существенными темпами.

Учитывая предстоящее завершение работы Клауса-Эвальда Хольста на посту председателя правления, Алексей Миллер отметил: «Под вашим руководством Verbundnetz Gas добилась существенных успехов, укрепила свои позиции в Германии, вышла на новые рынки. При этом деловое партнерство и дружеские связи между нашими компаниями только крепки. Благодарим вас за годы плодотворного сотрудничества, в течение которых «Газпром» и Verbundnetz Gas не только многого достигли, но и создали колоссальный задел для будущих совместных побед».

СПРАВКА

Акционерное общество Verbundnetz Gas (VNG AG) (г. Лейпциг) создано в 1969 году и является поставщиком газа в Германии и ряде других стран. В сферу деятельности VNG

входят импорт природного газа, снабжение им потребителей, а также добыча и подземное хранение природного газа.

Акционерами компании в настоящее время являются: EWE — 47,9%, Wintershall Holding AG — 15,79% плюс 1 акция, VNG Verwaltungs und Beteiligungsgesellschaft mbH — 25,79 минус 1 акция, «Газпром» — 10,52%.

В апреле 2008 года «Газпром» и VNG подписали соглашение о сотрудничестве в области подземного хранения газа, в соответствии с которым стороны договорились создать совместное предприятие для эксплуатации нового ПХГ близ г. Бернбург (Саксония-Ангальт, Германия). Впоследствии данный объект получил название «ПХГ “Катерина”». В мае 2009 года «Газпром» и VNG подписали соглашение о создании консорциума для строительства ПХГ «Катерина». Активный объем хранилища превысит 597 млн куб. м газа.

Управление информации ОАО «Газпром»

Контактная информация для СМИ:

(495) 719-10-77

pr@gazprom.ru

Контактная информация для инвестиционных компаний:

(495) 719-34-83

ir@gazprom.ru

(<http://www.gazprom.ru/press/news/2010/may/article98842/>)

24. Определите субъект PR и целевые группы общественности, которым адресован текст. Укажите вид приглашения. Охарактеризуйте его структуру и особенности оформления.

Санкт-Петербургский государственный университет

Факультет журналистики

ПРИГЛАШЕНИЕ

Уважаемые коллеги!

Факультет журналистики Санкт-Петербургского государственного университета имеет честь пригласить вас 19 апреля 2010 года на презентацию международного конкурса студенческих коммуникационных проектов «Масс-Медиа Перспектива-2010».

Организаторами конкурса выступают факультет журналистики Санкт-Петербургского государственного университета и студенческая секция Северо-Западного отделения Российской ассоциации по связям с общественностью. Конкурс «Масс-Медиа Перспектива-2010» посвящен Году учителя в России. Участникам предлагается разработать коммуникационный проект на тему «Учитель: реконструкция имиджа», который должен сформировать новый взгляд на профессию учителя, привлечь внимание государства, бизнеса и всего общества к проблемам школьных учителей.

Презентацию проведут директор конкурса «Масс-Медиа Перспектива-2010» Елена Иванченко и заместитель председателя студенческой секции Северо-Западного отделения Российской ассоциации по связям с общественностью Кирилл Александров.

Презентация состоится 19 апреля 2010 года.

Место проведения: факультет журналистики СПбГУ, 1-я линия В.О., д. 26, ауд. 603.

Программа мероприятия:

12:00–12:30 — регистрация;

12:30–13:15 — презентация конкурса;

13:15 — окончание мероприятия.

Просим подтвердить ваше участие по телефону +7 (921) 930-47-52, Яна Большакова, менеджер конкурса по работе с участниками. (информационный пакет отдела по связям с общественностью факультета журналистики СПбГУ)

25. Определите жанр текста, охарактеризуйте его структуру и содержание. Выявите недостатки в оформлении, структуре или содержании.

**ПРЕСС-РЕЛИЗ «ПРИГЛАШЕНИЕ НА КОНФЕРЕНЦИЮ
“ОТНОШЕНИЕ ОБЩЕСТВА К ВОПРОСАМ
СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ГРАЖДАН”»**

ПН, 08/27/2012 — 11:09 | ADMIN

Какое бы продолжительное время ни занимала социальная адаптация в терапевтических общинах, наркологических диспансерах и других профильных учреждениях, человеку, принявшему твердое решение изменить свой образ жизни с делинквентного и девиантного, отягченного различными аддикциями, на трезвый и конструктивный, рано или поздно приходится возвращаться назад, в общество, домой, к родным и близким.

По возвращении ему предстоит найти работу, наладить утерянные социальные связи. Путь к трезвомыслию тернист, тяжел, и здесь, как никогда, востребована активная и действенная помощь.

К сожалению, серьезным препятствием к возвращению к полноценной жизни для такого человека является сложившееся отношение окружающих людей: родственников, знакомых, соседей, работодателей, представителей различных властных структур. Стереотипное мнение, сложившееся в современном мире, достаточно жестоко по отношению к оступившимся гражданам и оставляет мало шансов восстанавливающейся личности для ресоциализации. Но, как известно, стереотипы имеют свойство меняться со временем, а общественное мнение поддается воздействию — его можно взрастить и воспитать.

Четвертого августа в Ресурсном центре Центрального района, который находится по адресу: улица Крылова, 61а, в два часа дня пополудни, состоится конференция, которая проводится благотворительной организацией «Покров» и приурочена к двухлетию ее деятельности в Сибирском регионе. Организацией «Покров» за короткий срок своего существования накоплен внушительный опыт помощи людям и содействия в ресоциализации. Не останавливаясь на достигнутом, коллектив энтузиастов находится в постоянном поиске новых оптимальных путей в решении вопросов помощи нуждающимся категориям граждан. Ожидаемое мероприятие должно способствовать осуществлению намеченных планов.

Основным и главным вопросом на предстоящей конференции будет: как помочь современному обществу справиться с недоверием к «бывшим» асоциальным личностям, вставшим на путь исправления? Поучаствовать в дискуссии по данному вопросу приглашаются представители сообществ, занимающихся реабилитацией и социальной адаптацией лиц, имевших в прошлом зависимость от веществ, изменяющих сознание, представители общественных и религиозных структур, Государственного антинаркотического комитета и ФСКН, средств массовой информации и все заинтересованные граждане.

Круглосуточный телефон: +7 (923) 785-1111

г. Новосибирск

E-mail: mail@pokrovpom.ru

(<http://pokrovpom.ru/press/konfobib>)

26. Соответствует ли структура текста типовой структуре приглашения на пресс-конференцию? Сформулируйте новый заголовок и лид данного приглашения. Какой информации недостает в тексте? Отредактируйте текст приглашения.

ПРИГЛАШЕНИЕ НА ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЮ

13.03.13

Западно-Уральский банк ОАО «Сбербанк России» проводит прессконференцию для ведущих СМИ Пермского края.

Дата: 14 марта 2013 года.

Тема: подведение итогов работы банка за 2012 год, перспективы работы на 2013 год.

Спикер: председатель Западно-Уральского банка ОАО «Сбербанк России» Кирилл Брель.

Начало пресс-конференции — в 11:00, сбор участников — в 10:30.

Место проведения: офис учебного центра Западно-Уральского банка ОАО «Сбербанк России» по адресу: бульвар Гагарина, 65А (вход в здание со стороны «Пермской ярмарки»).

В случае заинтересованности просим сообщить об участии журналиста вашего издания в мероприятии.

Для получения аккредитации необходимо до 17 часов 13 марта 2013 г.

направить письменную заявку в пресс-центр Западно-Уральского банка ОАО «Сбербанк России» с указанием названия СМИ, ФИО, должности. Вопросы и задания контактных данных журналиста по электронной почте: pressa.zub@sberbank.ru; тел.: +7(342) 218 52 52 или по факсу: (342) 218-49-00. (http://www.sberbank.ru/perm/ru/press_center/tb-all/?id114=11026316)

27. Прочитайте следующие тексты и определите их типы по сфере коммуникации и жанры. Укажите адресанта, адресата и объект текста, определите цель и задачи.

Какой из этих текстов первичен, а какой — вторичен?

Какие факты взяты из первичного текста для написания вторичного, а какие не понадобились?

Появились ли во вторичном тексте какие-либо факты, которых не было в первичном тексте?

РОСНЕФТЬ» И EXXONMOBIL ДОСТАВИЛИ УНИКАЛЬНУЮ ПЛАТФОРМУ «БЕРКУТ» НА ШЕЛЬФ САХАЛИНА

«Роснефть» и ExxonMobil в составе консорциума «Эксон Нефтегаз Лимитед» завершили транспортную операцию по доставке уникальной морской буровой платформы «Беркут» с крупнейшей в мире верхней частью на месторождение Аркутун-Даги проекта «Сахалин-1» на северо-восточном шельфе острова Сахалин. В ближайшие дни будут завершены монтажно-установочные работы. Верхнее строение в режиме буксировки проделало путь примерно в 2600 км с судовой верфи в Корею без единого происшествя.

Ход работ по монтажу оборудования платформы в понедельник проинспектировали президент, председатель правления ОАО «НК «Роснефть»» Игорь Сечин и губернатор Сахалинской области Александр Хорошавин.

Вес платформы (верхней и нижней части) превышает 200 тыс. тонн, количество скважин на платформе — 45. Платформа на Аркутун-Даги будет расположена на расстоянии 25 км от берега, на участке, где глубина моря достигает 35 м. Бурение будет осуществляться с помощью морской буровой установки, рассчитанной на круглогодичное бурение скважин в радиусе до 7 км от платформы.

Начало добычи на месторождении Аркутун-Даги ожидается в конце 2014 г.

Платформа «Беркут» спроектирована специально для работы в суровых субарктических условиях и сможет противостоять волнам высотой до 18 метров, давлению ледовых полей толщиной до двух метров и температуре до -44°C .

Разработка месторождения Аркутун-Даги позволит добавить к общей годовой добыче проекта «Сахалин-1» до 4,5 миллиона тонн.

«Сахалин-1» — первый масштабный шельфовый проект, осуществляемый в Российской Федерации на условиях СРП (заключено в 1996 г.).

Проект предусматривает разработку трех месторождений — Чайво, Одопту и Аркутун-Даги, расположенных на северо-восточном шельфе острова Сахалин в акватории Охотского моря.

Разработка месторождений проходит в несколько этапов. Третий этап предполагает разработку с 2014 г. запасов нефти месторождения Аркутун-Даги. Жизненный цикл проекта продлится до 2040–2050 гг.

Доли участников проекта:

- НК «Роснефть» — 20%;
- ExxonMobil — 30%;
- SODECO — 30%;
- ONGC Videsh Ltd. — 20%.

Управление информационной политики ОАО «НК «Роснефть»»

23 июня 2014 г.

(<http://rosneft.ru/news/pressrelease/23062014.html>)

НА САХАЛИН ДОСТАВЛЕНА НЕФТЯНАЯ ПЛАТФОРМА «БЕРКУТ»

24 ИЮНЯ 2014 г.

В конце 2014 года в Охотском море заработает крупнейшая в мире нефтяная платформа «Беркут», которая будет разрабатывать месторождение Аркутун-Даги.

Как сообщает правительство Сахалинской области, накануне на месторождение была доставлена верхняя часть платформы, изготовленная на судовой верфи в Республике Корея. Груз преодолел путь в 2600 километров в режиме буксировки без происшествий. Основание платформы было построено в 2012 году в Находке Приморского края.

Сейчас на «Беркуте» ведутся пусконаладочные работы: верхнюю часть платформы соединяют с нижней. По информации «Роснефти», суммарный вес частей превышает 200 тысяч тонн. Конструкция располагается на северо-восточном шельфе Сахалина, в 25 километрах от берега. Глубина в этом месте — около 35 метров.

Как отмечают специалисты, «Беркут» уникален. Платформа спроектирована специально для работы в суровых субарктических условиях. Она сможет противостоять 18-

метровым волнам, давлению ледовых полей толщиной до двух метров и температуре до минус 44 градусов.

С помощью «Беркута» планируется добывать до 12 тысяч тонн нефти в сутки или до 4,5 миллиона тонн углеводородов ежегодно.

Справка «РГ»

Освоение месторождений Чайво, Одопту и Аркутун-Даги, расположенных на северо-восточном шельфе острова Сахалин, предусмотрено масштабным проектом «Сахалин-1».

Российская газета (rg.ru)

24 июня 2014, в 05:03

Автор: Наталья Широкова

(http://rosneft.ru/news_about/24062014.html)

28. Какому информационному поводу посвящен текст? Определите тип текста по сфере коммуникации и жанр, укажите его цель, задачи и функции. Охарактеризуйте структуру, содержание и оформление данного текста.

Совет директоров Роснефти рекомендует дивиденды за 2013 г. в 12,85 руб. на акцию, выше прогноза

Совет директоров НК «Роснефть» на заседании в понедельник в Санкт-Петербурге принял решение рекомендовать годовому собранию акционеров голосовать за выплату дивидендов по итогам 2013 года в размере 12,85 руб. на акцию, что соответствует 25% чистой прибыли компании по стандартам МСФО, говорится в сообщении компании.

Консенсус-прогноз, составленный Агентством нефтяной информации (АНИ) по итогам опроса аналитиков, предполагал, что дивиденды «Роснефти» могут составить 12,67 руб. на акцию.

Общая сумма средств, которая будет направлена «Роснефтью» (МОЕХ: ROSN) на выплату дивидендов, составит 136 млрд 186,6 млн руб. Таким образом, дивиденды компании вырастут на 59,6% по сравнению с выплатами за 2012 год, отмечает НК. По итогам 2012 года нефтекомпания выплачивала 8,05 рубля на акцию. «Роснефть» в 2013 году получила чистую прибыль по МСФО в размере 551 млрд рублей. За вычетом доли меньшинства чистая прибыль компании составила 545 млрд рублей.

Интерфакс

(http://rosneft.ru/news_about/280420142.html)

29. Прочитайте текст и определите его тип по сфере коммуникации. Взяв этот текст за основу, реконструируйте текст пресс-релиза (недостающие данные могут быть произвольными).

«РОСНЕФТЬ» ВЛОЖИТ \$400 МЛРД ЗА 20 ЛЕТ В РАЗРАБОТКУ ШЕЛЬФА АРКТИКИ

А еще три триллиона рублей пойдут на развитие Восточной Сибири и Дальнего Востока

«Роснефть» намерена развивать Арктику. Глава компании Игорь Сечин сообщил, что вложит три триллиона рублей в Восточную Сибирь и на Дальний Восток. А еще 400 миллиардов долларов компания вложит в развитие арктического шельфа за первые 20 лет.

— Общий объем инвестиций компании «Роснефть» в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке в связи с новыми долгосрочными контрактами на поставки в страны АТР составит три триллиона рублей, планируемые вложения в освоение арктического шельфа составят около 400 миллиардов долларов только за первые 20 лет, — сказал он.

Сечин также добавил, что в целом инвестиции в нефтяную отрасль, включая добычу, переработку и транспортировку нефти, за период 2010–2014 годов составили уже более пяти триллионов рублей, передает РИА «Новости».

Не так давно Сечин заявил, что добыча сланцевой нефти и газа в США не меняет мировой энергетический ландшафт. По его словам, «хотя прогнозы экспертов и говорят о росте добычи нефти и газа в США, это не приводит к снижению цены на углеводороды». При этом он добавил, что цены на газ в США выросли в 1,5 раза.

Отметим, ранее в американских СМИ появилась информация о том, что Штаты, якобы, в этом году обойдут Россию, занимающую первое место в мире по производству нефти и газа.

По мнению их экспертов, помогло США это сделать применение новейших технологий по разработке сланцевых нефтяных и газоносных пород. А России, по их мнению, препятствуют ужесточение конкуренции на этом рынке и спад в европейской экономике.

Комсомольская правда (kp.ru)

Автор: Анастасия Новикова

4 июня в 23:50

(http://rosneft.ru/news_about/04062014.html)

30. Проанализируйте текст по следующему плану:

- укажите субъект PR;
- определите целевые группы общественности;
- сформулируйте информационный повод написания текста;
- определите основную цель текста;
- укажите основные функции текста;
- определите жанр;
- укажите, к какой группе жанров PR-текстов относится данный текст;
- охарактеризуйте текст с точки зрения структуры и содержания (в соответствии с жанром), указав достоинства и недостатки (если есть);
- прокомментируйте оформление текста, начиная с шапки;
- определите тип авторства (скрытое, открытое, мнимое);
- сделайте вывод о соответствии текста указанному жанру.

ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет»

Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии

Кафедра связей с общественностью и рекламы

Сайт: <http://www.asu.ru/structure/fakulties/mass/departament/oso/projets/dnipr>

ВКонтакте: <http://vk.com/altaiprweek>

E-mail: prasu@bk.com.ru

Тел./факс: +7 (3852)366381

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

Уважаемые коллеги!

22–24 апреля в Алтайском государственном университете состоится XIII межрегиональный студенческий фестиваль «Дни PR и рекламы на Алтае».

К участию в фестивале приглашаются студенты, аспиранты, преподаватели специальностей «Реклама и связи с общественностью», «Маркетинг» и «Журналистика», а также специалисты-практики.

Цель фестиваля — обсуждение актуальных вопросов в области массовых коммуникаций на региональном рынке, рассмотрение проблем совершенствования PR-деятельности, маркетинга, рекламы и журналистики. Фестиваль предоставляет единое коммуникативное пространство для теоретиков и практиков, начинающих специалистов в области PR, рекламы, маркетинга и журналистики, а также представителей властных структур, бизнеса и НКО.

В рамках фестиваля состоятся: конкурс студенческих коммуникационных проектов «Поехали!», студенческая конференция «PRофессия будущего», серия мастер-классов, научно-практическая конференция «PR в изменяющемся мире: Региональный аспект», круглый стол «Реклама в регионе».

Продолжительность доклада на конференции и презентации проекта — не более 7 минут.

Студенты-победители поощряются грамотами, призами от спонсоров и публикациями своих материалов в сборнике статей.

Работы студентов, рекомендованные по итогам конкурса и конференции, будут опубликованы в сборнике статей «PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект» (индекс ISBN, включен в РИНЦ — Российский индекс научного цитирования) либо в сборнике «Труды молодых ученых Алтайского государственного университета».

Срок подачи заявок на участие в фестивале «Дни PR и рекламы на Алтае» для студентов — 12 марта.

Участники оплачивают транспортные расходы и расходы по проживанию самостоятельно. Участие в фестивале бесплатное.

31. Определите жанр текста. Есть ли недостатки в структуре, содержании и оформлении данного текста?

V ОТКРЫТЫЙ СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ «PR-КВЕТКА»

МИНСК, 25–31 МАРТА 2012 Г.

Информационное письмо

Уважаемые коллеги!

Организационный комитет V Открытого студенческого форума «PRкветка» приглашает вас к сотрудничеству в рамках мероприятия.

Организаторы: Институт журналистики Белорусского государственного университета (кафедра технологий коммуникации), консалтинговая компания «Институт PR», Беларусь.

Цели форума: формирование и развитие студенческого PR-сообщества, обмен опытом между студентами, преподавателями и практикующими специалистами в области связей с общественностью, вовлечение студентов в научно-практическую деятельность в PR-сфере.

К участию в форуме приглашаются студенты высших учебных заведений, обучающиеся по специальностям «Связи с общественностью», «Реклама», «Маркетинг», «Журналистика», а также преподаватели и практикующие PR-специалисты.

Даты проведения форума: 28–31 марта 2012 года.

Место проведения: Институт журналистики Белорусского государственного университета (Республика Беларусь, Минск, ул. Кальварийская, 9).

В программе форума:

- ярмарка студенческих PR-проектов;
- студенческая научно-практическая конференция;
- мастер-классы;
- круглые столы по актуальной проблематике в сфере связей с общественностью;
- тренинги, экскурсии и неформальная программа.

Подробная программа форума будет представлена дополнительно.

Условия участия в форуме (для студентов): участие в форуме бесплатное, необходимо заполнить регистрационную форму (доступна на сайте www.pr-kvietka.info) и выслать ее на электронную почту оргкомитета: prkvetka2012@gmail.com. Сроки регистрации: с 15 февраля по 20 марта 2012 года. Оплата проезда, проживания и суточных за счет направляющей стороны. В порядке поступления заявок некоторому количеству участников будет предложено размещение в студенческих общежитиях. Предусмотренное количество участников: 500 человек. Рабочие языки форума: белорусский, русский, английский.

Ирина Сидорская, заведующая кафедрой технологий коммуникации

Института журналистики БГУ, кандидат философских наук, доцент

Контактная информация:

Анна Кузьменкова (организационные вопросы): +375 33 655-40-68

Ольга Герасенко (ярмарка PR-проектов): +375 29 374-59-34

Виктория Луд (связи со СМИ): +375 33 607-44-07

E-mail: prkvetka2012@gmail.com

Web: www.pr-kvietka.info

32. Зайдите на сайт вашего учебного заведения (факультета), найдите информацию о предстоящем событии и напишите на ее основе ньюс-релиз.

33. Используя материалы факультетского сайта, напишите приглашение на какое-либо мероприятие, проводимое на вашем факультете.

34. Зайдите на сайт какой-либо организации, найдите текст пресс-релиза и проанализируйте его по плану, предложенному в задании 30.

Практическое занятие № 19. PR-тексты исследовательско-новостных жанров

Цель занятия: изучить структуру и содержание PR-текстов исследовательско-новостных жанров.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Структура и содержание PR-текстов исследовательско-новостных жанров.
2. Бэкграундер.
3. Лист вопросов-ответов.
4. Аналитическая справка (аналитическая записка).

Практическая часть:

1. Охарактеризуйте особенности исследовательско-новостных жанров. Какие разновидности исследовательско-новостных жанров вы знаете?
2. Что такое бэкграундер? Назовите его виды.
3. Каковы правила оформления бэкграундера?
4. Охарактеризуйте структуру и содержание бэкграундера (по абзацам).

5. Какова цель спонсорского бэкграундера?
6. Сформулируйте цели листа вопросов-ответов.
7. С каким журналистским жанром имеет сходство лист вопросов-ответов?
8. Охарактеризуйте особенности языка и стиля листа вопросов-ответов.
9. На каком основании аналитическую справку (аналитическую записку) можно отнести к исследовательско-новостным жанрам?
10. Дайте определение аналитической справки как PR-текста.
11. Для кого готовятся аналитические справки и с какой целью?
11. Каковы структура и содержание аналитической справки?
12. Результаты каких исследований могут быть отражены в аналитических справках?
13. Как следует оформлять аналитические справки (аналитические записки)?
14. Определите жанр текста. Укажите его разновидность. Проанализируйте особенности структуры и содержания данного текста.

История компании «Роснефть»

Государственное предприятие по добыче и переработке нефти «Роснефть» было создано в апреле 1993 года. Новому госпредприятию в доверительное управление были переданы свыше 250 предприятий и объединений отрасли, нефтяных и газовых месторождений, образованных в советский период. Предприятия топливно-энергетического комплекса и связанные с ними предприятия государственного сектора экономики были объединены в вертикально интегрированные компании по образцу крупнейших мировых корпораций. В открытое акционерное общество предприятие «Роснефть» было преобразовано постановлением Правительства РФ № 971 от 29 сентября 1995 года.

Кризис 1998 года принес НК «Роснефть» серьезные финансовые и операционные испытания: падение добычи вследствие высокой истощенности ресурсной базы, крайне низкий уровень загрузки перерабатывающих мощностей, сокращение объемов розничной реализации. Развитию «Роснефти» также препятствовали сильно изношенное оборудование и устаревшая технологическая база.

Однако уже в 2000 году (впервые с момента экономического кризиса 1998 г.) «Роснефти» удалось добиться роста добычи. Несмотря на снижение мировых и внутренних цен на нефть и нефтепродукты в 2001 году, компания существенно улучшила свою операционную эффективность.

Годовой прирост объемов добычи нефти превысил 10%. Советом директоров компании принята стратегия развития НК «Роснефть», предусматривающая наращивание объемов геологоразведочных работ и добычи углеводородного сырья, развитие нефтеперерабатывающих мощностей и выход на новые рынки. Обнаружены коммерческие запасы углеводородов в рамках проекта «Сахалин-1». «Роснефть» первой (после финансового кризиса 1998 г.) среди российских компаний провела размещение еврооблигаций. Но дальнейшие перспективы развития компании выглядели неоднозначно, так как увеличивать добычу и переработку за счет имеющихся месторождений и НПЗ было невозможно.

В 2002–2004 годах компания наращивала активы и расширяла географию деятельности. В 2002 году приобретена лицензия на освоение Кайганско-Васюканского участка (проект «Сахалин-5»). В 2003 году получена лицензия на Венинский участок (проект «Сахалин-3»). Приобретена нефтяная компания — ОАО «Северная нефть», что значительно укрепило позиции «Роснефти» в Тимано-Печоре. Приобретена Англо-

Сибирская нефтяная компания, владеющая лицензией на разработку Ванкорского месторождения в Восточной Сибири.

В 2004 году совет директоров компании возглавил Игорь Сечин, что стало поворотной точкой в истории «Роснефти». Благодаря поддержке председателя совета директоров и слаженному взаимодействию с основным акционером — государством компания за короткий период существенно повысила эффективность корпоративного управления, провела серьезную работу по консолидации нефтедобывающих и перерабатывающих активов, повысила финансовую дисциплину. Все это позволило «Роснефти» уже в 2005 году занять лидирующие позиции среди нефтяных компаний России по объемам добычи нефти и газа и, как следствие, в июле 2006 года провести первичное размещение акций на Лондонской фондовой бирже (IPO). Общая сумма размещения составила 10,7 млрд долл. — это пятое крупнейшее IPO в мире и крупнейшее за всю историю нефтегазовой отрасли, а также среди российских компаний. Доверие компании оказали такие глобальные энергетические игроки, как BP, Petronas и CNPC, купив крупные пакеты акций. Также акционерами ОАО «НК «Роснефть» стали около 150 тыс. российских физических лиц.

В 2009 году введено в промышленную эксплуатацию крупнейшее месторождение Восточной Сибири — Ванкорское. Успешное освоение месторождения сделало Ванкор крупнейшим добывающим проектом в современной истории российской нефтяной отрасли и позволило ему войти в первую десятку аналогичных проектов в мире.

«Роснефть» заняла первое место среди российских компаний в исследовании информационной прозрачности агентства Standard & Poor's, и продемонстрировала высокую устойчивость в условиях мирового финансового кризиса, и, сохраняя объем финансирования стратегических проектов, продолжила генерировать свободный денежный поток и сокращать чистый долг.

В 2010 году запущена работа над новыми проектами в секторе переработки (нефтехимическое предприятие на Дальнем Востоке и Тяньцзинский НПЗ в Китае). Приобретены доли в четырех НПЗ на территории Германии, благодаря чему суммарная переработка компании выросла более чем на 20%, до 61,6 млн тонн. Сохранены позиции лидера по росту добычи нефти среди российских и иностранных конкурентов. Достигнуты высокие финансовые результаты, чистый долг компании сократился до уровня конца 2006 года. По результатам года получен самый высокий показатель абсолютного прироста добычи нефти среди российских компаний. «Ванкорнефть» стала второй крупнейшей добывающей компанией группы «Роснефть».

В 2011 году компания продолжает активное восполнение ресурсной базы. В частности, получены 2 лицензии по факту открытия месторождений, на Байкаловский участок в Красноярском крае и на Бузеровский участок в Самарской области, и два свидетельства об установлении факта открытия месторождений им. Н. Лисовского и Санарское в Иркутской области. Еще одно месторождение в регионе открыто на Даниловском лицензионном участке — на скважине №71 получен фонтанный приток легкой нефти. Открытие месторождений в чрезвычайно сложных геологических условиях стало возможным благодаря применению инновационных методов и модернизации технологии геологоразведочных работ.

Еще одной приоритетной стратегией компании стала работа по повышению коэффициента извлечения нефти на стареющих месторождениях, а также на месторождениях с тяжелой, трудноизвлекаемой нефтью. В частности, разрабатывается

комплексная программа геологоразведки и восполнения сырьевой базы стареющих месторождений «Краснодарнефтегаза», «Ставропольнефтегаза», «Грознефтегаза». По состоянию на середину 2011 года проектный коэффициент извлечения нефти в компании составил 38%, что существенно выше среднего показателя по отрасли.

23 мая 2012 года совет директоров НК «Роснефть» принял решение о назначении президентом компании Игоря Сечина. Стратегическими задачами компании были объявлены повышение экологической и промышленной безопасности предприятий, модернизация перерабатывающего блока, разработка месторождений и увеличение добычи нефти.

С мая 2012 по настоящее время Игорь Сечин — президент, председатель правления ОАО «НК «Роснефть»».

Ключевым событием для НК «Роснефть» в 2012 году стало достижение окончательных договоренностей по приобретению 100 % доли в ТНК-ВР.

«Полная консолидация этой эффективной компании, обладающей качественными активами, позволит «Роснефти» стать крупнейшей публичной нефтедобывающей компанией в мире, увеличить размер газового бизнеса, оптимизировать каналы поставки и сбыта», — отметил Игорь Сечин.

Отдельным направлением развития НК «Роснефть» становятся соглашения с ведущими мировыми энергетическими компаниями по освоению шельфа.

В 2012 году рамках стратегического сотрудничества с Exxon Mobil заключено соглашение об опытной разработке трудноизвлекаемых запасов баженовской и ачимовской свит в Западной Сибири. Exxon Mobil предоставит финансирование в размере до 300 млн долл. Компании также заключили соглашение по вхождению Exxon Mobil в Арктический научнопроектный центр шельфовых разработок.

Подписаны соглашения с компанией Statoil по созданию совместного предприятия (СП) для работы на участках «Роснефти» в Охотском и Баренцевом морях, а также совместной оценке трудноизвлекаемых запасов нефти месторождений компании в Западной Сибири и Ставропольском крае.

Заключено соглашение с Eni о создании СП для освоения лицензионных участков российского шельфа в Баренцевом и Черном морях. Eni полностью профинансирует геологоразведочные работы и компенсирует основную часть исторических затрат.

Завершена сделка по созданию СП на базе ООО «НГК «Итера»» в области добычи и реализации газа. Консолидированные доказанные и вероятные запасы СП, по классификации PRMS, составляют 427 млрд куб. м газа и 25,8 млн т жидких углеводородов.

Общее собрание акционеров приняло решение о выплате 78,5 млрд руб. (25 % от чистой прибыли по МСФО) в качестве дивидендов по итогам 2011 г. Суммарный размер дивиденда на одну акцию составил 7,53 руб., что превышает уровень 2010 г. почти в 3 раза.

На XVII Петербургском международном экономическом форуме, по сложившейся практике собравшем представителей мировой политической и бизнес-элиты, НК «Роснефть» подписала рекордное количество соглашений, экономически значимых как для компании, так и для страны в целом.

2013 год стал рекордным и поворотным в истории ОАО «НК «Роснефть»» как с точки зрения достижения высоких производственных и финансовых показателей, так и с позиции реализации стратегических инициатив, которые задают динамику развития компании и отрасли в целом на десятилетия вперед. Компания завершила ряд ключевых приобретений, синергетический эффект от которых составил более 27 млрд рублей.

Проведена большая работа по успешной интеграции в периметр ОАО «НК «Роснефть»» приобретенных активов ТНК-ВР, ООО «НГК «Итера»», ОАО «Сибнефтегаз». По результатам этой деятельности «Роснефть» стала крупнейшей публичной нефтегазовой компанией в мире.

За 2013 год «Роснефть» заметно увеличила свою активность в зарубежных проектах, активно развивала экспортное направление, в том числе используя такие передовые формы развития бизнеса, как долгосрочные контракты с предоплатой. Заключенное в 2013 году долгосрочное соглашение с Китайской национальной нефтегазовой корпорацией о поставке нефти сроком на 25 лет на общую сумму 270 млрд долларов США стало беспрецедентным для мирового бизнеса.

Были проведены эффективные геологоразведочные работы, инвестиции в которые в 2013 году составили 38 млрд рублей. В результате выполненного комплекса геологоразведочных работ было открыто 6 месторождений и 70 новых залежей. При рекордной добыче жидких углеводородов в объеме 4196 тыс. барр./сут. прирост запасов углеводородов за счет эффективных геологоразведочных работ составил около 250 млн тонн, при этом операционные затраты на добычу углеводородов составили 4,3 долл.

США за баррель, что является лучшим удельным показателем среди мировых публичных нефтяных компаний. Добыча газа на фоне расширения присутствия компании на газовом рынке выросла более чем в два раза.

По итогам отчетного периода «Роснефть» стала третьим крупнейшим производителем газа в России. Кроме того, «Роснефть» совместно со стратегическими партнерами — компаниями ExxonMobil, Eni, Statoil — выполнила беспрецедентную программу работ на шельфах арктических морей. Речь идет прежде всего о целом комплексе научных гидрологических и метеорологических исследований, анализе ледовой обстановки, геологоразведочных работах.

По итогам 2013 года «Роснефть» продемонстрировала рекордные финансовые показатели несмотря на ухудшение макроэкономических условий. Свободный денежный поток увеличивается за 2013 год в 4,7 раза. Размер дивидендов, выплаченных в 2013 году, был увеличен до 85 млрд рублей, в бюджет Российской Федерации перечислено 2,7 трлн руб., что вновь подтвердило статус компании как крупнейшего налогоплательщика страны.

(<http://rosneft.ru/about/history>)

15. Прочитайте текст. Определите тип бэкграундера: корпоративный или спонсорский, охарактеризуйте его структуру и содержание. Какова цель написания этого бэкграундера?

«Бритиш Американ Табакко Россия»

Социальные инвестиции

«Бритиш Американ Табакко Россия» вносит ощутимый вклад не только в экономику страны. Компания является также полноценным членом общества и поэтому считает своим долгом поддерживать различные программы. Наша компания принимает активное участие в жизни общества. Мы делаем все возможное для содействия улучшению социальной среды, развития российской культуры и защиты экологии. «Бритиш Американ Табакко Россия» активно вовлекает сотрудников и торговых партнеров для участия в программах по устойчивому развитию.

Помощь незащищенным категориям населения

«БАТ Россия» ответственно подходит к ведению бизнеса. В рамках основных направлений в области устойчивого развития компания осуществляет ряд инициатив,

направленных на улучшение условий, а также повышение качества жизни в тех областях, где она реализует свою деятельность. Наши программы направлены на поддержание экологических инициатив, развитие социальных проектов, а также помощь совершеннолетним людям в трудной жизненной ситуации.

Волонтерские проекты

Волонтерство является неотъемлемой частью корпоративной культуры «Бритиш Американ Тобакко». Наши сотрудники самостоятельно находят получателей помощи, обращаются в детские дома, благотворительные и экологические организации. Вместе с членами своих семей в свободное время они благоустраивают площадки детских домов, проводят праздники для детей, оставшихся без попечения родителей, сажают деревья, помогают приютам для животных.

В 2010 году в «БАТ Россия» стартовала программа по корпоративному волонтерству, в рамках которой сотрудники могут получить частичную компенсацию средств, потраченных на волонтерские проекты. Например, компенсации подлежат расходы сотрудников на строительные материалы, инструменты, саженцы или на аренду музыкального оборудования и костюмов для благотворительных концертов. В 2012 году силами сотрудников было реализовано 18 волонтерских проектов.

С 2004 года сотрудники «Бритиш Американ Тобакко Россия» принимают участие в благотворительных акциях через программу частных пожертвований «Им нужна ваша помощь», разработанную российским отделением британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation (www.cafrussia.ru).

В рамках программы была создана система сбора пожертвований сотрудников, с помощью которой можно перечислять средства из зарплат одной или нескольким благотворительным организациям по желанию участников. За период с 2004 по 2012 год сумма пожертвований составила свыше 16 миллионов рублей.

Поддержка экологических проектов и мероприятий

Программа Всемирного фонда дикой природы (WWF)

С 2006 года «Бритиш Американ Тобакко Россия» принимает участие в программе поддержки уникальной системы российских заповедных территорий, призванной объединять и развивать усилия делового сообщества по сохранению удивительной и неповторимой природы нашей страны.

В 2012 году были подведены итоги 14-го конкурса WWF «Заповедники и национальные парки России». Гранты получили 15 заповедников и национальных парков России. Благодаря «БАТ Россия» были осуществлены два проекта: сохранение редких видов животных в Богдинско-Баскунчакском заповеднике и восстановление популяции редких видов птиц в Смоленском Приозерье.

Программа озеленения Приморского района Санкт-Петербурга

С 2000 года «БАТ Россия», общественная организация «Сохранение природы и культурного наследия» и экологический центр «Юнтоловский» ежегодно принимают участие в программе озеленения Приморского района Санкт-Петербурга. В 2012 году было высажено 96 деревьев (рябины, березы, шаровидные ивы, вязы, каштаны) и 250 кустарников (сирень, спирея, чебушник).

Экологическая программа в Саратове

Каждый год компания реализует инициативы, направленные на поддержание окружающей среды в Саратове: проводятся работы по благоустройству и озеленению территорий.

Социальные проекты совместно с торговыми партнерами

С 2007 года в рамках социального партнерства «БАТ Россия» проводит совместные проекты с торговыми партнерами в крупных городах России. Инициативы направлены на защиту окружающей среды, уборку и благоустройство территорий, а также на поддержку пенсионеров, ветеранов и малообеспеченных семей. В 2012 году было проведено 14 таких проектов.

Интернет-банк социальной рекламы AtPrint

В рамках поддержки социальных проектов «БАТ Россия» совместно с Фондом развития социальных программ Gladway поддержала создание и продвижение интернет-банка социальной рекламы. AtPrint — библиотеки социальной рекламы, доступ к которой могут получить некоммерческие организации, государственные учреждения и региональные средства массовой информации.

Макеты социальной рекламы предоставляются зарегистрированным пользователям безвозмездно и в любых форматах, пригодных как для размещения в наружной рекламе на улицах городов, так и на страницах печатных изданий или в эфире телеканалов.

Интернет-банк постоянно пополняется макетами и видеороликами на наиболее актуальные и острые социальные темы для России, такие как поддержка предпринимательства, права потребителей, права человека, поддержка семьи, экология и другие. Материалы предоставляются известными рекламными агентствами, а также некоммерческими организациями.

(<http://www/batrussia.ru>)

16. Определите жанр текста, укажите его разновидность. Чем отличается структура данного бэкграундера от структуры бэкграундера в задании 14? Охарактеризуйте стилистико-языковые особенности данного текста.

О Группе компаний «ПИК»

20 лет созидания на рынке недвижимости

Группа компаний «ПИК», основанная в 1994 году, сегодня является одним из ведущих российских девелоперов в области жилой недвижимости. За 20 лет работы группа прошла долгий путь от небольшой, но динамичной риэлтерской компании до мощного вертикально интегрированного холдинга, контролирующего все стадии процесса девелопмента — от разработки концепции и строительства до продаж и управления объектами.

20 лет работы — это серьезный срок, за который Группа компаний «ПИК» приобрела значительный опыт в сфере создания доступного и комфортного жилья, став безусловным лидером рынка. За эти годы у компании были и взлеты, и сложные времена, связанные с глобальной экономической ситуацией, но группа не только выстояла, но и приобрела новый опыт и знания, заработала безупречную репутацию надежного застройщика, получила стимул для дальнейшего профессионального развития.

Приоритетным направлением деятельности Группы компаний «ПИК» является строительство современного доступного жилья преимущественно в сегменте индустриального домостроения. Группа реализует проекты в Москве, Московской области и других регионах России. Земельный банк компании составляет 7 млн кв. метров.

С начала деятельности компания построила около 15 млн кв. м жилой недвижимости и обеспечила квартирами более 250 тысяч российских семей.

Комплексный подход

Группа компаний «ПИК» в своей работе использует комплексный подход к строительству и обеспечивает жилые проекты всей необходимой социальной инфраструктурой. Мы не только строим детские сады, школы и поликлиники, но и полностью укомплектовываем современным оборудованием и техникой.

Только за последние несколько лет группа ввела в эксплуатацию 23 детских сада и обеспечила местами около 3500 малышей. В школах, построенных Группой компаний «ПИК», учатся более 5000 учеников.

Проектируя наши жилые микрорайоны, мы уделяем особое внимание грамотному планированию жизненного пространства, озеленению и благоустройству придомовых территорий. Во дворах мы устанавливаем безопасные детские и спортивные комплексы, баскетбольные площадки и зоны отдыха.

Производство

Одним из конкурентных преимуществ Группы компаний «ПИК» является наличие собственных производственных мощностей, позволяющих строить в Московском регионе более 1 млн кв. м в год.

Домостроительные предприятия «ПИК-Индустрии» производят современные энергоэффективные серии жилых домов, которые пользуются популярностью у покупателей. Компания постоянно модернизирует технологии производства, стремясь быть лидером на рынке индустриального домостроения.

Социальная ответственность

Ответственность — один из главных принципов Группы компаний «ПИК». На протяжении 20 лет работы группа поддерживает свою безупречную репутацию. Более того, компания не единожды брала на себя обязательства по решению проблем обманутых дольщиков других недобросовестных застройщиков. Группа завершала строительство и вводила в эксплуатацию проблемные проекты других застройщиков в различных регионах России.

В общей сложности ГК «ПИК» передала бывшим обманутым дольщикам других недобросовестных компаний более 3000 квартир.

(<http://www.pik.ru/about/o-kompanii>)

17. Прочитайте текст. Докажите, что перед вами PR-текст (укажите дифференциальные признаки). Проанализируйте вопросно-ответные блоки в данном PR-тексте.

Группа компаний ПИК
ПРЕСС-СЛУЖБА
Россия, 123242, Москва
ул. Баррикадная, д. 19, ар.
Телефон/факс: +7 (495) 232-11-22
e-mail: Pressa@pik.ru

Лист вопросов и ответов

— Каково значение участия в государственных проектах для Группы компаний «ПИК»?

— Участие в таких проектах является важной составляющей деятельности Группы компаний «ПИК» в 2010 году, гарантируя стабильную планируемую выручку, а также равномерную эффективную загрузку домостроительных комбинатов.

— В чем уникальность домостроительной деятельности Группы компаний «ПИК» на этом объекте массовой застройки?

— В нем задействованы сразу три собственных производственных предприятия, которые работают в плотном взаимодействии. Все строительные элементы для домов серии 111-М производятся на 480-м комбинате железобетонных изделий (480 КЖИ), который находится в г. Алексине Тульской области. Монтажом домов 111-й серии занимаются специально подготовленные бригады Домостроительного комбината №3 (ДСК-3, г. Москва). При этом ДСК-3 вскоре начнет строительство собственных домов П-3М. А дома серии КОПЭ возведет Домостроительный комбинат №2 (ДСК-2, г. Москва), который в январе этого года также вышел на строительную площадку в Санкт-Петербурге. При этом специально для района «Сельма-2» ДСК-2 разработал новую модификацию дома-башни — «КОПЭ-Башня-М».

— Каковы перспективы участия Группы компаний «ПИК» в подобных федеральных программах?

— Для нашей компании очень важно участие в подобных проектах.

Речь идет не просто о выгодном вложении, а о социальной ответственности бизнеса. Впереди еще несколько проектов, информация в СМИ о которых появится позже. Пока у нас есть возможность участия в подобных программах, мы будем ею пользоваться.

— Каковы перспективы развития Группы компаний «ПИК»?

— Группа компаний «ПИК» полагает, что рынок жилья в Ленинградской области в сегменте эконом-класса уже прошел «дно» и в настоящее время очевидны тенденции его роста. Мы уверены, что сможем успешно развивать в 2010 году собственные девелоперские проекты при положительной динамике в мировой и российской экономике, и в частности на рынке недвижимости. При этих условиях Группа компаний «ПИК» должна значительно увеличить долю своего присутствия на рынке российской недвижимости.

(информационный пакет Группы компаний «ПИК»)

18. По образцу предыдущего текста, на основе материалов текста в задании 15 напишите свой вариант листа вопросов-ответов компании «Бритиш Американ Табакко Россия», посвященного конкретному информационному поводу. Озаглавьте лист вопросов-ответов.

19. Проанализируйте текст по плану, предложенному в задании 30 (параграф 3.1) (см. с. 91).

Строймет

Ответы на вопросы по материалу «Ондулин»

Вопрос: Довольно боязно делать шаг обрешетки 60 см, хоть это и соответствует высоте наклона крыши. Выдержит ли такая крыша нагрузку ног при установке антенны и иного оборудования? Не повредится ли лист при таком большом шаге? Какой меньший шаг вы можете порекомендовать для подстраховки? Может добавить еще и дополнительного крепежа? И другой вопрос: перехлест листов всего в одну волну тоже кажется недостаточно надежным. Может быть, делать в две волны? Заранее благодарен за ответы.

Ответ: Добрый день. В инструкции указаны минимально необходимые параметры обрешетки в зависимости от уклона вашей кровли. Вы вольны усилить наши требования сообразно своим опасениям. В перехлесте в две волны необходимости нет.

Вопрос: Поставляется ли в Россию «Ондулин» из Бразилии и есть ли разница по качеству и по цене между французским и польским или бразильским? Не опасно ли покупать «Ондулин» не у дилера?

Ответ: Поставляется. Разницы ни в цене, ни в качестве, ни в остальных параметрах нет и быть не может. Все, что идет на российский рынок, производится с учетом требований

нашего климата. Продажи «Ондулина» ведутся через нашу дилерскую сеть или субдилерскую сеть, которую формируют наши дилеры.

Вопрос: Планируем кровлю здания из «Ондулина» в Мурманской области. Подойдет ли для применения при сильных порывах ветра?

Ответ: При правильно выполненном монтаже с использованием всех 20 положенных на каждый лист гвоздей — да. «Ондулин» выдерживает порывы ветра до 192 км/ч. Испытания проводились в США и Великобритании.

Вопрос: Какие характеристики морозоустойчивости «Ондулина» в районах с резким внутриконтинентальным климатом (зимой до 50 градусов)?

Ответ: «Ондулин» с успехом применяется в районах с подобными температурными режимами, например в Якутии.

Вопрос: Появился мох или грибок зеленоватого цвета снаружи.

Ответ: Рискнем предположить, что мхом заросла та часть кровли, которая находится под деревом или в тени, а потому не успевает высыхать. В общем, ничего страшного, можно удалить мох с помощью жесткой щетки (только НЕ металлической!!!).

Вопрос: Сколько волн по ширине листа «Ондулин»? Этого нигде не указано в ваших рекламных материалах.

Ответ: В листе «Ондулина» по ширине 10 волн.

Вопрос: Подскажите оптимальный угол наклона крыши из «Ондулина» в условиях Подмосквья. Второй этаж имеет высоту стен 1,90, будет жилым и набор высоты дальше уже не критичен.

Ответ: «Ондулин» кладется на кровлю, чей уклон не менее 5 градусов. Подробнее см. инструкцию по креплению.

Вопрос: У меня дом в деревне покрыт жостью. Уже 30 лет. Появилась ржавчина снаружи, и я хочу поверху покрыть «Ондулином». Нужно ли снимать жость или можно поверху крыть?

Ответ: Зависит от состояния старой кровли. В принципе, можно крыть поверху.

Вопрос: Правда ли что на польский «Ондулин» много нареканий, связанных с изменением цвета? Даете ли вы гарантию на цвет (что не выцветет)?

Ответ: Все листы делаются по одной технологии на всех наших фабриках. Польский ничем не отличается от, например, французского. Про нарекания — это слухи. Нет, гарантии на цвет мы не даем. Только на водонепроницаемость.

Вопрос: Чтобы ондулиновая кровля прослужила долго, за ней, очевидно, нужен какой-то уход, характерный именно для «Ондулина»? Что можете посоветовать?

Ответ: Кроме правильного монтажа и продуманного «пирога», ничего более не требуется.

Вопрос: До какой отрицательной температуры можно монтировать «Ондулин»? (Становится хрупким, колким, для того чтобы крепить или ходить по лестнице.)

Ответ: Добрый день, мы не рекомендуем монтировать листы при отрицательных температурах. До —10 еще возможно, но очень осторожно, особенно при ходьбе по кровле. (<http://www.stroymet-s.ru/bituwell/ondulin/voprosy>)

20. Определите жанр текста. Какова цель составления данного текста? Кому он предназначен? Охарактеризуйте особенности структуры, содержания и оформления данного текста.

Аналитический отчет компании Knight Frank St-Petersburg

Итоги II квартала 2012 г.

Рынок загородной жилой недвижимости

Основные выводы

Рынок загородных коттеджных поселков демонстрирует стабильные объемы предложения с тенденцией к снижению количества свободных объектов. За I полугодие 2012 г. открылись продажи в одном элитном поселке и одном проекте бизнес-класса. В ближайшее время начнется реализация еще двух проектов класса «А» в Курортном и Всеволожском районах. Отмечена достаточно высокая покупательская активность в начале года, имеющая понижающий тренд к середине года, объясняющийся как влиянием сезонного фактора, так и отсутствием значимых экономических стимулов для увеличения объема сделок. Ценовые изменения не имеют выраженной тенденции, вместе с тем средняя динамика составила 12% за элитное домовладение и более 8% для объекта бизнес-класса.

Предложение

Число поселков, находящихся в активной стадии продажи домов, к концу I полугодия 2012 г. снизилось. Для жилых комплексов класса «А» такое снижение обусловлено постепенным и прогнозируемым завершением реализации основного массива предложений в ряде коттеджных поселков. До осени ожидается начало реализации еще двух коттеджных поселков в верхнем ценовом диапазоне. В проектах класса «В» имеет место присущая этому сегменту волатильность: ряд проектов переориентировались на продажу участков без обязательного подряда, что понижает позиционирование проектов, не позволяя относить их к бизнес-классу.

По состоянию на окончание 2-го кв. 2012 г. выбор для покупателя элитного загородного дома ограничен 13 поселками, в классе «В» коттеджи экспонируются в 36 жилых комплексах. По нашей оценке, в свободной продаже находятся в классе «А» не более 40%, в классе «В» — не более 55% домов.

Динамика количества коттеджных поселков

В течение I полугодия рынок пополнился двумя коттеджными поселками, при этом старт продаж пришелся на начало года, в то время как за 2-й квартал 2012 г. нового предложения не появилось.

Спрос

Во II квартале 2012 г. покупательская активность на рынке имела тенденцию к снижению, тем не менее состоялось 6 сделок на первичном рынке элитного загородного жилья. Почти завершились продажи в первой очереди коттеджного поселка «Медное озеро-2», отмечен ряд сделок в других поселках.

Наибольший спрос в классе «А» традиционно ощущается на дома Курортного района, однако в силу структуры имеющегося на рынке предложения половина сделок состоялась во Всеволожском районе. Для класса «В» преобладание в географии продаж объектов Всеволожского района характерно и отражает предпочтения покупателей. Подавляющий объем продаж в этом сегменте приходится на дома для постоянного проживания в радиусе 10–15 км от Санкт-Петербурга.

Коммерческие условия

В силу колебаний курса доллара, наблюдавшихся в течение II квартала 2012 г., средняя стоимость предложения подверглась небольшой корректировке. В ряде элитных проектов состоялось повышение цен на готовые дома, при этом сделки зафиксированы на

уровне цен предыдущего периода. Увеличение ценового индекса за I полугодие 2012 г. составило 12% в классе «А» и 8,4% в классе «В2».

(<http://www.knightfrank.ru>)

21. На сайте компании «Газпром» (<http://www.gazprominfo.ru>), в разделе «Информаторий» прочитайте ответы на вопросы о природном газе и о том, что с ним связано. Проанализируйте структуру и содержание этого раздела. Какова цель этого раздела на сайте? 22. Ознакомьтесь с текстом «История Apple» на портале EconomicPortal.ru (<http://www.economicportal.ru/history.comp/apple1.html>). Используя данный текст, напишите корпоративный бэкграундер компании Apple по типовой структуре (начиная с основания компании и заканчивая формулой успеха). Придумайте заголовок для своего текста.

Практическое занятие № 20. PR-тексты фактологических жанров. PR-тексты образно-новостных жанров.

Цель занятия: изучить структуру и содержание PR-текстов фактологических жанров и PR-текстов образно-новостных жанров.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Структура и содержание PR-текстов фактологических жанров.
2. Факт-лист.
3. Биография.
4. Структура и содержание PR-текстов образно-новостных жанров.
5. Байлайнер.
6. Поздравление.
7. Письмо.

Практическая часть:

1. В чем особенности фактологических жанров? Назовите виды фактологических жанров.
2. Дайте определение факт-листа. Как его еще называют в практике PR?
3. Какая информация может содержаться в факт-листе?
4. Где может размещаться факт-лист?
5. Дайте определение биографии как жанра PR-текста.
6. Охарактеризуйте структуру и содержание биографии.
7. Назовите разновидности биографии и укажите их характерные черты.
8. С каким журналистским жанром имеет схожие черты биография повествование?
9. Определите жанр текста. Свой ответ обоснуйте. Определите целевую группу общественности, для которой составлен данный PR-текст.

DANONE

1908 год — русский биолог Мечников выдвинул гипотезу, что содержащаяся в йогурте полезная молочнокислая культура — болгарская палочка — защищает организм и продлевает жизнь. Исаак Карассо начинает первое промышленное производство йогуртов, названных «Данон», в своей маленькой лаборатории по 400 горшочков в день.

1923 год — «Данон» производит уже 1000 горшочков в день.

1927 год — производство перемещается в новое здание. «Данон» становится поставщиком королевской семьи.

6 февраля 1929 года — Даниэль Карассо создает Societe Parisienne du Yoghourt Danone.

С 1929 года — йогурты начинают завоевывать мировой рынок. Исаак Карассо проводит мощную рекламную кампанию.

С 1942 года — «Данон» уже появился на рынке Соединенных Штатов, Бельгии, Мексики и Бразилии.

1953 год — «Данон» расширяет ассортимент продукции; внедряется в производство новый вид йогуртов — йогурты с фруктами.

1973 год — слияние стекольной компании BSN («Буссуа — Сушон — Невезель») с обществом «Жерве — Данон». Компания становится первым пищевым объединением во Франции.

1981 год — покупка The Dannon Company в США.

1983 год — компания создает Международный исследовательский центр имени Даниеля Карассо.

1991 год — во Франции появляется первый Институт «Данон».

1986 год — БСН присоединяет к себе фирму «Женераль Бискви» (Generale Biscuit) и приступает к выпуску печенья, занимая третье место среди крупнейших продовольственных компаний Европы.

Нач. 90-х гг. — компания приступает к выводу марки «Данон» на рынки Венгрии, Чехословакии, Польши, Болгарии. Марка «Данон» появляется в Китае, Таиланде, Гонконге, Новой Зеландии, Индии.

7 июля 1994 года — переименование компании из BSN в Группу «Данон».

С октября 1997 года — стратегия группы как во Франции, так и во всем мире изменяется в сторону трех основных направлений деятельности: свежие молочные продукты и детское питание, печенье и минеральная вода.

14 августа 1992 года — В Москве открыт первый в России фирменный магазин «Данон».

1994 год — Группа «Данон» покупает контрольный пакет акций фабрики «Большевик».

Май 1995 года — начал свою работу первый завод «Данон» в России, в городе Тольятти.

28 ноября 2000 года — в Чеховском районе Московской области открылся второй завод «Данон» в России.

(и <http://www.danone.ru>)

10. Определите жанр текста, укажите субъекта PR. Какова цель этого текста?

Лауреаты и дипломанты Невской премии 2014 года

По решению ученого совета Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ лауреатами международной Невской премии в области изучения журналистики и массовых коммуникаций в 2014 году признаны:

- в номинации «Признание» — Владимир Александрович Евстафьев, президент коммуникационного агентства «ИМА-пресс»;

- в номинации «Теория» — Томас Ханитцш, профессор коммуникации Мюнхенского университета Людвиг-Максимилиана, заведующий кафедрой исследований коммуникации и медиа, главный редактор журнала «Теория коммуникации»;

- в номинации «Просвещение» — Валентин Гурьевич Ковтун, Владимир Георгиевич Осинский и Татьяна Викторовна Васильева (за цикл трудов, посвященный блокадному радио).

Дипломантами конкурса признаны:

- в номинации «Признание» — Юрген Э. Мюллер, профессор медиаисследований в Университете Байройт;

- в номинации «Теория» — Наталья Генриховна Патрушева, заведующая сектором книговедения отдела редких книг Российской национальной библиотеки (цикл работ);

- в номинации «Просвещение» — Станислав Викторович Сергеев, журнал «Журналист» (за шесть томов сборника «Известия: страна, события, судьбы»).

(<http://jf.spbu.ru/nevaprize/>)

11. Определите жанр текста. Свой ответ обоснуйте.

Сантехкомплект

«Сантехкомплект» родился в феврале 1992 года. На нем тогда работало всего несколько сотрудников. Как и все новорожденные, свои первые два года «Сантехкомплект» помнит лишь отрывочно: вот он снимает свой первый офис в одной из комнат здания на улице Петровка, вот он арендует свое первое складское помещение, дай бог памяти, где же это было... Кажется, где-то на Пресне. Но прошел год, «Сантехкомплект» растет, и вот мама его ведет в детский сад на ул. Вавилова. Там он взрослеет, начинает осознавать, что без компьютерных технологий дальше развиваться невозможно, и происходит первое внедрение компьютерной программы под названием БЭСТ. Там же происходит разделение торговых агентов на тех, кто работает напрямую с клиентом, и тех, кто принимает телефонные звонки.

Так как у мальчика проявился тонкий художественный вкус, а также он понимает, что склад должен быть недалеко от офиса, в 1993 году он арендует новый ангар на ул. Архитектора Власова у художественного комбината, на котором производятся значки и другие массовые художественные изделия. Там обосновывается не только склад, но и образовавшийся транспортный отдел. Так как «Сантехкомплекту» достались хорошие сотрудники, он быстро растет: склад и офис становится ему малы. Приходится арендовать новые склад и офис.

В 1994 году «Сантехкомплект», несмотря на свой юный возраст, начинает задаваться вопросом о возможности работы с клиентами в других городах и странах. Образование компании «Сантехкомплект» в городе Киеве положило начало развития филиальной сети холдинга. Затем уже были открыты филиалы в Санкт-Петербурге, Ульяновске, Екатеринбурге, Риге... и так до 23 представительств на сегодняшний момент!

На рубеже 1996 и 1997 годов «Сантехкомплект» готовит новый прорыв — арендует старинный двухэтажный особняк на улице 1905 года. Приступает к освоению складской базы, приобретенной в собственность в г. Видное (Московская область): строятся два небольших, по 450 м², ангара, которые сейчас называются хранилищем №5, происходит установка первого козлового крана, прием первых вагонов с трубой и чугунными радиаторами.

Настает 1998 год. «Сантехкомплект» — в предвкушении новых свершений. Тогда еще никто не знал, что будет август и с ним кризис. Девяносто восьмой год помог «Сантехкомплекту» оставить короткие штанишки и вступить в отрочество. И вот уже юный отрок принимает недетские решения: оставить склады на ул. Дорожная и ул. Парковая и полностью сосредоточиться в одном месте, в г. Видное. Решение о развитии складов на

собственной территории далось очень непросто, но оно в то время было единственно верное. Теперь все силы и средства вкладывались в освоение территории в Видном: строятся новые хранилища и офисно-хозяйственные здания, открывается площадка, приобретаются козловые краны. На начало 2008 года «Сантехкомплект» был уже вполне сформировавшимся юношей, готовым вступить во взрослую жизнь с ее сложными институтами и аспирантурами, защитами кандидатских и докторских.

В начале 2008 года происходят два огромных прорыва. Внедряется новая по меркам России автоматизированная система JDE, которая позволяет организовать совершенно по-новому учет в «Сантехкомплекте», и принимается решение по аренде склада класса «А» в г. Домодедово (Московская область), на логистическом терминале для осуществления отгрузок в регионы. Как мы видим, судьба не балует вступившего во взрослую жизнь «Сантехкомплекта». Снова разразился кризис. Не всем юношеским мечтам суждено сбыться в 2008–2009 годах. И если с программным комплексом все проходит успешно, то с арендой склада класса «А» и отгрузками оттуда в регионы России приходится туго. Молодой «Сантехкомплект» принимает решение отказаться на время от аренды дорогостоящего склада и вернуться в родные пенаты.

2009–2010 годы протекают в сложных условиях нехватки крытых площадей, но, как всегда, в сложных и критических ситуациях «Сантехкомплект» принимает точное и самое оптимальное решение, переходит на закупку и возведение быстровозводимых ангаров. Уже в 2010 году у него дополнительно появляются 8 тыс. м² крытых площадей. Видя свои перспективы и готовясь к уверенному росту, в 2010 году запускается строительство 10 тыс. м² складских отапливаемых помещений, которые должны быть построены к 2012 году. В настоящий 2011 год молодой «Сантехкомплект» уверенно смотрит в будущее и надеется порадовать своих партнеров новыми прорывами.

(информационный пакет компании «Сантехкомплект»)

12. Определите тип биографии (конспект, рассказ или повествование). Свой ответ обоснуйте. Измените текст биографии таким образом, чтобы изменился ее тип.

Сомов Вадим Евсеевич,
генеральный директор ООО «Кинеф»

Родился 22 мая 1951 года в г. Краснокамске Молотовской (сейчас — Пермской) области. Окончил Московский институт нефтехимической и газовой промышленности имени И.М. Губкина в 1975 году. Некоторое время работал оператором, начальником установки, заместителем начальника цеха, начальником цеха, начальником планово-экономического отдела ПО «Киришинефтеоргсинтез». В 1996 году назначен вице-президентом департамента нефтепереработки нефтяной компании «Сургутнефтегаз». Сейчас является генеральным директором ООО «Кинеф» (ПО «Киришинефтеоргсинтез»).

Вадим Евсеевич — кандидат технических наук, доктор экономических наук, а также доцент, заведующий филиалом кафедры технологии нефти и углехимических производств Санкт-Петербургского технологического университета. Президент Федерации водного поло России. Удостоен специальной премии «Золотой софит» за поддержку театрального искусства Санкт-Петербурга и Ленинградской области в 1998 году и премии «Золотая маска» в 2002-м «За поддержку театрального искусства». Вадим Евсеевич был награжден орденом Ассоциации дружбы народов. С 2007-го года стал почетным членом Филармонического общества Санкт-Петербурга. Женат, имеет двоих сыновей и трех дочерей.

Как генеральный директор ООО «Кинеш» Вадим Евсеевич вносит вклад в развитие отечественной экономики, будучи человеком разносторонних интересов, также участвует в поддержке российского спорта и театрального искусства.

(информационный пакет ООО «Кинеш»)

13. Приведите пример биографии-повествования. Докажите, что найденный текст является данной разновидностью биографии.

14. В чем особенность образно-новостных жанров? Укажите основные функции и особенности композиции текстов образно-новостных жанров.

15. Что такое байлайнер? Назовите его виды.

16. Где могут размещаться байлайнеры разных видов?

17. Охарактеризуйте поздравление как жанр PR-текста.

18. Чем отличается поздравление как жанр PR-текста от обычного (личного) поздравления?

19. Охарактеризуйте структуру и содержание поздравления.

20. В чем особенность письма как жанра PR-текста?

21. Для какой группы целевой общественности предназначено письмо?

22. В каких ситуациях может использоваться жанр письма?

23. Охарактеризуйте структуру и содержание письма как жанра PR-текста.

24. Определите жанр текста и его разновидность. Свой ответ обоснуйте. Какому информационному поводу посвящен данный текст? Где он размещен? Проанализируйте структуру текста.

Межрегиональная профсоюзная организация ОАО «Газпром»

27–30 марта 2014 года в Ямало-Ненецком автономном округе

пройдет снегоходный пробег «На перекрестке времен»

25.03.2014

Колонка председателя

Участникам снегоходного пробега

От имени Межрегиональной профсоюзной организации ОАО «Газпром» и от себя лично искренне приветствую участников снегоходного пробега «На перекрестке времен»!

В этом году «Газпром профсоюз» проводит Год культуры и пропаганды здорового образа жизни. Мы благодарим организатора пробега — ООО «Газпром добыча Уренгой» за идею провести мероприятие, в котором удалось очень точно и качественно объединить темы здоровья, активного образа жизни, культуры и истории.

Участники пробега, среди которых есть и самые настоящие мастера, и самые настоящие любители, своим собственным примером докажут: настоящим приверженцам здорового образа жизни не страшны расстояния в сотни километров, бездорожье, снег и мороз.

Участники пробега, который пройдет по историческим памятникам той самой 503-й стройки, своим собственным примером покажут: мы знаем свою историю и культуру, мы помним, какими усилиями создавалось могущество нашей страны, какие непростые страницы были в ее истории.

Убежден, что пробег станет незабываемым для всех участников, поможет популяризации снегоходного спорта и пропаганде здорового образа жизни.

Желаю здоровья, успехов, активной жизненной и спортивной позиции!

Председатель МПО ОАО «Газпром» В. Н. Ковальчук

(<http://mpogazprom.ru/node/1444>)

25. Проанализируйте текст по уже известному вам плану. Где размещен данный текст?

Рамзан Кадыров на странице «ВКонтакте»

26 марта, в 18:00

Ассаламу алайкум, друзья!

Сегодня в России отмечают свой профессиональный праздник хранители и создатели культуры. Эти люди творческих профессий и деятели искусств. Те, кто вносит неопенимый вклад в духовное развитие общества и культурного наследия страны. Именно вы формируете духовное достояние нации, помогаете людям отвлечься от рабочих будней, способствуете утверждению принципов человечности, веры и добра. Благодаря вашим идеям и кропотливому труду мы осознаем и чувствуем все прекрасное, которое окружает нас, живем интересной и прекрасной жизнью! Позвольте от всей души поздравить вас с Днем работника культуры! Желаю вам творческих успехов, благополучия, счастья и крепкого здоровья!

#Chechnya #Kadyrov #деньработникакультуры #поздравление

(<http://vk.com/kadyrov>)

26. Определите жанр текста. Охарактеризуйте его структуру и содержание.

Уважаемые акционеры ОАО «NN»!

Уважаемые сотрудники!

12 мая на нашем комбинате произошла непредвиденная ситуация: у одного из рабочих было обнаружено инфекционное заболевание, в связи с чем работа рыбоконсервного цеха была приостановлена.

В тот же день нами были вызваны специалисты санэпиднадзора, которые провели тщательную санитарную обработку всех помещений цеха.

Все сотрудники, контактирующие с больным, прошли медицинское обследование — ни у кого из них инфекционные заболевания не выявлены.

Была также проверена продукция на соответствие санитарно-гигиеническим нормам — никаких отклонений не обнаружено.

Тем не менее руководство комбината решило отправить всех работников рыбоконсервного цеха в частично оплачиваемый отпуск на время инкубационного периода, так как охрана здоровья сотрудников и безопасность продукции являются приоритетными направлениями в деятельности нашего предприятия.

В сложившихся обстоятельствах ОАО «Рыбный двор» будет принимать все необходимые меры, чтобы наши сотрудники получали необходимую медицинскую помощь, а потребители всегда получали продукцию высокого качества, отвечающую всем санитарно-гигиеническим требованиям.

И. А. Петров,

председатель правления ОАО «Рыбный двор» (текст размещен на доске объявлений организатора)

27. Напишите текст поздравления ветеранам организации с Днем Победы (конкретные факты могут быть произвольными).

28. Напишите текст байлайнера по поводу новой программы ипотечного кредитования в каком-либо банке от имени руководителя этого банка для размещения в корпоративном издании.

29. Напишите текст письма для акционеров какой-либо компании — реальной или вымышленной (конкретные данные могут быть произвольными).

Практическое занятие № 21. PR-тексты исследовательских жанров

Цель занятия: изучить структуру и содержание PR-тексты исследовательских жанров.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Структура и содержание PR-текстов исследовательских жанров.
2. Заявление для СМИ и коммюнике.
3. Открытое письмо.

Практическая часть:

1. Охарактеризуйте исследовательские жанры PR-текстов, назовите их виды.
2. Что является объектом отражения в заявлении для СМИ?
3. Прокомментируйте разные подходы к определению жанра заявления для СМИ.
4. На какие две группы можно разделить весь массив заявлений для СМИ?
5. Что такое коммюнике?
6. Укажите цель написания заявления.
7. Охарактеризуйте особенности структуры и содержания заявления для СМИ.
8. Укажите стилистико-языковые особенности жанра заявления.
9. Какие возможности для написания текста заявления для СМИ предоставляет Интернет?
10. Назовите типичные ошибки при написании текста заявления для СМИ.
11. В чем сходство заявления для СМИ и открытого письма?
12. По каким критериям открытое письмо можно отнести к PR-текстам?
13. К какой группе жанров относится открытое письмо как PR-текст?
14. Кому может быть адресовано открытое письмо?
15. Охарактеризуйте структуру и содержание открытого письма.
16. Определите жанр текста, свой ответ обоснуйте. Определите целевую группу общественности, для которой составлен данный PR-текст.

Заявление для СМИ

Министра иностранных дел России С.В.Лаврова по итогам встречи с Президентом Исламской Республики Афганистан Х. Карзаем и Кабульской региональной конференции, Кабул, 14 июня 2012 года
1182-14-06-2012

Только что завершилась беседа с Президентом Афганистана, в ходе которой мы обсудили задачи по реализации договоренностей, достигнутых на встрече г-на Х.Карзая с Президентом России В. В. Путиным 7 июня в Пекине, «на полях» саммита Шанхайской организации сотрудничества. У обеих сторон есть твердое намерение наращивать торгово-экономическое сотрудничество с упором на инвестиции и различные формы энергетического взаимодействия. Российско-афганская межправительственная комиссия активно занимается этими вопросами и будет ориентирована на разработку новых конкретных проектов в самых разных областях.

Мы подтвердили готовность развивать сотрудничество и в гуманитарной сфере. Россия увеличила количество предоставляемых Афганистану стипендий на обучение гражданским специальностям. Мы также регулярно увеличиваем количество афганцев,

которые проходят курсы по линии наших военных вузов, правоохранительных органов. Это важно, т.к. задача укрепления боеспособности афганских вооруженных сил и служб безопасности весьма актуальна в контексте объявленного плана вывода МССБ из Афганистана в 2014 году. Данная сфера, безусловно, очень значима.

В ходе беседы с Президентом Х. Карзаем мы сконцентрировались и на таких принципиальных задачах, которые обсуждались на высшем уровне, как усиление борьбы с терроризмом и наркотрафиком. У Президента ИРА есть полное понимание, насколько эти угрозы влияют на наших соседей в Центральной Азии, а через них и на Российскую Федерацию. В интересах наших двух стран и стабильности в регионе мы договорились более тесно взаимодействовать на антитеррористическом и антинаркотическом направлениях. Этому будет способствовать недавнее предоставление Афганистану статуса наблюдателя в ШОС, где действует региональная антитеррористическая структура и одобрен план действий по борьбе с производством наркотиков и наркотрафиком.

Сегодня обсуждалась ситуация в регионе и в более широком контексте. Президент Х. Карзай позитивно оценил проходящую сегодня в Кабуле международную конференцию региональных государств с участием внерегиональных стран, которые поддерживают региональное сотрудничество. Мы считаем это мероприятие весьма успешным. Россия активно участвовала в подготовке итогового документа. В принятой сегодня декларации есть решение о создании 7 рабочих групп по продвижению мер укрепления доверия и сотрудничества в различных областях, включая борьбу с терроризмом, производством и сбытом наркотиков, в т.ч. сотрудничество в предотвращении стихийных бедствий и преодолении их последствий, экономическое, торговое, гуманитарное взаимодействие.

Все это очень полезно. Принципиально важно, что решения Кабульской конференции о создании этих рабочих механизмов не принимаются в отрыве от существующих здесь структур сотрудничества. В Декларации прямо записано, что эти механизмы будут действовать в тесном контакте и в гармонии с такими региональными организациями, как ШОС, ОДКБ и др. Думаю, это абсолютно правильный подход. Не следует создавать чего-то нового. В регионе имеется достаточно разветвленная сеть организаций и структур, которые занимаются различными областями взаимодействия между расположенными здесь государствами. Доступ внерегиональных игроков к этим структурам сотрудничества открыт, надо только взаимодействовать на основе решений, принимаемых самими странами региона. В этом — вся философия завершившейся в Кабуле конференции, подход, разделяемый Россией и Афганистаном, к дальнейшему развитию регионального взаимодействия в этой весьма важной точке земного шара.

Благодарю за внимание.

(http://www.afghanistan.mid.ru/speeches_28.html)

17. Определите жанр текста, укажите субъекта PR. Какова цель этого текста? Определите проблему, которая стала поводом для написания текста.

Павел Дуров на странице «ВКонтакте»

7 апреля 2014, в 10:50

Год назад произошло событие, которое поставило под угрозу будущее «ВКонтакте». В обход всех договоренностей, тайно от других акционеров и руководства «ВКонтакте» неизвестный интернет-индустрии фонд провел недружественное вхождение в совет директоров нашей компании, выкупив 48% ее акций.

Об этом шокирующем событии я узнал из прессы, которой заявил: сделка была произведена с нарушением имеющихся соглашений, согласно которым продавцы акций

«ВКонтакте» обязаны были сначала предложить свои доли существующим акционерам. С тех пор я не раз это повторял и повторяю сегодня: продажа 48% акций была незаконной, и фонд UCP не является легитимным акционером «ВКонтакте».

Ворвавшись в Рунет из менее прозрачных сфер российской экономики, фонд привнес в сердце российского IT свои сомнительные методы. Не имея сил этого переносить, ценные специалисты в результате стали покидать команду.

Защита от этой активности долгое время отвлекала нас от борьбы за реализацию нашего права, нарушенного почти год назад. Однако ситуация изменилась, и теперь появилась надежда на восстановление справедливости.

На прошлой неделе в арбитраж был подан иск, в случае успеха которого 48% незаконно проданных акций «ВКонтакте» должны быть, согласно всем письменным и устным договоренностям, предложены имеющимся на тот момент акционерам по цене продажи. В частности, основатель «ВКонтакте» в случае успешного исхода иска получит возможность вернуться в состав директоров и совладельцев компании.

Однако более важно то, что мы сможем настоять на выполнении того самого права, которое было призвано защищать нашу социальную сеть от вторжения и разрушения. Мы сможем восстановить справедливость.

(http://vk.com/durov?w=wall1_45620)

18. Определите жанр текста, свой ответ обоснуйте. Проанализируйте данный текст по плану, предложенному в задании 30 (параграф 3.1) (см. с. 91).

ГК «РОСТЕХНОЛОГИИ»

Заявление для СМИ

Нас не может не беспокоить сложная ситуация в футбольном клубе «Крылья советов», хоккейной и гандбольной командах «Лада», финансовую поддержку которым, как известно, на протяжении ряда лет оказывала государственная корпорация «Ростехнологии». Мы благодарны атлетам этих клубов, которые с гордостью носят на форменных майках эмблему нашей корпорации, выигрывая престижные матчи в борьбе с достойными соперниками. Поверьте, нам в большей степени, чем кому-либо, хотелось, чтобы счастливый путь волжских спортсменов продолжался бесконечно долго, чтобы гордость за самарский спорт по-прежнему переполняла наши сердца. Здесь мы — и болельщики, и спортсмены — едины.

Мы полностью разделяем эмоции и переживания всех тех, кто пытается оказать поддержку своим спортивным кумирам. Нам понятны возмущение и обида, захлестнувшие их.

В то же время нельзя не отметить, что сегодня госкорпорацией предпринимаются чрезвычайные и первоочередные меры по выводу из сложного финансового положения целого ряда предприятий, входящих в госкорпорацию, где работают сотни тысяч жителей, в том числе и Самарского региона.

В результате на ряде производств удалось урегулировать ситуацию, предприятия начали ритмично работать, персонал стал получать стабильную зарплату, а семьи — вновь смотреть в будущее с оптимизмом.

В данном положении отвлечение финансовых средств, задействованных в производственном процессе и социальной сфере, может сорвать наметившуюся положительную тенденцию возрождения, усугубить и без того непростую социальную обстановку.

Однако, осознавая всю серьезность лежащей на нас ответственности за спортивное движение в Самарской области, прежде всего за сложную ситуацию в футбольном клубе «Крылья Советов», и в то же время понимая, что в одиночку нам не справиться, мы принимаем конкретные меры по привлечению к решению этой проблемы крупнейших российских компаний. Прежде всего, речь идет о тех, кто развивает свой бизнес в регионе и связывает с ним свои экономические планы.

Надеемся на их понимание и поддержку.

Пресс-служба

ГК «Ростехнологии»

Тел.: (495) 637-99-15

Факс: (495) 695-45-94

E-mail: media@post.rusarm.ru

www.rostechnologii.ru

(<http://www.sports.ru/football/69111639.html>).

19. Определите жанр текста и укажите, к какой группе жанров он относится. Докажите, что это PR-текст. Какова цель этого текста?

Открытое письмо Оксаны Дмитриевой

к губернатору Санкт-Петербурга

Георгию Полтавченко

Уважаемый Георгий Сергеевич!

Считаю, что за оставшиеся до выборов три месяца Вы вполне успеете сделать простейшие шаги, за которые Петербург будет благодарен Вам. А если Вы профессионал, то прекрасно осознаете необходимость этих шагов и понимаете, что эти шаги не требуют ни финансовых, бюджетных средств, ни изменения законодательства, ни титанических организационных усилий. Нужны только политическая воля и гражданское мужество.

19. Восстановите небесную линию Санкт-Петербурга. Снесите все этажи зданий, которые нарушают высотный регламент и изуродовали наш город («Монблан» и другие), до уровня, разрешенного регламентом. Вы наживете себе врагов среди весьма состоятельных и влиятельных людей, но оставите о себе благодарную память всех петербуржцев.

20. Пресеките все попытки насильственно выселить жителей из исторического центра в новостройки. На вас обозлятся многие инвесторы, но Вы имеете право выбора.

21. Немедленно прекратите практику отъема у жильцов многоквартирных домов чердаков и подвалов. Верните общедолевую собственность жильцам дома. Проведите расследование и накажите всех чиновников, которые обманным путем распродали это имущество. Это породит недовольство воров и жуликов в районных администрациях и КУГИ, КГА и ПИБах, но сколько петербуржцев будут Вам благодарны! Взвесьте ценности!

22. Объявите мораторий на все проекты, связанные с уплотнительной застройкой, уничтожением зеленых зон и прочих коммерческих манипуляций. Тщательно проверьте подлинность проведенных общественных слушаний. Выявите коррупционные схемы, некоторые участники которых так обнаглели от безнаказанности, что даже не скрывают их. Информация есть. От Вас потребуются только решительность и бесстрашие.

23. Полностью прекратите работы по намыву новых островов в акватории Финского залива.

24. Пересмотрите все проекты государственно-частного партнерства (ГЧП). Прекратите практику бюджетного финансирования коммерческих структур под видом

ГЧП. Заставьте частных инвесторов выполнить все свои обязательства и намерения по инвестициям. Федеральные и местные олигархи возненавидят Вас, но это Вам решать, с кем Вы — с ними или с петербуржцами.

25. Верните городу и его жителям дворцы Петербурга и земельные участки, отданные за бесценок. Если сравнить списки журнала «Форбс» и тех, кому Ваша предшественница отдала эти дворцы, — списки совпадают. Вам потребуется огромное мужество, чтобы пересмотреть эти бессовестные решения.

26. Прекратите политику показухи. Вместо безумных трат на цветочки и праздники, выделить средства на доплаты бюджетникам. Это вранье, что денег нет. Просто они тратятся по логике тех, кто давно забыл, что это такое — жить от зарплаты до зарплаты.

27. Всех чиновников проверьте на соответствие доходов и расходов, выявите источники благосостояния их ближайших родственников. В особо тяжелых случаях при даче показаний используйте детектор лжи. Причем сделайте это в присутствии СМИ и представителей оппозиционных партий.

28. Прекратите превращение Петербурга в ночлежку для гастарбайтеров. Есть простейшие способы в кратчайший срок избавить петербуржцев от чувства раздражения тем, что происходит сегодня в миграционной политике города. Заключите публичный общественный договор со всеми национальными диаспорами. Они наведут порядок в своих рядах быстрее, чем наша доблестная полиция. По своим, неписаным, но жестко соблюдаемым национальным законам.

29. Прекратите истребление малого предпринимательства в угоду крупному бизнесу. Отдайте представителям малого бизнеса арендуемые ими помещения в длительную аренду с выкупом за минимальную сумму. Прекратите выкидывать их из помещений и душить.

30. Не давайте указаний фальсифицировать выборы, не включайте административный ресурс и поверьте, этого будет достаточно, чтобы обеспечить проведение в Санкт-Петербурге честных выборов. Не буду перечислять весь список того, что можно и нужно сделать для города в первоочередном порядке, поскольку его исполнение возможно только при одном главном условии — Вашей готовности пойти против интересов олигархов и коррумпированного чиновничества. Не унижайте нас ложью, показухой и хамством, которые стали нормой в последние годы.

Я предложила Вам сделать только то, что можно успеть сделать за три месяца до выборов, после которых победившая партия будет иметь право предлагать кандидатуры губернатора.

Если Вы решитесь осуществить предложенные мною шаги, я готова лично организовать работу по контролю за тем, чтобы все делалось понастоящему, без популизма, имитации и вмешательства обиженных единокоренных.

Еще раз повторяю: эти меры не потребуют ни финансовых вливаний, ни длительных законодательских процедур, ни колоссальных организационных усилий. Только политической воли и гражданского мужества.

Оксана Дмитриева

(<http://www.dmitrieva.org/id262>)

31. Соответствует ли структура текста заявленному жанру? Определите проблему, которая стала поводом для написания текста.

Открытое письмо деятелей культуры Санкт-Петербурга

24.04.2014

«Большой Гостиный Двор» — один из вечных символов нашего города, как Эрмитаж, Адмиралтейство, Смольный, Летний сад...

Более двух столетий он составляет частицу жизни всех поколений, кто жил задолго до нас, кто живет сегодня и будет после нас.

Самый крупный универмаг в Европе «Гостиный Двор» занимает особое место в жизни петербуржцев. Широкий ассортимент товаров на самый разный потребительский спрос и различный «кошелек», приветливые продавцы, дружелюбная атмосфера, «Гостиный Двор» — то место, куда приходят за покупками, встретиться, пообщаться, пройтись по залам и галереям.

Некоторое время назад в составе открытого акционерного общества «Большой Гостиный Двор» появился новый акционер — инвестиционная компания FORT GROUP. Владелец 10% пакета акций предложил инвестиционному комитету Правительства Санкт-Петербурга проект масштабной реконструкции «Гостиного Двора». Этот проект должен был бы увеличить общую площадь комплекса почти вдвое — до 150 тыс. кв. метров, а торговую площадь — в 5 раз, до 70 тыс. кв. метров; внутренний двор предполагалось накрыть стеклянным куполом, а подземное пространство превратить в трехуровневый паркинг.

Предложенный план не учитывает, что «Гостиный Двор» — памятник истории культуры, в котором, по существующему законодательству, охраняются не только фасады, но и все части зданий, включая свободное пространство дворовой территории.

Что же в противовес «дерзким планам» FORT GROUP делают руководство и совет директоров ОАО «Большой Гостиный Двор»?!

В рамках концепции развития и приспособления внутренних территорий БГД под современное использование принято стратегическое решение переместить акцент в развитии комплекса на социально-общественную составляющую, культуру и образование.

Известно, что обеспеченность торговыми площадями в нашем городе является одной из самых высоких среди городов России. Отсюда — расширение торговых площадей бессмысленно и абсурдно.

Мы сосредоточились сейчас на культурной составляющей БГД. Реставрируется здание на дворовой территории, где разместится Международная Вопросы и задания академия музыки Елены Образцовой. В рамках академии будет открыта детская школа искусств и концертный зал. Мы уверены, это очень «ко времени».

2014 год — Год культуры в России. Действия Правительства города направлены на сохранение и развитие российской культуры. И мысль Дмитрия Сергеевича Лихачева: «Культура — это огромное целостное явление, которое делает людей народом, нацией», — находит понимание и в Правительстве города, и в руководстве «Гостиного Двора».

Понимание, что необходимо воспитывать новое поколение с хорошим художественным вкусом и умеющее ценить искусство, вселяет уверенность, что руководство «Гостиного Двора» на правильном пути.

(В подписном листе к открытому письму — 19 подписей: народного артиста России, композитора и дирижера, профессора Е. Ф. Казаковского и др.)

(<http://www.fontanka.ru/2012/04/24/082>)

32. Напишите текст заявления для СМИ по поводу невыполнения партнерами (например, поставщиками) своих обязательств перед компанией (конкретные факты могут быть произвольными).

33. Напишите открытое письмо министру здравоохранения от имени руководителей закрывающегося детского отделения городского диагностического центра (конкретные факты могут быть произвольными).

Раздел 3. PR-МЕДИАТЕКСТЫ И СМЕЖНЫЕ PR-ТЕКСТЫ

Практическое занятие № 22. Имиджевая статья, имиджевое интервью и кейс-стори как виды PR-медиатекстов

Цель занятия: изучить структуру и содержание имиджевой статьи, имиджевого интервью и кейс-стори как виды PR-медиатекстов.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Опосредованные PR-тексты как разновидность базисных PR-текстов.
2. Характерные черты и задачи PR-медиатекстов.
3. Основные жанры PR-медиатекстов.

Практическая часть:

1. Дайте определение опосредованным PR-текстам. Почему они так называются? Как А. Д. Кривоносов предложил называть опосредованные PR-тексты?
2. Чем отличаются PR-медиатексты от журналистских?
3. Как отличить PR-медиатекст от рекламного текста?
4. Перечислите основные жанры PR-медиатекстов в отечественной и зарубежной практике.
5. Охарактеризуйте жанр имиджевой статьи, назовите ее виды и укажите особенности структуры и содержания.
6. Расскажите об особенностях имиджевого интервью.
7. Что такое кейс-стори? По какой структурной модели обычно строится текст кейс-стори?
8. Определите жанр текста. К какой группе жанров он относится? Докажите, что перед вами не журналистский текст. Какова основная цель данного текста? Укажите базисный субъект и информационный повод текста.

Когда газовики поют, «Евровидение» отдыхает!

Ольга Седых

В Геленджике с 13 по 18 мая проходил заключительный этап III корпоративного фестиваля «Факел» самодеятельных коллективов и исполнителей дочерних обществ и организаций ОАО «Газпром».

«Факел» загорается в Геленджике уже третий раз. Зачинатель и организатор фестиваля — гигант отечественной энергоиндустрии «Газпром», несмотря на мировой экономический кризис, ни рубля не изъял из сметы затрат на этот беспрецедентный смотр российских талантов.

На самой первой пресс-конференции, предваряющей открытие фестиваля, заместитель председателя правления «Газпрома» Михаил Середа особо подчеркнул, что руководство корпорации отчетливо понимает, что жизнь не сводится только к добыче газа и нефти, в ней должно быть и место для творческой реализации человека.

В Геленджик съехались около 1600 самодеятельных артистов, из них почти 500 детей. О масштабности праздника лучше всего свидетельствовала живописная колонна

участников карнавального шествия, растянувшаяся на несколько кварталов по одной из улочек, ведущих к знаменитой геленджикской набережной. Все пело, приплясывало, скандировало, дудело и играло, переливалось и искрилось и улыбалось! Город и до этого был настроен на грандиозность происходящего, потому что такой сцены здесь еще не бывало. Точнее, двух. Сцена на открытии и закрытии фестиваля меняла форму и расположение. Замысловатые конструкции, привезенные из Москвы на 16 большегрузных фурах, монтировали, не покладая рук, несколько дней на площади возле морвокзала. Оснащение сцены, по словам технического директора фестиваля Сергея Козина, было вполне сопоставимо с самыми известными площадками. Море стало непосредственным участником мероприятия. Лазерное шоу развернулось на водяных фонтанах.

Поражает и высокий уровень исполнительского мастерства всех участников финального тура «Факела». И председатель жюри Святослав Бэлза, и руководитель хора им. Пятницкого Александра Пермякова, и продюсер Бари Алибасов отмечали это неоднократно. И это не просто снисходительная вежливость мэтров. Бэлза был, пожалуй, более всех точен в оценке: «Я, наблюдая за самодеятельными артистами, всякий раз восхищаюсь: имея очень серьезные профессии, они еще и мастерски владеют музыкальными инструментами, поют и пляшут. Замечательно, когда у человека есть такая потребность. Еще более радостно от того, что есть возможность ее осуществить».

Председатель правления «Газпрома» Алексей Миллер подчеркнул, что «Факел» стал не только одним из символов корпоративного единения компании и ярким событием культурной жизни России, но и убедительным свидетельством социальной ответственности «Газпрома».

Поскольку результаты деятельности «Газпрома» влияют на развитие экономики всей страны и, соответственно, затрагивают интересы миллионов ее граждан, компания планомерно осуществляет социальные программы общероссийского масштаба. Строительство спортивных центров, стадионов и спортплощадок по всей стране, поддержка культурных проектов общенационального значения, программа «Газпром — детям» — вот только несколько аспектов социальной ответственности компании.

Фестивальная неделя пролетела как один необыкновенный день! А к гала-концерту, венчающему закрытие «Факела», и погода на Кубани наладилась. Так что обладатели Гран-при и лауреаты всех степеней и всех номинаций (а их получилось 131!) грелись не только в лучах славы, но и в лучах яркого южного солнца.

Жюри слегка охрипло, пока самому искрометному таланту нашло адекватную оценку. А самым искрометным из детских коллективов на этом «Факеле» оказался детский хореографический ансамбль «Кум-торкала» («Газпром трансгаз — Махачкала»). Среди взрослых всех перетанцевали артисты из «Театра современного танца» («Газпром трансгаз — Чайковский»). Эти два коллектива и получили Гран-при фестиваля. Генеральный директор ООО «Газпром трансгаз — Кубань» Сергей Жвачкин отметил, что «Факел» — не только корпоративное мероприятие Газпрома, способствующее развитию творческого потенциала работников компании, но и важнейшее культурное движение в рамках всей России. Так что был бы «Факел», а руки для него найдутся!

(Комсомольская правда в С.-Петербурге. 2009. 19 мая)

9. Используя материалы предыдущего текста, напишите текст имиджевого интервью с председателем правления ОАО «Газпром» Алексеем Миллером.

10. Определите жанр текста. Какова его основная цель?

Потребительские кредиты. Простой способ не откладывать жизнь на завтра

Чтобы убедиться в популярности потребительского кредитования, достаточно просто внимательно посмотреть по сторонам. Вот соседу привезли купленный в кредит диван. Коллега недавно угощала всех тортом, испеченным в новой «кредитной» духовке. А друзья только вчера хвастались путевкой, купленной... тоже в кредит! Знакомая картина? Тогда почему вы сами все еще копите деньги на свою мечту, вместо того чтобы позволить ей осуществиться с помощью современной банковской услуги?

Примерно такой вопрос я задала себе в тот день, когда стало очевидно, что собственных накоплений на запланированный весной ремонт не хватит. Поскольку внятного ответа на него у меня не нашлось, я вооружилась положительным опытом приятелей, уже имевших дело с кредитами и ничуть об этом не пожалевших, и отправилась на разведку в Сбербанк. Выбор банка был обусловлен его надежностью, близостью офиса с удобным графиком работы, а также привычкой, ведь у меня в Сбербанке и вклады, и зарплатная карточка, да и различные платежи я обычно совершаю именно в его филиалах.

Из разговора с кредитным менеджером выяснилось, что Сбербанк предлагает клиентам три потребительские ссуды. Причем в зависимости от условий программы и имеющегося дохода можно взять займы от 15 000 до нескольких миллионов рублей.

Так, «Потребительский кредит без обеспечения» предоставляется без залога и поручительств в размере до 1 500 000 рублей, 50 000 долларов США или 38 000 евро.

Для получения «Потребительского кредита под поручительство физических лиц» понадобятся поручители (до двух человек), зато его условия позволяют взять уже до 3 000 000 рублей, 100 000 долларов США или 76 000 евро. Срок кредитования по этим программам — до 5 лет.

А «Потребительский кредит под залог объектов недвижимости» выдается под залог квартиры, таунхауса, жилого дома, земельного участка или гаража. Сумма займа может достигать 10 000 000 рублей, 355 000 долларов или 250 000 евро, срок кредитования — до 7 лет.

Узнав, что я регулярно пользуюсь различными услугами Сбербанка, сотрудник предложил проверить, нет ли моей фамилии в электронной базе данных потенциальных заемщиков, кредиты для которых заранее одобрены банком.

Увы, в этом списке я не значилась, зато меня ждала другая приятная новость. Оказалось, что кредитные заявки тех клиентов, чья заработная плата поступает на счет в Сбербанке, рассматриваются в течение всего двух часов (в обычном случае ожидание может затянуться до двух рабочих дней). При этом для оформления кредита нужны лишь паспорт и заполненная анкета-заявление. И никаких справок с места работы! Но и это еще не все: самым большим сюрпризом для меня как держателя зарплатной карты стала пониженная процентная ставка по кредиту. Менеджер объяснил, что индивидуальный подход к каждому клиенту — это принцип работы банка, а потому стоимость кредита зависит от того, к какой категории (участники зарплатных проектов; работники предприятий, прошедших аккредитацию в банке; обычные клиенты) относится заемщик и какова его кредитная история. Таким образом, процентные ставки Сбербанка по «Потребительскому кредиту под поручительство физических лиц» варьируются. Из прочих условий меня также порадовали отсутствие комиссий и возможность досрочного погашения кредита без штрафов и ограничений по суммам. А в заключение кредитный менеджер рассчитал примерный размер кредита, на который я могу претендовать со своей зарплатой. Честно говоря, результат превзошел мои ожидания, так что я всерьез задумалась не только о ремонте, но и о покупке новой мебели. Кстати, менеджер посоветовал мне

заглянуть на сайт банка, где в разделе «Потребительские кредиты» имеется online-калькулятор, который поможет самостоятельно рассчитать сумму кредита, определить процентную ставку, составить график ежемесячных платежей по погашению основного долга и процентов. За кредитом я обратилась не сразу, решив еще раз тщательно взвесить грядущие затраты и определить нужную мне сумму займа. Но теперь у меня нет никаких сомнений: я вернусь в Сбербанк, чтобы подать заявку на потребительский кредит, дождусь ее одобрения и начну воплощать в жизнь свои представления об идеальном доме. А всем тем, кто год за годом откладывает исполнение своих желаний из-за отсутствия денег, настоятельно советую: не теряйте времени. Просто придите на консультацию в Сбербанк и убедитесь, что ваши мечты могут воплотиться в реальность!

Татьяна Самохвалова

За более подробной информацией о потребительских кредитах обращайтесь на сайт Сбербанка России: www.sberbank.ru, или по телефону справочной службы: 8-800-555-55-50.

(рекламная листовка Сбербанка)

11. Определите жанр текста. Укажите субъекта PR и информационный повод для создания текста.

Роль автоновинок на российском рынке в 2013 году

18.02.2013

Потребители демонстрируют большое внимание ко всем автоновинкам, но далеко не всегда готовы голосовать за них рублем. Особенно актуальна проблема выведения новинок на российский рынок в 2013 году, — ведь спрос больше не превышает предложение.

«Когда мы видим, что наш покупатель регулярно попадает в пробки, мы хотим сделать его жизнь проще и лучше»

С августа прошлого года на российском автомобильном рынке началось снижение продаж. Сейчас уже с большой долей вероятности можно говорить, что рынок вошел в период стагнации. Однако явных экономических предпосылок к снижению спроса нет, а значит, речь идет о достижении точки насыщения. В таких условиях автопроизводители будут вынуждены пересматривать маркетинговые стратегии. Если на растущем рынке практически любая новинка была обречена на успех, то теперь выведение на рынок новых и обновленных моделей становится более рискованным.

О роли новинок на российском рынке и предпочтениях покупателей мы беседуем с главой Audi Russia Еленой Смирновой.

— Какой сегодня, с вашей точки зрения, должна быть стратегия поддержания интереса к марке и привлечения покупателей на российском рынке?

— Сегодня покупатель нового автомобиля выбирает не просто марку и модель, а весь спектр сопутствующих услуг. На первый план выходит такой фактор, как стоимость владения, а для премиального сегмента огромное значение начинает приобретать эмоциональный фактор.

Audi — единственная марка в сегменте «премиум», которая предоставляет клиентам гарантию мобильности: подменный автомобиль, если произошла гарантийная поломка, на безвозмездной основе.

Мы активно развиваем программу «Трейд-ин», принимая старый автомобиль клиента в зачет стоимости нового. Причем марка подержанного автомобиля не важна.

Еще один шаг навстречу покупателю — клиентские программы. Среди них — эксклюзивные тест-драйвы новинок за рубежом, занятия по совершенствованию

водительского мастерства в Школе quattro®, ледовые сессии на ГУМ-катке, обучение спортивному вождению в рамках Audi Racing Program и целый ряд других мероприятий.

Команда Audi Russia делает все возможное, чтобы на каждом этапе нашего общения клиенты чувствовали свою принадлежность к прогрессивному и технологичному клубу Audi.

— Какую роль вы отводите выведению на рынок новых и обновленных моделей?

— У Audi очень широкий модельный ряд, и каждый год мы представляем на мировом рынке большое количество новых автомобилей и различных модификаций. При этом вывод новой модели и последующее обновление одинаково важны: за 3 года, пока автомобиль находится на конвейере, разрабатываются новые технологии, которые затем внедряются в фейслифт модели.

В ближайшем будущем потребность в мобильности станет определяющей во всем, что касается автомобилей и трафика. Когда мы видим, что наш покупатель регулярно попадает в пробки, мы хотим сделать его жизнь проще и лучше — создавать совершенные, инновационные и технологичные продукты и безупречно обслуживать клиентов.

— Какие новинки вы планируете к запуску в России в 2013 году?

— В этом году у марки с четырьмя кольцами будет целое созвездие премьер. Назовем только новинки первого полугодия: Audi A3 Sportback, Audi RS 5 cabriolet, Audi RS6, Audi RS7 Sportback, Audi RSQ3 и седан Audi A3.

— В каких сегментах рынка новые модели более востребованы, а в каких покупатели проявляют консерватизм?

— В Европе есть тенденция, что потребители автомобилей класса E и F более консервативны. В России мы не видим этого тренда: задолго до появления нового Audi A6 или Audi A8 наши дилеры уже начинают принимать предварительные заказы.

— Является ли обязательным условием успеха марки в России широкий модельный ряд и присутствие производителя во всех размерных классах?

— Безусловно. Весь модельный ряд Audi, начиная от Audi A1 до Audi A8, линейка Q и спортивные модификации S и RS пользуются большим спросом. Только появившись на рынке, новый Audi Q3 нашел почти 6000 клиентов. Это блистательный успех.

— Мы знаем примеры автомобилей, которые существовали в неизменном виде на разных развивающихся рынках десятилетиями. В России такие хиты не могут быть востребованы?

— Дизайн — это не просто красивая форма. В облике моделей Audi сочетаются спортивный стиль и солидность, стремительные контуры и классические пропорции, функциональность и эстетика. При этом язык дизайна Audi постоянно эволюционирует. Уже сегодня марка работает над созданием моделей, которые будут востребованы через пять, десять, пятнадцать лет.

Дмитрий Европин, главный редактор журнала «MotorPage»

(http://www.motorpage.ru/Audi/interview/kogda_mi_vidim__chto_nash_pokupatel_reguljarno_popadaet_v_probki__mi_hotim_sdelat_ego_zhizn_proshhe_i_luchshe.html)

12. Используя материалы текста «История Apple» на портале EconomicPortal.ru (http://www.economicportal.ru/history_comp/apple1.html), напишите кейс-стори на любую тему в соответствии со структурой А. Н. Чумикова.

13. Найдите опубликованный в СМИ PR-медиатекст, определите его жанр, сформулируйте цель текста и укажите, кто инициировал публикацию этого текста

14. Найдите в СМИ текст имиджевой статьи, посвященной персоне, и проанализируйте ее по известному вам плану

15. Прочитайте текст «Повелители тетраэдра» (<http://www.management.com.ua/cases/case116.html>), определите его жанр, укажите субъекта PR. Какова цель этого текста?

Практическое занятие № 23. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты

Цель занятия: изучить структуру и содержание слогана организации, резюме и пресс-ревью как смежных PR-текстов.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие смежных PR-текстов.
2. Понятие слогана.
3. Типы слоганов.
4. Понятие резюме.
5. Структура резюме.
6. Понятие пресс-ревью.
7. Предназначение пресс-ревью.

Практическая часть:

1. Дайте определение смежным PR-текстам, перечислите их виды.
2. Охарактеризуйте слоган как смежный жанр PR-текста, укажите его виды.
3. Каковы основные функции слогана?
4. Какие виды слоганов вы знаете? Дайте определение рекламного (товарного) слогана.
5. Что представляет собой слоган организации? На какие виды он делится?
6. Сформулируйте определение корпоративного слогана. В каких сферах деятельности он используется? Приведите свои примеры корпоративных слоганов.
7. Дайте определение политического слогана и охарактеризуйте его с точки зрения содержания.
8. Укажите основные структурные модели политического слогана.
9. На каком основании резюме можно отнести к смежным PR-текстам?
10. Охарактеризуйте структуру резюме.
11. Каковы правила оформления резюме?
12. Какие материалы могут сопровождать резюме?
13. Что такое пресс-ревью и каковы его цели?
14. В подборке слоганов выберите три примера слоганов разных компаний, на сайтах этих компаний найдите формулировки их миссии и определите, как отражена философия и миссия компании в корпоративном слогане.

Subaru. Confidence in Motion. («Уверенность в движении».)

- LG. It's All Possible. («Все возможно».)
- Toyota. Always a better way. («Стремиться к лучшему».)
- Chevrolet. Find new roads. («Найди новые пути».)
- Visa. Everywhere You Want to Be. («Везде, где вы хотите быть».)
- Мегафон.

Будущее зависит от тебя.

- МТС. На шаг впереди.
- Газпром. Мечты сбываются.
- Apple. Думай иначе.
- Nike. Просто сделай это.
- Adidas. Невозможное возможно.
- Билайн. Живи на яркой стороне.
- Raspers. Малыши вдохновляют.
- Русское радио. Все будет хорошо.

15. Приведите известные вам примеры изменения корпоративных слоганов и укажите причины этих изменений.

16. Проанализируйте структуру и содержание данных политических слоганов, выделите среди них удачные и неудачные. Свой ответ обоснуйте.

- Новый президент — новая Россия!
- Требуйте большего! (М. Прохоров, выборы Президента РФ, 2012 год).
- Сохраняем. Развиваем. Создаем. Работаем. Строим. Для жизни, для людей («Единая Россия», выборы в Государственную Думу, 2011 год).
- Каждый правый имеет право! («Правое дело», выборы в Государственную Думу, 2011 год).
- Проектируй свое будущее («Правое дело», выборы в Государственную Думу, 2011 год).
- Великой стране — сильный лидер! (В. Путин, выборы Президента РФ, 2012 год).
- Власть и собственность — народу! (Г. Зюганов, выборы Президента РФ, 2012 год).
- Закон и справедливость (В. Прасолов, выборы мэра г. Таганрога, 2012 год).
- Вместе, дорогие земляки, нам строить будущее Миасса (И. Войнов, выборы главы г. Миасса, 1999 год).
- Россия требует перемен! Мы вернем вам надежду! («Яблоко», выборы в Государственную Думу, 2011 год).
- Сила в правде. Кто прав, тот и сильнее (М. Прохоров, выборы Президента РФ, 2012 год).
- Жириновский, или будет хуже! (В. Жириновский, выборы Президента РФ, 2012 год).
- Знание. Молодость. Сила (саратовское отделение ЛДПР, выборы в Государственную Думу, 2011 год).
- Хорошо русским — хорошо всем! Плохо русским — плохо всем! (слоган ЛДПР, выборы в Государственную Думу, 2011 год).
- Правда. Разум. Результат.
- Никто, кроме нас.
- Не могу быть равнодушным (кандидаты в депутаты горсовета г. Сергиев Посад, 2010 год).
- Мы — самарские!
- Наш. С нами. За нас (В. Тархов, кандидат в мэры г. Самары, 2010 год).
- Поправлю всем больные головы (Ю. Коган, кандидат в мэры г. Самары от ЛДПР, 2010 год).

17. Укажите, в каких слоганах из приведенной выше подборки содержатся тезисы программы кандидата на выборную должность.

18. В этой же подборке найдите слоганы, в которых имеется указание на региональный компонент.

19. Приведите свои примеры (не менее 5) политических слоганов, которые использовались кандидатами во время недавних региональных или муниципальных выборов; проанализируйте их с точки зрения содержания и формы.

20. В базе слоганов, девизов, лозунгов, размещенной по адресу: <http://voxfree.narod.ru/slogan/election.html>, найдите удачные и неудачные. Свой ответ обоснуйте.

21. Прочитайте текст, определите его жанр. Какова цель представленного резюме?

Ирина Беспалова

Вакансия: главный бухгалтер / финансовый директор

Имя: Ирина

Возраст: 53 года Пол: женский Образование:

Основное:

- 1979 — Донецкий политехнический институт, экономика, диплом

Повышение квалификации/курсы

- 2002 — МСФО, Межбанковский институт, г. СПб., IAS • 2000 — проф.

бухгалтер, СПбГУ, проф. бухгалтер Опыт работы:

02.2011 — ООО «Гловис Рус» (Северо-Западный округ)

— Перевозки/логистика/склад/ВЭД Главный бухгалтер (корейский капитал)

Ведение учета по двум организациям:

— логистика автомобилей различными видами транспорта, хранение, перевалка, обработка в порту.

— вспомогательные услуги на производстве.

Выполнение следующих обязанностей в рамках финансово-хозяйственной деятельности компании:

— подготовка бухгалтерской, налоговой и статистической отчетности;

— подготовка и анализ финансовой информации для ежемесячного закрытия корпоративной отчетности;

— отслеживание и проверка бухгалтерских данных в финансовой системе с точки зрения правильности занесения данных и соответствия с данными прочих внутрифирменных отчетов, разработка налоговой и бухгалтерской политики, установление правил внутреннего контроля и документооборота;

— отслеживание правильности отнесения расходов по проектам, распределения общехозяйственных расходов по статьям бюджета, ведение участка реализация, банк, расходы будущих периодов, разнесение расходов по заработной плате и налогам и пр.

— контроль за движением счетов и консультирование по документообороту и бухгалтерской политике персонала компании.

— проверка заключаемых договоров (договора подряда, приобретения материалов, оказания услуг и пр.) в части соответствия законодательству и правильности расчетов;

— контроль за правильностью начисления заработной платы;

— участие во внедрении финансовой системы 1С8 «Управление производством» и блока по МСФО;

- взаимодействие с внешними аудиторами, участие в аудиторских проверках;
- работа с налоговыми органами.

11.2009–01.2011 ОАО «Роснефтьбункер», группа компаний Gunvor, нефтеперевалка и строительство КНГ — многопрофильный холдинг

Начальник управления по налогам и сборам (подчинение генеральному директору)

Выполнение следующих обязанностей:

- проверка отчетности и деклараций по всем налогам;
- финансовый анализ деятельности организации и сопоставление данных финансового и бухгалтерского учета;
- оформление результатов проверок, принятие решений по проверкам;
- участие в судебных заседаниях;
- проверка заключаемых договоров (договора подряда, приобретения материалов, оказания услуг и пр.) в части соответствия законодательству и правильности расчетов;
- контроль за правильностью начисления заработной платы (аутсорсинг);
- помощь в контроле затрат по проектам и отслеживание поступления выручки по проектам;
- участие во внедрении финансовой системы 1С8 «Управление строительной организацией»;
- взаимодействие с внешними аудиторами, участие в аудиторских проверках;
- работа с налоговыми органами.

12.2007–12.2008 — ООО «ЭнСиСи Недвижимость»

Финансовый директор

Выполнение следующих обязанностей:

- финансовый менеджмент;
- разработка, планирование и контроль управленческого и бухгалтерского учета;
- бюджетирование и контроль исполнения бюджетов;
- анализ и формирование бизнес-планов, сбор и анализ финансовой информации;
- контроль финансовых потоков;
- оценка эффективности использования финансовых ресурсов;
- организационная работа с банками и аудиторами;
- взаимодействие с внешними аудиторами, участие в аудиторских проверках;
- работа с налоговыми органами.

08.1996–11.2007 — ООО «ЭнСиСи Недвижимость»

Главный бухгалтер (фирма со стопроцентным финским капиталом) Ведение учета по трем организациям в строительной области:

- девелопер собственных земельных участков и генеральный подрядчик двух крупных строительных проектов;
- предоставление персонала и сдача в аренду оборудования; — представительство NCC International.

Выполнение следующих обязанностей в рамках финансово-хозяйственной деятельности компании:

- подготовка бухгалтерской, налоговой и статистической отчетности;
- подготовка и анализ финансовой информации для ежемесячного закрытия корпоративной отчетности для Финляндии;
- отслеживание и проверка бухгалтерских данных в финансовой системе с точки зрения правильности занесения данных и соответствия с данными прочих

внутрифирменных отчетов, разработка налоговой и бухгалтерской политики, установление правил внутреннего контроля и документооборота;

- отслеживание правильности отнесения расходов по проектам, распределения общехозяйственных расходов по статьям бюджета. ведение участка реализация, банк, расходы будущих периодов, разнесение расходов по заработной плате и налогам и пр.;

- контроль за движением счетов и консультирование по документообороту и бухгалтерской политике персоналу компании;

- проверка заключаемых договоров (договора подряда, приобретения материалов, оказания услуг и пр.) в части соответствия законодательства и правильности расчетов;

- контроль за правильностью начисления заработной платы (аутсорсинг);

- помощь в контроле затрат по проектам и отслеживание поступления выручки по проектам;

- участие во внедрении финансовой системы 1с8 «управление строительной организацией»

- взаимодействие с внешними аудиторами, участие в аудиторских проверках

- работа с налоговыми органами.

Навыки:

Гражданство: Россия

Языки: родной язык — русский, английский, upper-intermediate

Ключевые навыки: уверенный пользователь 1С различных конфигураций в т.ч. 1С 8.0, сертификат профбухгалтера, сертификат IAS, знакома с

SAP

Сертификаты, дипломы, удостоверения, водительские права, другие документы:

2002 — МСФО, Межбанковский институт г. СПб., IAS 2000 — проф. бухгалтер, СПбГУ, проф. бухгалтер водительские права, категория В

Личные качества: ответственность, инициативность, энергичность, хорошие организационные навыки.

Желаемый уровень заработной платы: 100 000 руб.

Телефон для связи: 89219957950.

E-mail для связи: iri1922@yandex.ru

(<http://спбтруд.рф/resume/id2687>)

22. Назовите структурные блоки из приведенного выше резюме. Что вы хотели бы изменить в данной структуре?

23. Отредактируйте текст данного резюме таким образом, чтобы у персоны увеличились шансы на получение вакансий.

24. На основе сведений из резюме составьте текст биографии-рассказа.

25. Прочитайте резюме переводчика Эммы Каировой, размещенное в ЖЖ-сообществе «Журналисты: работа, вакансии, резюме» по адресу: http://mamarazzi.ru.livejournal.com/1456588.html?mode=reply#add_comment, укажите достоинства и недостатки (если есть) в структуре, содержании и оформлении текста.

26. Найдите пресс-ревью какой-либо организации (например, пресс-ревью джаз-оркестра Новосибирской филармонии по адресу: <http://www.philharmonia-nsk.ru/collectives/40/press-revyu/>) и проанализируйте тематику публикаций о субъекте PR.

27. Выберите какую-либо крупную компанию или организацию, найдите опубликованные за определенный период материалы в СМИ об этом субъекте PR и составьте пресс-ревью.

Практическое занятие № 24. Фотография как визуальная разновидность PR-текста

Цель занятия: изучить классификацию фотографий как визуальной разновидности PR-текста на основе объекта изображения и классификацию фотографий с точки зрения использования технологий съемки.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Отличие между вербальными и визуальными PR-текстами.
2. Понятие индексальных или иконических знаков.
3. Классификация фотографий как визуальной разновидности PR-текста на основе объекта изображения.
4. Классификация фотографий с точки зрения использования технологий съемки.

Практическая часть:

1. Сформулируйте определение фотографии как PR-текста.
2. Какими признаками PR-текста обладает фотография?
3. Что такое индексальные и иконические знаки?
4. На каком основании А. Д. Кривоносов строит классификацию фотографий как визуальных PR-текстов?
5. На какие виды можно разделить фотографии, изображающие человека?
6. Что может быть представлено на фотографиях, изображающих производство?
7. Какие виды фотографий выделяются с позиции технологий съемки?
8. Найдите десять удачных, на ваш взгляд, визуальных PR-текстов (фотографий), изображающих человека. Определите их разновидность по содержанию и по технологии съемки.
9. Найдите шесть удачных, на ваш взгляд, визуальных PR-текстов (фотографий), изображающих производство. Определите их разновидность по содержанию и по технологии съемки.
10. Найдите десять неудачных, на ваш взгляд, визуальных PR-текстов (фотографий), изображающих человека. Свой ответ аргументируйте.
11. Найдите шесть неудачных, на ваш взгляд, визуальных PR-текстов (фотографий), изображающих производство. Свой ответ аргументируйте.

Практическое занятие № 25. Комбинированные PR-тексты

Цель занятия: изучить структуру и содержание комбинированных PR-текстов.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие комбинированных PR-текстов.
2. Корпоративное издание: специфические черты, цели, функции, типовая структура. Понятие пресс-кита.
3. Варианты оформления пресс-кита.
4. Пресс-кит и информационный пакет: сходства и различия.
5. Медиа-кит: содержание и функции.
6. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов.
7. Типы листовок по содержанию.

Практическая часть:

1. В чем особенность комбинированных PR-текстов?
2. Какие тексты, помимо базисных простых первичных, могут входить в комбинированный PR-текст?
3. Перечислите основные разновидности комбинированных PR-текстов.
4. Что понимается под корпоративным изданием? Чем оно отличается от массового издания? Укажите специфические черты корпоративного издания.
5. Каковы цели и функции корпоративного издания?
6. Укажите принципы типологии корпоративного издания.
7. Охарактеризуйте типовую структуру (модель) корпоративного издания.
8. Расскажите об истории европейского ньюслеттера.
9. Ознакомьтесь с одним из номеров корпоративного издания какой-либо организации и выполните следующие задания:
 - определите, какая организация выпускает данное издание и с какой целью;
 - проанализируйте структуру и содержание данного номера корпоративного издания;
 - определите, какие жанры простых первичных PR-текстов присутствуют в данном номере;
 - укажите функции фотографий в корпоративном издании, определите виды фотографий, используемых в данном номере;
 - подумайте, какие разделы или темы можно было бы добавить в этот номер корпоративного издания.

10. Создайте макет корпоративного издания организации в процессе деловой игры.

Цель деловой игры — показать особенности работы PR-специалистов по созданию макета корпоративного издания.

Разделитесь на команды по 3–5 человек. Задача команды — сделать макет корпоративного издания базисного субъекта PR. В качестве субъектов PR могут быть предложены реальные или вымышленные организации, работающие в разных сферах:

- сеть салонов красоты;
- предприятие нефтедобывающей промышленности;
- районная администрация;
- крупная страховая компания;
- высшее учебное заведение;
- сеть бутиков модной одежды;
- банковская структура;
- сеть фитнес-клубов;
- сеть салонов по продаже автомобилей;
- факультет университета и т.п.

Аналитический этап

- Сформулируйте основные цели и задачи создания нового корпоративного издания в соответствии с корпоративной философией организации и основной политикой в области связей с общественностью.
- Определите, какие функции должно выполнять корпоративное издание.
- Определите формат издания (газета, журнал, бюллетень, печатное или электронное издание).
- Определите периодичность издания.
- Определите целевую аудиторию (внутренняя, внешняя или смешанная), опишите целевую группу.
- Выясните бюджет на выпуск корпоративного издания.

Подготовительный этап

- Дайте название корпоративному изданию, которое отражало бы его связь с организацией-учредителем. Для этого из нескольких предложенных вариантов выберите наиболее подходящие (с мотивировкой).
- Продумайте дизайн издания (в соответствии с корпоративной символикой и фирменным стилем);
- Разработайте типовую структуру (рубрики) корпоративного издания.
- Назначьте ответственных за каждую рубрику и ответственного за выпуск всего номера в целом.

Этап реализации проекта

- Определите темы статей в каждой рубрике; ответственный за номер должен поручить написание текстовых материалов авторам:
- Напишите байлайнер от имени первого (должностного лица).
- Напишите статьи на актуальные для организации темы, в том числе имиджевого характера.
- Возьмите интервью у кого-то из сотрудников / партнеров / клиентов (по выбору) и напишите текст интервью.
- Представьте иллюстративный материал (фотографии, рисунки, схемы и т.п.) к рубрикам (темам).
- Сформулируйте вопросы сотрудников и обеспечьте ответы на них специалистов (например, юристов).
- Представьте развлекательные материалы (кроссворды, гороскопы и т.п.).

Этап контроля

- Получите отзывы читателей (удовлетворены ли они уровнем информации в корпоративном издании).
- Проанализируйте критические замечания, чтобы учесть их при работе над следующим выпуском.

Перед созданием макета корпоративного издания необходимо описать концепцию издания (то есть подробно описать аналитический и подготовительный этапы).

После выполнения задания каждая команда должна представить макет корпоративного издания с внутренним наполнением (контентом) в распечатанном и электронном виде. Остальные команды участвуют в обсуждении, делают замечания, дают советы по улучшению работы.

11. Дайте определение пресс-кита, укажите его цели.

12. Какие тексты входят в минимальный стандартный набор пресскита?
13. Что может входить в более полный вариант пресс-кита?
14. Расскажите о двух вариантах оформления пресс-кита.
15. Какие материалы размещаются в правой части (кармане) пресскита, а какие — в левой?
16. Чем отличается информационный пакет от пресс-кита?
17. Что такое медиа-кит? Кто является субъектом PR в медиа-ките? Кому он предназначен и с какой целью?
18. Какие материалы входят в медиа-кит?
19. На официальном сайте компании «БАРС Груп» (<http://bars-open.ru/about/>) найдите пресс-кит (ссылка под кнопками соцсетей в нижней части страницы) и проанализируйте его по следующей схеме:
 - базисный субъект PR;
 - к какому информационному поводу составлен;
 - структура пресс-кита;
 - особенности оформления.
20. Оцените пресс-кит компании «БАРС Груп» (см. ссылку в предыдущем задании) с точки зрения использования интернет-технологий. Свой ответ обоснуйте.
21. Пользуясь материалами сайта крупной компании или организации, составьте пресс-кит и проанализируйте его по следующей схеме:
 - субъект PR;
 - информационный повод;
 - структура пресс-кита;
 - особенности оформления.
22. Проанализируйте структуру, содержание и оформление медиакита журнала «Афиша» (<http://afisha.ru/promo/mediakit/>).
23. На сайте какого-либо СМИ найдите медиа-кит и проанализируйте его структуру, содержание и оформление. Кому адресован медиа-кит?
24. Каковы цели политической листовки?
25. Укажите типы политических листовок по форме и перечислите каналы распространения.
26. Назовите виды политических листовок по содержанию и охарактеризуйте каждый из них.
27. Опишите структуру политической листовки, выделите в ней обязательные и факультативные компоненты.
28. Создайте макет политической листовки для вымышленного лица, якобы баллотирующегося на выборную должность в какой-либо орган. Проанализируйте созданную вами листовку, выделив обязательные и факультативные компоненты.
29. Прочитайте текст политической листовки кандидата на должность мэра г. Тольятти и проанализируйте по плану, предложенному в задании 30 (параграф 3.1) (см. с. 91).
30. Определите тип данной политической листовки по содержанию.
31. Укажите, какие обязательные компоненты она включает.
32. Присутствуют ли в данной листовке факультативные компоненты?
33. Проанализируйте содержание листовки (биографию, слоган, тезисы программы и т.п.).

34. Прокомментируйте оформление листовки.

Кандидат на должность мэра города Тольятти

Михайлов Алексей Сергеевич

Сделайте правильный выбор!

Михайлов Алексей Сергеевич родился в 1949 году в селе Вазерки Пензенской области. С 1967 года проживает в г. Тольятти. В 1971–1977 годах обучался в Тольяттинском политехническом институте по специальности «Промышленное и гражданское строительство».

Трудовой путь

1967 г. — бетонщик СМУ Управления строительства, эксплуатации производственных предприятий г. Тольятти

1971 г. — бригадир СМУ Управления строительства, эксплуатации производственных предприятий г. Тольятти.

1975 г. — прораб Управления строительства, эксплуатации производственных предприятий г. Тольятти.

1978 г. — инструктор строительного отдела горкома КПСС г. Тольятти.

1982 г. — заместитель генерального директора по капитальному строительству Средневолжского производственного объединения «Трансформатор».

1984 г. — заведующий строительным отделом горкома КПСС г. Тольятти.

1989 г. — первый заместитель председателя горисполкома г. Тольятти.

1992 г. — первый заместитель главы Администрации г. Тольятти.

1994 г. — глава Администрации г. Тольятти.

1999 г. — заместитель мэра г. Тольятти.

Женат. Воспитывает двоих детей.

Программа

Работа на благо жителей г. Тольятти, защита их от нужды, произвола и преступности.

Поддержка малоимущих граждан, инвалидов, лиц, пострадавших от войны, детей, оставшихся без попечения родителей.

Тольятти — в надежные руки!

(политическая листовка)

Раздел 4. СПЕЦИФИКА PR-ТЕКСТОВ В ИНТЕРНЕТЕ

Практическое занятие № 26. Возможности интернет-текстов в PR-коммуникации. Эволюция PR-текстов в Интернете

Цель занятия: изучить особенности интернет-текстов в PR-коммуникации.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Роль PR-текстов в Интернете как инструмент связей с общественностью.
2. Интернет-платформы для размещения и распространения электронных PR-текстов.
3. Оперативная передача информации и её постоянное обновление.
4. Диалогичность как результат интерактивности интернет-коммуникации.
5. Способы активизации обратной связи.

6. Визуальная составляющая PR-текстов в Интернете.

Практическая часть:

1. Какие возможности базисному субъекту PR предоставляет коммуникация в Сети? Чем она обеспечивается?
2. Назовите основные интернет-площадки, на которых можно размещать PR-тексты.
3. Какие тексты в социальных сетях и блогах можно считать PR-текстами?
4. Назовите причины эволюции современных PR-текстов по сравнению с традиционными.
5. Укажите, чем отличаются электронные PR-тексты от традиционных.
6. Прокомментируйте признак интерактивности PR-текста в Интернете.
7. Объясните, что такое гипертекстуальность.
8. Укажите модели гипертекстовых переходов и приведите примеры этих моделей в электронных PR-текстах.
9. Для чего нужны ключевые слова в интернет-текстах? Объясните значения терминов «SEO-копирайтинг» и «рерайтинг».
10. Прокомментируйте роль визуального компонента PR-текстов в Сети.

Практическое занятие № 27. Жанры электронных PR-текстов

Цель занятия: изучить жанры электронных PR-текстов.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Структура и предназначение электронных PR-текстов.
2. Пресс-релиз (релиз-анонс, ньюс-релиз) и приглашение.
3. Интернет-релиз на веб-сайте компании и социомедиарелиз в социальных сетях.
4. Электронные PR-тексты в социальных сетях.

Практическая часть:

1. Что такое жанровый полиморфизм текста? Приведите примеры этого явления из PR-коммуникации.
2. Всегда ли, по вашему мнению, PR-текст в Интернете должен быть креативным? Приведите удачные и неудачные примеры креатива.
3. Какие новые жанры PR-текстов появились в Интернете?
4. Определите роль электронных PR-текстов в социальных сетях.
5. Есть ли различия между PR-текстами, размещенными в социальных сетях, и PR-текстами, размещенными в блогах? В чем они заключаются?
6. На конкретных примерах дайте сравнительную характеристику PR-текстам, размещенным на корпоративных сайтах компаний, в социальных сетях и в блогах. Чем различаются данные тексты?
7. Приведите примеры речевой раскрепощенности в PR-текстах, функционирующих в Интернете. Насколько оправдано подобное речевое поведение участников PR-коммуникации?
8. Определите, где были размещены приведенные ниже два PR-текста «Альфа-Банка», посвященные одному и тому же информационному поводу. Определите жанр

данных PR-текстов. Укажите отличия этих текстов по структуре, содержанию и оформлению

Альфа-Банк представил итоги первого года работы инновационного подразделения банка — «Альфа-Лаборатории»

24.06.2014

20 июня 2014 года состоялась пресс-конференция, посвященная итогам первого года работы «Альфа-Лаборатории» — центру инновационных разработок, который создает удобные, понятные и актуальные продукты для клиентов банка — физических и юридических лиц. В ней приняли участие Алексей Марей, главный управляющий директор Альфа-Банка, Алексей Коровин, руководитель блока «Розничный бизнес» Альфа-Банка, Владимир Урбанский, руководитель блока «Электронный бизнес» Альфа-Банка и Надежда Авданина, директор Центра инноваций и технологий электронного бизнеса Альфа-Банка.

— Альфа-Банк всегда уделял особую роль развитию инновационных технологий. Именно поэтому одним из первых на российском рынке создал у себя «Альфа-Лабораторию» — подразделение, где рождаются самые передовые и инновационные продукты и услуги для клиентов банка. «И в этом банк видит будущее», — сказал в своей приветственной речи Алексей Марей.

Алексей Коровин рассказал о том, как меняются потребности розничных клиентов, и о возрастающей роли в дистанционных каналах обслуживания:

— сегодня 95% клиентов банка удаленно управляют своими финансами помощью интернет-банка, мобильного банка, банкоматов или переводов средств через Интернет. И с каждым днем количество пользователей растет. Банк фокусируется на развитии технологий и будет активно развиваться в этом направлении, предлагая своим клиентам инновационные продукты.

Владимир Урбанский поделился итогами работы инновационного подразделения:

— За год было внедрено более 100 улучшений или новых возможностей в сервисах, сделавших жизнь наших клиентов проще и удобнее, среди которых — «Альфа-Мобайл», «Альфа-Бизнес Мобайл», O!PP, «Мои расходы» в интернет-банке «Альфа-Клик» и многие другие. На 37% выросло количество новых подключений интернет-банка «Альфа-Клик», вдвое выросло число пользователей мобильного банка «Альфа-Мобайл», почти втрое — оборот денежных переводов. С 6 до 33 увеличилось количество стран, куда можно отправить деньги через сервис переводов с карты на карту, на 101% выросли обороты электронного инвойсинга. Главная ценность — это время, и благодаря новым технологиям мы сэкономили клиентам за год на оформлении продуктов через сайт более 4000 часов.

Уникальность «Альфа-Лаборатории» — в синергии взаимодействия сотрудников разных подразделений. «Альфа-Лаборатория» — не просто отдельно созданное подразделение, это большая кросс-функциональная команда, объединяющая специалистов разных блоков и направлений: IT, электронного бизнеса, маркетологов, аналитиков, дизайнеров и т.д. Здесь царит уникальная атмосфера, специально созданная для того, чтобы члены команды могли творить: любой, оказавшийся в стенах «Альфа-Лаборатории» впервые, отметит не свойственную банку обстановку в офисе и стиль сотрудников. За год

в «Альфа-Лаборатории» удалось создать неповторимую среду фактически с нуля силами ее сотрудников.

— Мы много поменяли и продолжаем менять в рамках «Альфа-Лаборатории»: собрали многофункциональную команду, поменяли культуру, коммуникации, структуру, офис, методики работы. По сути, мы перестроили подход к ведению проектов электронного бизнеса. «В итоге скорость разработки и качество внедрения продуктов с момента создания «Альфа-Лаборатории» увеличились вдвое», — говорит Надежда Авданина.

Во время своего выступления Надежда Авданина рассказала о мероприятиях, которые проходят в «Альфа-Лаборатории». Так, в ноябре прошлого года впервые в истории Альфа-Банка прошел «Хакатон» — марафон по программированию, во время которого специалисты из разных областей разработки программного обеспечения сообща работают над поиском решений. Это было первое подобное мероприятие не только внутри Альфа-Банка, но и во всем банковском сообществе. Темой «Хакатона» стали удобные решения для электронного бизнеса. В течение 24 часов участники разрабатывали свой оригинальный продукт. В итоге клиентам банка был представлен накопительный счет Activity, другое мобильное приложение находится в бета-тестировании. Остальные продукты, которые были придуманы на мероприятии, также в будущем будут внедрены.

За время существования «Альфа-Лаборатории» состав команды значительно расширился, и ряды разработчиков продолжают пополняться: сейчас команда насчитывает более двухсот человек. Также неустанно пополняется линейка продуктов инновационной команды, которая работает как над совершенствованием и поддержкой существующих сервисов, так и над созданием новых.

Спикеры пресс-конференции подробно осветили тему инфраструктуры нового современного офиса «Альфа-Лаборатории», где проходило мероприятие. Помещение оборудовано по последнему слову техники и больше похоже не на банковский офис с кабинетами, а на большой лофт, где есть и большие open-space, и переговорные, и залы для презентации. Много света, красок, нестандартных решений в оформлении пространства.

По итогам 2013 года Альфа-Банк удостоился номинации «Самый инновационный банк» от журнала «Банковское обозрение», а Владимир Урбанский, руководитель блока «Электронный бизнес», был признан «Главным по IT».

Альфа-Банк основан в 1990 году. Альфа-Банк является универсальным банком, осуществляющим большинство основных видов банковских операций, представленных на рынке финансовых услуг, включая обслуживание частных и корпоративных клиентов, инвестиционный банковский бизнес, лизинг, торговое и структурное финансирование.

Альфа-Банк является крупнейшим частным банком России по величине активов, собственного капитала, кредитному портфелю и счетам клиентов. По данным финансовой отчетности (МСФО), по итогам 2013 года совокупные активы банковской группы «Альфа-Банк», куда входят ОАО «Альфа-Банк», дочерние банки и финансовые компании, составили 48,6 млрд долларов США, совокупный капитал — 4,8 млрд долларов США, совокупный кредитный портфель — 34,0 млрд долларов США. Чистая прибыль за 2013 год составила 900 млн долларов США.

По состоянию на 1 января 2014 года в Альфа-Банке обслуживается около 109 тыс. корпоративных клиентов и 10,6 млн физических лиц. В Москве, регионах России и за рубежом открыто 617 отделений и филиалов банка, в том числе дочерний банк в Нидерландах и финансовые дочерние компании в США, Великобритании и на Кипре.

(www/alfabank.ru/press/news/2014/6/24/33378.html)

Альфа-Банк

24 июня 2014 в 19:07

На днях провели пресс-конференцию, посвященную итогам первого года работы нашей «Альфа-Лаборатории» — Центра инновационных разработок, который создает удобные и актуальные продукты для наших клиентов — физических и юридических лиц. Итак, уже сделали многое:

- за год внедрили более 100 улучшений или новых возможностей в таких сервисах, как «Альфа-Мобайл», «Альфа-Бизнес Мобайл», «Мои расходы» в интернет-банке «Альфа-Клик»;
- на 37% выросло количество новых подключений «Альфа-Клика», вдвое выросло число пользователей мобильного банка «Альфа-Мобайл», почти втрое — оборот денежных переводов;
- с 6 до 33 увеличилось количество стран, куда можно отправить деньги через сервис переводов с карты на карту, на 101% выросли обороты электронного инвойсинга;
- благодаря новым технологиям мы сэкономили клиентам за год на оформлении продуктов через сайт более 4000 часов. (<http://ok.ru/alfabank/topic/62662628581505>)

9. Определите жанр следующего текста, проанализируйте его стилистико-языковые особенности. Укажите цель и задачи текста.

Альфа-Банк

15 мая 2014, в 15:25

Сегодня мы начинаем конкурс «Час лета в подарок от Альфа-Банка». Успей поучаствовать! Вступайте в нашу группу, лайкните этот пост и сделайте репост с хэштегом #alfaclicktime.

Остается последний шаг — напишите в комментарии, на что вы с большим удовольствием потратите время вместо того, чтобы стоять в очереди в банке. Имена десяти счастливиц, которым достанется подарочный сертификат Philips, назовем 4 июня.

С «Альфа-Клик» можно совершать все операции за несколько минут, а время проводить интересно.

(<http://ok.ru/alfabank/topics/-1168928371>)

Раздел 5. СОВРЕМЕННЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ СТРАТЕГИИ И ИХ ОТРАЖЕНИЕ В ТЕКСТЕ

Практическое занятие № 28. Виды стратегий рационалистического типа

Цель занятия: изучить виды стратегий рационалистического типа.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие творческой рекламной стратегии и рекламной идеи.
2. Стратегии рационалистического и проекционного типа: их достоинства и недостатки.
3. Виды стратегий рационалистического типа.
4. Истинные и ложные уникальные торговые предложения.
5. Стратегия позиционирования.

Практическая часть:

1. Понятие творческой рекламной стратегии и рекламной идеи.
2. Стратегии рационалистического и проекционного типа: их достоинства и недостатки.
3. Проблемные ситуации, с которыми сталкиваются рекламисты.
4. Сила стратегий рационалистического типа.
5. Виды стратегий рационалистического типа.
6. Истинные и ложные уникальные торговые предложения.
7. Необычная информация как источник когнитивного диссонанса.
8. Риторическая основа уникального торгового предложения.
9. Противопоставление, контраст – это необходимый риторический прием для оформления утверждений уникальности.
10. Риторические приемы создания истинного и ложного УТП.
11. Стратегия позиционирования.
12. Приведите примеры рекламной стратегии рационалистического типа. Проанализируйте их.

Практическое занятие № 29. Виды стратегий проекционного типа

Цель занятия: изучить виды стратегий проекционного типа.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие стратегии проекционного типа.
2. Стратегия «имидж марки».
3. Стратегия «резонанс».
4. Аффективная стратегия.

Практическая часть:

1. Понятие стратегии проекционного типа.
2. Особенности эмоционального воздействия рекламы.
3. Значение невербально передаваемой информации.
4. Практические и эмоциональные цели рекламы.
5. Приведите примеры стратегии «имидж марки». Проанализируйте их.
6. Приведите примеры стратегии «резонанс». Проанализируйте их.
7. Приведите примеры аффективной стратегии. Проанализируйте их.

Раздел 6. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ И МАНИПУЛИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ

Практическое занятие № 30. Речевое воздействие: основные сферы и разновидности

Цель занятия: изучить понятие речевого манипулирования и основные сферы речевого воздействия и языкового манипулирования.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие речевого воздействия.
2. Виды побудительных речевых актов.
3. Средства осуществления манипулирования.
4. Основные сферы речевого воздействия и языкового манипулирования.

Практическая часть:

1. Понятие речевого воздействия.
2. Язык как средство согласования совместной деятельности людей.
3. Виды побудительных речевых актов.
4. Представление о языковом манипулировании.
5. Средства осуществления манипулирования.
6. Использование терминов «манипуляция» и «манипулирование» в повседневной жизни и в научной литературе.
7. Основные сферы речевого воздействия и языкового манипулирования.
8. Приведите примеры языкового манипулирования. Проанализируйте их.

Практическое занятие № 31. Основные разновидности языкового манипулирования

Цель занятия: изучить основные разновидности языкового манипулирования.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие неманипулятивного и манипулятивного речевого воздействия.
2. Манипулирование через компоненты человеческого внутреннего мира.
3. Понятия «образ действительности», «структура ценностей», «стереотипные рецепты деятельности».

Практическая часть:

4. Понятие неманипулятивного и манипулятивного речевого воздействия.
5. Манипулирование через компоненты человеческого внутреннего мира.
6. Манипулирование через обращение к эмоциям.
7. Манипулирование через обращение к социальным установкам.
8. Манипулирование через обращение к представлениям о мире.
9. Понятие «образ действительности».
10. Составные части образа действительности: набор деятелей, система иерархий, система метафор и корпус аналогий.
11. Понятие «структура ценностей».
12. Понятие «стереотипные рецепты деятельности».

13. Приведите примеры манипулирования через компоненты человеческого внутреннего мира. Проанализируйте их.

Практическое занятие № 32. Языковое манипулирование: границы дозволенного

Цель занятия: изучить понятие и способы языкового манипулирования в рекламе.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие явного и скрытого сравнения.
2. Понятие искусственного и естественного класса сравнения.
3. Понятие языкового манипулирования.
4. Типы ложных умозаключений в рекламе.

Практическая часть:

1. Понятие явного и скрытого сравнения.
2. Понятие искусственного и естественного класса сравнения.
3. Понятие языкового манипулирования.
4. Международный кодекс рекламной практики об использовании языка в манипулятивных целях.
5. Закон РФ «О рекламе» (1995 г.): статьи, ограничивающие возможности языкового манипулирования.
6. Типы ложных умозаключений в рекламе.
7. Приведите примеры ложных умозаключений в рекламе. Проанализируйте их.

Практическое занятие № 33. Манипуляции с классом сравнения

Цель занятия: изучить приемы формирования искусственных классов сравнения в рекламе.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Манипуляции с классом сравнения в рекламе: риторический прием или способ ввести в заблуждение.
2. Приемы формирования искусственных классов сравнения.

Практическая часть:

1. Манипуляции с классом сравнения в рекламе: риторический прием или способ ввести в заблуждение.
2. Приемы формирования искусственных классов сравнения.
3. Создание расширенного класса сравнения.
4. Создание суженного класса сравнения.
5. Создание смещенного класса сравнения.
6. Создание неопределенного класса сравнения.
7. Создание вырожденного класса сравнения.
8. Приведите примеры приемов формирования искусственных классов сравнения в рекламе. Проанализируйте их.

Практическое занятие № 34. Манипуляции с параметрами сравнения

Цель занятия: изучить языковые манипуляции с параметрами сравнения в рекламе.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Использование сравнения как эффект преимущества.
2. Некорректность сравнения.
3. Вопросы и отрицания, сопровождающие сравнительные конструкции.
4. Учет некорректных сравнений при рассмотрении правовых и этических аспектов рекламной деятельности.

Практическая часть:

1. Использование сравнения как эффект преимущества.
2. Некорректность сравнения.
3. Переход количества в качество и обратно.
4. Манипулятивные возможности слова «первый».
5. Вопросы и отрицания, сопровождающие сравнительные конструкции.
6. Нерелевантный параметр.
7. Двойные сравнения.
8. «Ложные» противопоставления.
9. Сопоставление несопоставимого.
10. Учет некорректных сравнений при рассмотрении правовых и этических аспектов рекламной деятельности.
11. Приведите примеры языковых манипуляций с параметрами сравнения в рекламе. Проанализируйте их.

Практическое занятие № 35. Имплицитная информация в рекламе

Цель занятия: изучить коммуникативные стратегии, базирующиеся на использовании в рекламном тексте импликатуры.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Эксплицитная и имплицитная информация.
2. Понятие импликатуры. Воздействующий потенциал импликатур.
3. Привлекательность импликатур для рекламистов.
4. Сила коммуникативных стратегий, базирующихся на использовании в тексте импликатур.

Практическая часть:

1. Эксплицитная и имплицитная информация.
2. Понятие импликатуры. Воздействующий потенциал импликатур.
3. Склонность к поспешному выводу.
4. Понятие конвенциональной импликатуры.
5. Теоретические импликатуры и импликатуры речевого общения.
6. Привлекательность импликатур для рекламистов.

7. Сила коммуникативных стратегий, базирующихся на использовании в тексте импликатур.

Раздел 7. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ И ИГРОВЫЕ ПРИЕМЫ В РЕКЛАМЕ

Практическое занятие № 36. Языковая игра в коммерческой рекламе

Цель занятия: изучить способы и цели языковой игры в рекламе.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Игровая природа рекламы.
2. Функции игровой составляющей рекламного сообщения.
3. Игровые техники в рекламных текстах.
4. Цели языковой игры.

Практическая часть:

1. Игровая природа рекламы.
2. Языковая игра: что это такое.
3. Функции игровой составляющей рекламного сообщения.
4. Игровые техники в рекламных текстах.
5. Графические и фонетические искажения в рекламе (приведите примеры).
6. Игровая морфология (приведите примеры).
7. Игровые приемы семантической сочетаемости (приемы создания парадокса).
8. Цели языковой игры.
9. Каламбур и его типы (приведите примеры).
10. Стилистический диссонанс (приведите примеры).
11. Приемы создания стилового контраста в рекламе (приведите примеры).

Практическое занятие № 37. Языковые игры времен перестройки: феномен политического лозунга

Цель занятия: изучить способы построения лозунгов периода перестройки, реализующих функцию языковой игры.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Языковые особенности формирования нового коммуникационного пространства публичной политики.
2. Способы построения лозунгов периода перестройки, реализующих функцию языковой игры.
3. Лозунг с коммуникативной и игровой точки зрения.
4. Неологизмы в языковой игре.
5. Рифма как игровой прием.
6. Стилистическое снижение в лозунгах.

Практическая часть:

1. Языковые особенности формирования нового коммуникационного пространства публичной политики.

2. Способы построения лозунгов периода перестройки, реализующих функцию языковой игры.
3. Лозунг с коммуникативной и игровой точки зрения.
4. Приведите примеры лозунгов разных типов по способу построения «от старого к новому».
5. Типы языковой игры в лозунгах по способу построения: «от нового к старому». Приведите примеры.
6. Неологизмы в языковой игре.
7. Рифма как игровой прием.
8. Стилистическое снижение в лозунгах.
9. Лозунг как пропозициональная форма.

Раздел 8. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ И НЕВЕРБАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ

Практическое занятие № 38. Языковые игры времен перестройки: феномен политического лозунга

Цель занятия: изучить способы интерпретации рекламы.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Влияние зрительного и звукового восприятия текста рекламы на ее эффективность.
2. Значение интерпретации рекламы.
3. Анализ текста политической рекламы.

Практическая часть:

1. Влияние зрительного и звукового восприятия текста рекламы на ее эффективность.
2. Значение интерпретации рекламы.
3. Анализ текста политической рекламы: выделение знаков на трех уровнях (на уровне содержания текста, на уровне представлений об авторе, на уровне представлений автора об адресате).
4. Приведите пример рекламного текста и проанализируйте его на уровне содержания текста, на уровне представлений об авторе, на уровне представлений автора об адресате (учитывая формат рекламы, способ ее распространения, качество рекламного продукта и т.п.).

Практическое занятие № 39. Голос в телевизионной рекламе

Цель занятия: изучить свойства голоса как средства воздействия на потенциального потребителя.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Звучащая речь – неотъемлемая часть телерекламы.
2. Свойства голоса: встроенные и контролируемые.
3. Голос как средство воздействия на потенциального потребителя.

Практическая часть:

1. Звучащая речь – неотъемлемая часть телерекламы.
2. Встроенные свойства голоса (обусловленные полом, возрастом или индивидуальными особенностями говорящего).
3. Контролируемые свойства голоса (тональные конфигурации, фонации, темпы и проч.).
4. Голос как средство воздействия на потенциального потребителя.
5. Приведите примеры использования свойств голоса в российской телерекламе.

Практическое занятие № 40. Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламы

Цель занятия: изучить критерии оценки коммуникативной эффективности рекламы и методы их тестирования.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Распознаваемость сообщения.
2. Запоминаемость рекламы.
3. Притягательная сила рекламы.
4. Агитационная сила рекламы.

Практическая часть:

1. Понятие коммуникативной эффективности рекламы.
2. Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламы: распознаваемость сообщения; запоминаемость рекламы; притягательная сила рекламы; агитационная сила рекламы.
3. Методы тестирования распознаваемости рекламы.
4. Как увеличить запоминаемость рекламы.
5. Методы тестирования притягательной силы рекламы.
6. Что такое «удачное творческое решение»?
7. Источники нежелательных ассоциаций в рекламе.
8. Методы тестирования агитационной силы рекламы.
9. Четыре основных свойства, которые определяют агитационную силу рекламного сообщения.
10. Субъективная значимость темы и принцип эмпатии.
11. Правдоподобность рекламы.
12. Уникальность основного рекламного утверждения.

Практическое занятие № 41. Этапы создания текстовой рекламы

Цель занятия: изучить этапы создания текстовой рекламы.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Цель документа.

2. Предварительный анализ: типичный представитель целевой аудитории, регион, продающие моменты, среда документа.
3. Элементы текста.
4. Работа над текстом (план, композиция и т.д.).
5. Форматирование документа.
6. Иллюстрации и графика.
7. Редактирование.

Практическая часть:

1. Назовите этапы работы над созданием текста рекламы.
2. Цель документа.
3. Предварительный анализ: типичный представитель целевой аудитории, регион, продающие моменты, среда документа.
4. Восприятие документа.
5. Тон документа.
6. Назовите элементы текста рекламы.
7. Как строится работа над текстом (план, композиция и т.д.) рекламы?
8. Форматирование документа.
9. Иллюстрации и графика.
10. Редактирование.

Практическое занятие № 42. Правовые и этические аспекты письменной PR-коммуникации

Цель занятия: изучить правовые и этические аспекты письменной PR-коммуникации.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Регулирование поведения человека в обществе посредством кодексов, норм и стандартов.
2. Кодекс профессионального поведения PR-специалиста.
3. Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью.
4. Афинский кодекс.
5. Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью РАСО.
6. Публикация информации, потенциально способной нанести вред всему обществу или его части.
7. Намеренная публикация информации, ущемляющей интересы и достоинство личности или организации.
8. Нарушение корпоративных правил.
9. Нарушение этических норм.

Практическая часть:

После ознакомления с содержанием Декларации профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью РАСО, Афинского кодекса и Кодекса Американской ассоциации по связям с общественностью, помещенных в Приложениях в

конце данных методических указаний, составьте собственное мнение и примите решение по поводу следующих ситуаций.

1. Для того чтобы проиллюстрировать положение о том, как сложна и неоднозначна деятельность PR-специалиста в разного рода сферах деятельности даже в рамках одной и той же ситуации, рассмотрим приведенный ниже случай.

В США, как и во многих других странах (в том числе и в России), особенно остро стоит вопрос с запретом на курение и производство табака еще и потому, что исторически именно США в течение столетий были главным производителем и экспортером табачных изделий. Ниже приводятся основные группы общественности, чьи интересы затрагиваются в данной ситуации. **Владельцы табачных плантаций.**

Выращивание табака не запрещено законом, продукт зарегистрирован в сельскохозяйственных подкомитетах, иногда субсидируется государством.

Табачная промышленность. Производство разрешено законом, промышленность обеспечивает занятость значительной части населения. **Курящие.** Права человека нельзя ограничивать; если продукт производится законно, его можно употреблять.

Некурящие. Курящие наносят вред здоровью окружающих; если курящие имеют право курить, то некурящие имеют право на то, чтобы в их присутствии не курили.

Ассоциация врачей. Курение ограничивает срок жизни как курящих, так и некурящих. Лечение легочных заболеваний длительно и дорого; требуется введение ограничений прав курящих и деятельности табачной промышленности.

Государственное здравоохранение. Поскольку производство продукта разрешено законом, то государственным органам остается только информировать общество о вреде курения табака.

В каждой из приведенных групп общественности в этих организациях есть службы по связям с общественностью. Каким образом каждой из этих групп следует отстаивать интересы организации, учитывая интересы общества в целом или отдельных групп общества?

2. Вы являетесь специалистом по связям с общественностью и получаете задание от президента вашей компании написать ньюс-релиз о выпуске нового товара. В ньюс-релизе необходимо указать, что данный товар по своим качественным показателям в три раза превосходит аналогичные товары, производимые конкурирующими фирмами. Вам известно, что исследования, подтверждающие истинность этого положения, вашей фирмой не проводились. Каковы ваши действия как PR-специалиста?

3. Ваша организация, для того чтобы наиболее надежным способом обеспечить публикацию своих ньюс-релизов, приглашает редактора одной из городских газет на штатную должность консультанта, сохраняя при этом свое положение в газете. Видите ли вы здесь признаки неэтичного поведения как со стороны организации, так и со стороны редактора, если последний согласится принять это предложение? В чем заключаются эти признаки неэтичного поведения?

4. PR-агентство, в котором вы работаете, в конкурентной борьбе за потенциального клиента гарантирует ему публикацию материалов о его фирме в самых престижных профессиональных журналах. Почему агентство неправомочно давать такие обещания?

5. Клиент вашего PR-агентства просит у вас профессионального совета по

вопросу о том, как избежать финансовых угроз при слиянии его компании с другой, более слабой. Вы не хотите принимать на себя ответственность, считая себя недостаточно компетентным в финансовых вопросах. Вы рекомендуете вашему клиенту обратиться к специалисту из другого PR-агентства, вашему приятелю. Ваш приятель дал консультацию и получил щедрое вознаграждение. Он предлагает выслать вам чек на 30 000 рублей. Можете ли вы принять этот чек, не поставив об этом в известность руководство вашего агентства и клиента?

6. Руководитель строительной фирмы, в которой вы возглавляете отдел по связям с общественностью, предлагает вам подготовить тексты для серии его выступлений на встречах с населением в связи с планами фирмы, касающимися уплотнительной застройки в жилом квартале спального района города. Вам известно, что те обещания, которые руководитель требует включить в текст выступлений, не стоят в планах вашей строительной организации, практически трудно реализуемы и поэтому не будут выполнены. Ваши действия в данной ситуации?

7. Известный спортсмен обвиняется в продаже наркотиков, ему также предъявлено обвинение в планировании убийства молодой пары, его знакомых. Адвокат спортсмена обращается к своему приятелю, PR-специалисту, за помощью в размещении публикаций в СМИ. Специалист принимает это предложение. Однако еще до судебного разбирательства из частных источников с высокой степенью достоверности PR-специалист узнает, что спортсмен действительно занимался распространением наркотиков и принимал участие в убийстве. Адвокат уверяет своего друга, что полученная информация носит закрытый характер и не будет фигурировать на суде и что он намерен добиваться оправдательного приговора для своего подзащитного. Какие этические проблемы возникают в этой ситуации? Какие статьи профессионального кодекса здесь затронуты? Как должен поступить PR-специалист, к которому обратился адвокат?

Практическое занятие № 43. Контролируемые организацией PR-материалы для внешней аудитории

Цель занятия: изучить структуру и содержание контролируемых организацией материалов.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Виды контролируемых организацией материалов.
2. Структура и содержание контролируемых организацией материалов.

Практическая часть:

1. Виды контролируемых организацией материалов.
2. Структура и содержание контролируемых организацией материалов.
3. Письмо. Виды деловых писем, составляемых специалистами по связям с общественностью.
4. Информировующее письмо.
5. Информационное (новостное письмо).
6. Рекомендательное письмо.
7. Сопроводительное письмо.
8. Письмо-заявление.

9. Письмо-просьба.
10. Информационный релиз.
11. Приглашение.
12. Проспект, буклет.
13. Брошюра.
14. Листовка.
15. Заявка и предложение.
16. Тексты речей и выступлений.
17. Составьте тексты контролируемых организацией материалов.

Практическое занятие № 44. Контролируемые организацией PR-материалы, предназначенные для внутренней аудитории

Цель занятия: изучить структуру и содержание контролируемых организацией материалов, предназначенных для внутренней аудитории.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Понятие внутренней коммуникации в организации.
2. Виды письменных материалов, создаваемых организацией с определенной периодичностью.
3. Отчет. Правила внешнего оформления отчета.
4. Информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень.
5. Комплекс документов, обеспечивающих успешную работу организации со средствами массовой коммуникации.

Практическая часть:

1. Понятие внутренней коммуникации в организации.
2. Виды письменных материалов, создаваемых организацией с определенной периодичностью.
3. Отчет. Правила внешнего оформления отчета.
4. Информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень.
5. Назовите документы, обеспечивающие успешную работу организации со средствами массовой коммуникации. Какова их цель? Опишите структуру и содержание этих документов. Приведите примеры.

Практическое занятие № 45. Не контролируемые организацией PR-материалы, предназначенные для СМИ

Цель занятия: изучить структуру и содержание не контролируемых организацией PR-материалы, предназначенных для СМИ.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Виды не контролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ.

2. Содержание и правила оформления не контролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ.

Практическая часть:

1. Виды не контролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ.
2. Письмо в редакцию: структура и цель.
3. Медиа-, ньюс-, пресс-релиз. Содержание и правила оформления.
4. Бэкграундер: форма и содержание.
5. Биографическая справка.
6. Факт-лист.
7. Статья.
8. Заявление для СМИ.
9. Медиа-, ньюс-, пресс-кит.
10. Приведите примеры (или составьте самостоятельно) не контролируемые организацией PR-материалы, предназначенные для СМИ. Проанализируйте их.

Практическое занятие № 46. Творческая платформа и концепция рекламы

Цель занятия: изучить этапы создания и целевую направленность видов рекламных объявлений.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Реализация креативного подхода при создании рекламного объявления.
2. Этапы создания рекламы: основные положения.
3. Понятие брифа.
4. Понятие творческой платформы.
5. Структура и содержание творческой платформы.
6. Целевая направленность видов рекламных объявлений.

Практическая часть:

1. Почему рекламному агентству важно иметь бриф, составленный рекламодателем?
2. Почему согласование и подписание творческой платформы обеими сторонами (рекламодателем и рекламным агентством) имеет также и юридическое значение?
3. Когда и с какой целью следует проводить исследование, получая заказ на создание рекламы?
4. В чем заключается смысл такой последовательности работы по созданию рекламы: бриф, творческая платформа, концепция?
5. Составьте словарь терминов дисциплины:
 - Ай-стоппер
 - Аллэгри
 - Аттрактивность
 - Аудитория (целевая)
 - Баннер

- Биенáлле
- Бýлборд
- Брандмáуэр
- Брéнд
- Брýфинг
- Визуализáция
- Голóграмма
- Дáйджест
- Дирéкт-мéйл
- Зéппинг
- Истéблишмент
- Купонíрование
- Маркетинг
- Реклама
- PR
- Медиаплáн
- Мерчандáйзинг
- Офéрта
- Пáблисити
- Прайм-тайм
- Прéсс-релíз
- Спичрáйтер
- Таргетíрование

Практическое занятие № 47. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы

Цель занятия: изучить структуру основных классических вариантов макетов рекламных объявлений.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Основные классические варианты макетов рекламных объявлений.
2. Предназначение и целевая аудитория макетов.
3. Расположение элементов рекламы: шесть основных принципов создания привлекательной и эффективной рекламы.

Практическая часть:

1. Какие форматы рекламы вы считаете наиболее подходящими для перечисленных ниже товаров и объектов и почему: коттедж, предметы сантехники, дорогие и модные духи, компьютеры, женская одежда, детская обувь, спортивный инвентарь?
2. В чем состоит различие между форматами «мондриан» и «сетка»?
3. В чем заключается смысл использования рамок в рекламе?
4. Подумайте о составлении оптимальных пар «товар – формат рекламы» для всех рассмотренных образцов макетов рекламы.

Практическое занятие № 48. Элементы рекламного текста

Цель занятия: изучить элементы рекламного текста и правила их создания.

Актуальность: необходимость овладения студентами компетенциями УК-4, ОПК-1, ПК-1.

Теоретическая часть:

1. Заголовок – основной элемент рекламного текста.
2. Типы заголовков с точки зрения их содержания.
3. Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания.
4. Слепой заголовок.
5. Подзаголовок, подпись к рисунку, слоган, логотип.
6. Варианты подзаголовков.
7. Подписи к рисункам.
8. Основной текст рекламного объявления.
9. Некоторые ориентиры для написания основного текста печатной рекламы.
10. Грамматика и орфография.
11. Игра слов, рифмы, аллитерации.
12. Логика изложения.

Практическая часть:

1. Почему рекламный текст рекомендуется разбивать на абзацы?
2. От чего зависит длина рекламного текста?
3. В чем заключается специфическая роль каждого абзаца в рекламном тексте?
4. Насколько в рекламном тексте допустимо нарушение языковых норм?
5. В чем заключается логика построения рекламного текста?
6. Какого вида рекламные объявления (имеется в виду их целевая направленность) не нуждаются в рекламном тексте?
7. Какие факторы следует обязательно учитывать при создании эффективного заголовка?
8. Существует ли зависимость между типом заголовка, характером рекламируемого товара и целевой направленностью рекламы?
9. В чем заключается опасность слепого заголовка?
10. Какую смысловую нагрузку может нести заголовок?
11. Какую смысловую нагрузку несет подзаголовок в рекламном тексте?
12. Чем еще, помимо местоположения, подзаголовок отличается от надзаголовка?
13. Что делает слоган удачным?
14. В чем заключаются обязательные характерные черты слогана?
15. Имеет ли компания авторские права на свой логотип?

Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Колесникова, О. И. Язык и стиль современных средств массовой коммуникации : учебник / О. И. Колесникова. — Киров : ВятГУ, 2020. — 168 с. — ISBN 978-5-98228-230-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/164403> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Луговая, Н. В. Практикум по работе с текстами в рекламе и связях с общественностью : учебное пособие / Н. В. Луговая. — Ростов-на-Дону : РГУПС, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-88814-614-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/129310> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

1. Ежова, Е. Н. Лингвистика рекламного текста : монография / Е. Н. Ежова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 211 с. — ISBN 978-5-9296-0937-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92555.html> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Мазикова, Н. Ю. Прагматика языка рекламной коммуникации : учебное пособие / Н. Ю. Мазикова. — Ростов-на-Дону : РГУПС, 2021. — 68 с. — ISBN 978-5-88814-951-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/191032> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Интернет-ресурсы:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» — Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
2. Научная электронная библиотека e-library – Режим доступа: www.elibrary.ru
3. AdMarket.ru : профессионально о стратегических коммуникациях: [информационный портал] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.admarket.ru>
4. Индустрия рекламы : клиент, креатив, сми: [интернет-версия журнала] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ir-magazine.ru>
5. Реклама и ее роль в современном мире : библиография 1992 — 1999 гг. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.prometeus.nsc.ru/archives/exhibits/adv.ssi>
6. Рекламный гид [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.a-guide.ru>
Энциклопедия интернет-рекламы / под ред. Т. Бокарева [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.book.promo.ru>
7. РАСО : независимая организация «РАСО — Белый Слон» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://beliyslon.ru/>
8. PR в России : интернет-версия журнала [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rupr.ru>
9. Энциклопедия маркетинга : Marketing Spb.Ru : теория и практика маркетинга... [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://marketing.spb.ru>
PR News|Public Relations for bisness [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://pr-news.spb.ru>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

**Методические указания по организации
и проведению самостоятельной работы
по дисциплине**

«Лингвистика рекламных и PR-текстов»

Пятигорск, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Лингвистика рекламных и PR-текстов»
 2. Контрольные точки и виды отчетности по ним
 3. Методические рекомендации по изучению теоретического материала
 4. Методические указания к самостоятельной работе
- Список рекомендуемой литературы

ВВЕДЕНИЕ

Под самостоятельной работой студентов понимается планируемая учебная, учебно-исследовательская, а также научно-исследовательская работа студентов, которая выполняется во внеаудиторное время по инициативе студента или по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Основной целью самостоятельной работы является изучение тем, не рассмотренных в рамках аудиторных занятий, а также подготовка к практическим занятиям, промежуточному и текущему контролю. К самостоятельной работе студентов относятся следующие виды работ:

- изучение теоретического материала, анализ литературы, источников Интернета для более глубокого изучения темы;
- подготовка к практическим занятиям (выполнение индивидуальных домашних заданий, выполнение письменных заданий (упражнений) к практическим занятиям);
- подготовка сообщения;- подготовка к текущим и / или промежуточным формам контроля (в форме тестирования, собеседования и пр.).

Задачи самостоятельной работы:

- овладеть методикой исследования при решении разрабатываемых в учебно-научной деятельности проблем и вопросов;
- сформировать и закрепить умение правильно, логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;
- повысить уровень подготовленности студентов к самостоятельной работе в соответствии с выбранной специальностью в условиях современного состояния науки и культуры.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету «Лингвистика рекламных и PR-текстов» оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговой оценке по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на практических занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) оценку самостоятельной работы в качестве поощрительной составляющей на промежуточном контроле. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента. Независимо от вида самостоятельной работы, критериями оценки самостоятельной работы могут считаться:

- а) умение проводить анализ; выделять главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- б) самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать материал не только из лекций, но и из разных прочитанных и изученных источников;
- в) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
- г) заинтересованность в предмете;
- д) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами.

Выполнение заданий по самостоятельной работе позволяет студенту закрепить знания и приобрести практические навыки в области лингвистики рекламных текстов.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с рабочей программой дисциплины «Лингвистика рекламных и PR-текстов» основными видами самостоятельной работы студента являются самостоятельное изучение литературы, подготовка к практическим занятиям (ПЗ), реферирование литературы, подготовка сообщения, подготовка к тестированию.

Самостоятельное изучение литературы предполагает всестороннюю работу с источниками. Основная *цель* данного вида работы – углубить знания в области русского языка и культуры речи, исходя из *цели задачи самостоятельного изучения литературы* – изучение основных и дополнительных источников рекомендованной в программе литературы.

Целью подготовки к практическим занятиям является совершенствование знаний посредством выполнения домашнего задания и отработка пройденного материала, в связи с чем *задачами подготовки к ПЗ* являются:

- самостоятельная работа над основными и дополнительными источниками литературы для углубления и расширения знаний по изучаемому материалу;
- выполнение упражнений и заданий (устно и письменно) для закрепления умений и выработки навыков.

Реферирование литературы предполагает ведение краткого конспекта изученного материала, в том числе основных и дополнительных источников литературы. Следует обязательно указывать источник (в соответствии с ГОСТ «Оформление библиографических списков»), по которому сделан конспект. Таким образом, *цель реферирования литературы* – фиксация основополагающих тезисов по темам дисциплины. *Задачи реферирования литературы*: отбор наиболее важного материала и его краткая запись.

Подготовка сообщения – обязательный компонент самостоятельной работы студента. *Цель подготовки сообщения* – демонстрация умения анализировать различные источники информации по проблеме, излагать материал в рамках научного дискурса. *Задачи подготовки сообщения*:

- отбор источников по проблеме сообщения;
- анализ материала, составление плана;
- изложение материала.

Подготовка к тестированию – важный компонент самостоятельной работы, цель – обобщение и систематизация знаний по дисциплине. *Задачи подготовки к тестированию*: проанализировать изученный материал, углубить знания по темам дисциплины.

Оценка самостоятельной работы имеет непосредственное отношение к итоговым результатам по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на практических занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, баллы, накопленные по самостоятельной работе, используются в качестве бонусной составляющей. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

3. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ И ВИДЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО НИМ

	Вид деятельности студентов	Сроки выполне ния	Колич ество балло
/п			
2 семестр			
	Собеседование по темам 1 – 5	8 неделя	15
	Собеседование по темам 6 – 10	12	20
	Тестирование, собеседование по темам 1 – 16	16	20
Итого за 2 семестр			55
3 семестр			
	Собеседование по темам 17 – 19	8 неделя	15
	Собеседование по темам 20 – 22	12	20
	Тестирование, собеседование по темам 17 – 25	16	20
Итого за 3 семестр			55
4 семестр			
	Собеседование по темам 26 – 29	8 неделя	15
	Собеседование, зачетное задание по темам 30 –	12	20
	Тестирование, собеседование по темам 26 – 39	16	20
Итого за 4 семестр			55
5 семестр			
	Собеседование по темам 40 – 42	8 неделя	15
	Собеседование, зачетное задание по темам 43 –	12	20
	Тестирование, собеседование по темам 40 – 48	16	20
Итого за 5 семестр			55

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрена для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

Самостоятельное изучение теоретического материала предусмотрено на всём протяжении курса. Такая работа сопровождает лекционные и семинарские занятия, промежуточный и итоговый контроль, и в то же время является отдельным видом самостоятельной работы студента.

Умение студентов быстро и правильно подобрать литературу, необходимую для выполнения учебных заданий и научной работы, является залогом успешного обучения. Самостоятельный подбор литературы осуществляется при подготовке к практическим занятиям, при написании конспекты, сообщений.

Существует несколько способов составления списка необходимой литературы.

Во-первых, в учебной программе дисциплины, в методических указаниях к практическим занятиям приводится список основной и дополнительной литературы, которую рекомендуется изучить по соответствующей теме или разделу учебной дисциплины. При подготовке сообщений целесообразно изучать общий список литературы и делать выборку подходящей к теме литературы.

Во-вторых, в большинстве учебников, монографий и статей делаются ссылки, сноски на другие литературные источники, приводится список литературы по раскрываемой в книге проблеме. Целесообразно изучать научную литературу, на которую ссылаются исследователи в своих научных публикациях, поскольку изучение именно таких источников формирует представление о состоянии и развитии того или иного вопроса.

В-третьих, поиску необходимой литературы существенно помогут различного рода библиографические указатели и пособия. В библиографическом отделе библиотеки можно воспользоваться такими указателями или прибегнуть к помощи специалистов-библиографов.

Итоговым продуктом изучения теоретического материала являются устные ответы и конспект. Конспектом студент может воспользоваться при собеседовании с преподавателем. Критерии оценивания собеседования приведены в ФОС данной дисциплины.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

На первом этапе необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, в которой рассмотрено содержание тем практических занятий, темы самостоятельной работы. В рамках самостоятельной работы студенты сами могут предлагать собственные темы и формы выполнения заданий. Сдача задания производится преподавателю, ведущему семинарские занятия, в установленные им сроки.

По каждому виду самостоятельной работы предусмотрены определённые формы отчетности.

4.1 Методические рекомендации по изучению литературы

При работе с литературными источниками важно уметь правильно читать, понимать и запоминать прочитанное. Для понимания сложного текста важно не только быть внимательным при чтении, иметь знания и уметь их применять, но и владеть определенными мыслительными приемами. Один из них состоит в крайне важности воспринимать не отдельные слова, а предложения и даже целые группы предложений, т. е. абзацы.

При работе с литературой используются выписки (обязательное условие выписок – точное указание источника и места, откуда это выписано). Целесообразно выписки делать на карточках, что облегчает их хранение и использование. При заполнении карточек следует учитывать, что два самостоятельных вопроса заносить на одну карточку нельзя, т.к. это затруднит их классификацию и хранение. Карточка должна содержать обозначение ее содержания, номер или шифр, указывающий ее место в карточке, дату заполнения,

библиографические данные. Записи на карточке следует располагать на одной стороне, они должны быть четкими и достаточно полными. При выписывании цитат крайне важно сохранять абсолютную точность при передаче мыслей автора, ставить их в кавычки. Пропуски в цитате допускаются (отмечаются многоточием), но они не должны изменять смысла высказывания. Цитата обязательно должна быть снабжена указанием источника.

В процессе работы над изучаемым материалом составляется план в целях более четкого выявления структуры текста, записи системы, в которой излагает материал данный автор, подготовки к выступлению, а также для написания какой-либо работы, записи своих мыслей с новой систематизацией материала. В плане могут встречаться отдельные цифры и другие фактические сведения, которые хотя и не являются собственно планом, но помогают в будущем его использовании (к примеру, при выступлении).

Средство и технология оценивания изученной литературы – собеседование (устные ответы).

4.2. Методические указания по подготовке к практическим занятиям

Подготовка к практическим занятиям предполагает различные формы самостоятельной работы в зависимости от пройденного на практическом занятии материала.

Средством и технологией оценки подготовки к практическим занятиям является собеседование и зачетное задание, критерии оценивания данных процедур приведены в ФОС дисциплины.

4.3. Реферирование литературы

При изучении теоретического материала требуется реферировать литературу, т.е. вести конспект.

Конспект – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

Конспект – это систематическая, логически связная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, – это не конспект. В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

Конспектирование может осуществляться тремя способами:

- цитирование (полное или частичное) основных положений текста;
- передача основных мыслей текста «своими словами»;
- смешанный вариант.

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

1. Проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно самостоятельные по смыслу;
2. Выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную;
3. Записать всю важную для последующего восстановления информацию своими словами или цитируя, используя сокращения.

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный,
- плановый,
- свободный,
- тематический.

Текстуальный состоит из отдельных авторских цитат. Необходимо только умение выделять фразы, несущие основную смысловую нагрузку. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время.

Плановый – это конспект отдельных фрагментов материала, соответствующих названиям пунктов предварительно разработанного плана. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления.

Свободный конспект – индивидуальное изложение текста, т.е. отражает авторские мысли через ваше собственное видение. Требуется детальная проработка текста.

Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

Тематический конспект – изложение информации по одной теме из нескольких источников.

Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

Оформление конспекта

1. Название конспектируемого произведения (или его части) и его выходных данных, т.е. библиографическое описание документа.
2. План текста.
3. Изложение наиболее существенных положений изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко своими словами или в виде цитат, включая конкретные факты и примеры.
4. Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, применять условные обозначения.
5. Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.
6. Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).
7. Собственные комментарии полагайте на полях.

Средство и технология оценивания реферирования литературы – собеседование (устные ответы).

4.4. Подготовка сообщения

Сообщение – это устное публичное выступление, его регламент – не более 10 минут.

Искусство устного выступления состоит в знании предмета речи, в умении преподнести свои мысли и убеждения правильно и упорядоченно, красноречиво и увлекательно.

Устное выступление должно удовлетворять трем основным критериям:

- правильности, т.е. соответствия языковым нормам;
- смысловой адекватности, т.е. соответствия содержания выступления реальности;
- эффективности, т.е. соответствия достигнутых результатов поставленной цели.

Работа по подготовке сообщения делится на два этапа: докоммуникативный этап (подготовка выступления) и коммуникативный этап (взаимодействие с аудиторией).

Работа по подготовке устного выступления начинается с формулировки темы. Первое слово темы должно обозначать наименование полученного в ходе выполнения проекта научного результата (например, «Технология изготовления...», «Модель развития...», «Система управления...», «Методика выявления...» и пр.). Тема выступления должна быть лаконичной.

Выступление должно состоять из трех частей – вступления (10-15% общего времени), основной части (60-70%) и заключения (20-25%). Вступление включает в себя представление автора, название доклада, расшифровку подзаголовка с целью точного определения содержания выступления, четкое определение стержневой идеи. Стержневая идея проекта понимается как основной тезис, ключевое положение. Стержневая идея дает возможность задать определенную тональность выступлению. Сформулировать основной тезис означает ответить на вопрос, зачем говорить (цель) и о чем говорить (средства достижения цели).

Требования к основному тезису выступления:

- фраза должна утверждать главную мысль и соответствовать цели выступления;
- суждение должно быть кратким, ясным, легко удерживаться в кратковременной памяти;
- мысль должна пониматься однозначно, не заключать в себе противоречия.

В речи может быть несколько стержневых идей, но не более трех.

К аргументации в пользу стержневой идеи проекта можно привлекать фото-, видеофрагменты, аудиозаписи, фактологический материал. Цифровые данные для облегчения восприятия лучше демонстрировать посредством таблиц и графиков, а не злоупотреблять их зачитыванием. Лучше всего, когда в устном выступлении количество цифрового материала ограничено, на него лучше ссылаться, а не приводить полностью, так как обилие цифр скорее утомляет слушателей, нежели вызывает интерес.

План развития основной части должен быть ясным. Должно быть отобрано оптимальное количество фактов и необходимых примеров.

В заключении необходимо сформулировать выводы, которые следуют из основной идеи (идей) выступления. Правильно построенное заключение способствует хорошему впечатлению от выступления в целом. В заключении имеет смысл повторить стержневую идею и, кроме того, вновь (в кратком виде) вернуться к тем моментам основной части, которые вызвали интерес слушателей.

При подготовке к выступлению необходимо выбрать способ выступления: устное изложение с опорой на конспект (опорой могут также служить заранее подготовленные слайды) или чтение подготовленного текста.

После выступления нужно быть готовым к ответам на возникшие у аудитории вопросы.

Требования к оформлению заданий

Задания по самостоятельной работе должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-91 (ИСО 5966-82). Страницы текста должны соответствовать формату А4 (210 × 297 мм).

Текст заданий должен быть выполнен на одной стороне листа с применением компьютерных устройств. При использовании персонального компьютера рекомендуется использовать среду Windows, редактор Word. Параметры документа следующие: интервал – 1,5, кегль (размер) – 14, шрифт – Times New Roman. Функция переноса слов обязательна. Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.

Нумерация страниц начинается со страницы, содержащей оглавление работы, и производится арабскими цифрами в правом верхнем углу листа. Титульный лист включается в общую нумерацию, но не нумеруется. В приложениях страницы не нумеруются. Иллюстрации, схемы, графики, таблицы, расположенные на отдельных страницах, включаются в общую нумерацию страниц.

Текст основной части работы может подразделяться на разделы и подразделы. Каждый раздел следует начинать с новой станицы. Разделы и подразделы должны иметь наименование – заголовки, в которых кратко отражается основное содержание текста. Заголовки разделов пишутся симметрично тексту прописными (заглавными) буквами и выделяются жирным шрифтом. Заголовки подразделов пишутся с абзаца строчными буквами, кроме первой – прописной и также выделяются жирным шрифтом. Сокращенное написание слов в заголовках не допускается. Переносы слов в заголовках не допускаются. Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух и более предложений, их разделяют точкой. Подчеркивание заголовков не допускается. Расстояние между заголовками раздела (подраздела) и последующим текстом должно быть равно одинарному межстрочному интервалу (10 мм), а расстояние между заголовком подраздела и последней строкой предыдущего текста – 2-м одинарным межстрочным интервалам (15 мм).

В тексте не должно быть рисунков и таблиц без ссылок на них. Рисунки и таблицы располагаются в тексте сразу после ссылок на них. Рисунки должны иметь поясняющую надпись – название рисунка, которая помещается под ним. Рисунки обозначаются словом «Рис». Точка в конце названия не ставится. Рисунки следует нумеровать последовательно арабскими цифрами в сквозном порядке в пределах всей работы.

Цифровой материал целесообразно оформлять в виде таблицы. Каждая таблица должна иметь заголовок, который должен быть кратким и отражать содержимое таблицы.

Над названием справа пишется слово «Таблица» с порядковым номером арабскими цифрами в сквозном порядке в пределах всей работы. Тематический заголовок пишут строчными буквами, кроме первой прописной. В конце заголовка точку не ставят. Таблицу следует размещать так, чтобы ее можно было читать без поворота работы или же с поворотом по часовой стрелке. Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу. При переносе таблицы, на следующей странице повторяют ее шапку и над ней помещают надпись «Продолжение табл.» с указанием номера. Если шапка таблицы громоздкая, то вместо нее с перенесенной части в отдельной строке помещают номер граф.

Приложение оформляется как продолжение основной части задания, располагается в порядке появления ссылок в тексте. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы и иметь содержательный заголовок, напечатанный жирным шрифтом. В правом

верхнем углу под заголовком прописными буквами печатается слово «Приложение». Нумерация разделов, пунктов, таблиц в каждом приложении своя.

Средство и технология оценивания сообщения – собеседование, критерии оценивания сообщения приведены в ФОС данной дисциплины.

Темы сообщений:

1. Реклама как способ воздействия на потребителя.
2. Становление PR: от древности до наших дней.
3. Принципы реализации связей с общественностью.
4. Терминология лингвистического PR.
5. Правовые и этические аспекты письменной PR-коммуникации.
6. Связи с общественностью и средства массовой информации.
7. Особенности рекламы и рекламного текста с точки зрения его лексического наполнения и визуального представления.
8. Лексико-тематические группы языковых единиц в рекламных текстах различной направленности.
9. Морфологические особенности рекламного текста.
10. Роль заимствованной лексики в современной рекламе.
11. Лингвистические особенности гендерной рекламы.
12. Понятие и сущность социальной рекламы.
13. Виды социальной рекламы, её функции.
14. Стратегии речевого манипулирования сознанием реципиента.
15. Создание политического мифа на основе брендинга.
16. Способы реализации лексических средств в политической рекламе.
17. Фонетические средства в рекламе.
18. Лексические средства в рекламе.
19. Графические средства PR.
20. Психологические основы рекламных и PR-коммуникаций (ощущения, восприятие, внимание, память, мышление, воображение, эмоции).
21. Мотивация потребительского поведения и сегментирование потребителей: сегментирование по потребностям по стилю принятия решения по типу личности.
22. Психологические типы потребителей и реклама.
23. Обращение к ценностям в рекламе.
24. Психологическое воздействие цвета в рекламе.
25. Цветовая символика различных культур.
26. Цветовой язык рекламы.
27. Психология зрительного восприятия печатного текста.
28. Цветопередача на печати.
29. Аудитория рекламной и PR-коммуникации.
30. Барьеры коммуникации.
31. Вербальная и невербальная коммуникация.
32. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации.
33. Психология слухов и сплетен.
34. Эффект ореола в рекламе.
35. Кредит доверия.
36. Стереотип и аттитюд.

37. Саморазоблачающая реклама.
38. Психологические приемы видеорекламы.
39. Понятие рекламной кампании.
40. Разработка и проведение эффективной рекламной кампании.
41. Особенности проведения выставок и конференций.
42. Сущность метода контент-анализ.

4.5 Подготовка к тестированию

Тестирование является формой текущего контроля знаний студентов. Тестирование стимулирует систематическую работу студентов в течение нескольких семестров, что повышает познавательную-творческую направленность самообразования. При подготовке к тестированию необходимо наряду с основной учебной литературой использовать справочную, дополнительную литературу.

Выполнение тестовых заданий требует применения базовых теоретических знаний.

При подготовке к тестированию познакомьтесь с различными типами тестовых заданий и способами их выполнения и оформления.

В тесты включены задания следующих типов:

«Да – нет»

- при таких заданиях достаточно выбрать положительный или отрицательный ответ на поставленный вопрос.

«Один из множества»

- в качестве ответа следует выбрать только один пункт.

«Множество из множества»

- задания такого типа предполагают, что в качестве ответа можно выбрать более двух пунктов.

«Правильная последовательность»

- при ответе на тестовые задания такого типа необходимо расставить верную последовательность.

«Выбор соответствия»

Задания подобного типа предполагают, что в одной из колонок следует расставить буквы, соответствующие цифрам из другого столбика, например:

Соотнесите текст и жанр, к которому он относится:

1) биография

а) оперативно-новостной жанр

2) пресс-релиз

б) фактологический жанр

3) поздравление

в) исследовательско-новостной жанр

4) бэкграундер

г) образно-новостной жанр

Правильная запись ответа:

1 – б

2 – а

3 – г

4 – в

Рекомендации для успешного прохождения тестирования:

1. Внимательно прочитайте вопрос, поставленный в задании.
2. Убедитесь, что вопрос понят правильно.
3. Выберите правильный ответ, основываясь на своих знаниях.

4. Если это открытый вопрос теста, проверьте свою грамотность, точность формулировки.

5. Если затрудняетесь ответить, пропустите вопрос, не теряя времени, перейдите к следующему. Если останется время, вернётесь к трудным вопросам.

6. Если точно не знаете ответ, размышляйте, используя метод исключения, метод сравнений, знания по смежным дисциплинам.

На выполнение 1 задания теста отводится 1 – 2 минуты.

Критерии оценивания итогов тестирования приведены в ФОС данной дисциплины.

4.6. Подготовка к экзамену

Промежуточная аттестация осуществляется в **форме** сдачи экзаменов и зачетов, защиты курсовых работ и проектов, отчетов по практике, отчетов о выполнении научно-исследовательских работ (НИР). Целью промежуточной аттестации является оценка полученных теоретических знаний, приобретенных навыков самостоятельной работы, умения синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач, формирования требуемых компетенций.

Промежуточная аттестация организуется после выполнения обучающимися всех планируемых в семестре видов работ. Промежуточная аттестация осуществляется в рамках зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с календарным учебным графиком.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Лингвистика рекламных и PR-текстов» осуществляется в **форме экзамена**. Основное в подготовке к экзамену – повторение всего учебного материала в рамках изученного курса. При условии планомерной работы в течение семестра студенты, как правило, успешно справляются с данным испытанием. При подготовке к сдаче экзамена рекомендуется весь объем работы равномерно распределить по дням, отведенным на подготовку к экзамену, контролировать каждый день выполнения работы.

Вопросы для подготовки к экзамену (2 семестр):

1. Понятие «язык». Язык и общество.
2. Язык, его сущность. Функции языка.
3. Язык и речь. Отличие речи от языка.
4. Формы существования языка (жаргоны, просторечия, диалекты, литературный язык).
5. Основные признаки литературного языка.
6. Устная и письменная формы речи. Их сходство и различие.
7. Книжная и разговорная речь.
8. Разделы современного русского языка (фонетика, орфоэпия, орфография, пунктуация, графика, лексика, фразеология, словообразование, морфология, синтаксис).
9. Монолог, его особенности и разновидности. Диалог и полилог как формы речи.
10. История становления и развития русского языка (до XVIII в.).
11. Становление русского национального языка (XVIII в.).
12. Становление и развитие современного русского литературного языка (XIX в.).
13. Русский язык в XX в. Современная языковая ситуация.
14. Богатство русского языка. Характеристика русской лексики.
15. Характеристика понятия «культура речи». Компоненты культуры речи.

16. Коммуникативные качества речи.
17. Речевая этика и этикет.
18. Понятие языковой нормы. Кодификация и вариативность.
19. Норма как историческое явление.
20. Орфографические нормы. Принципы русской орфографии.
21. Пунктуационные нормы. Особенности постановки знаков препинания в русском языке.
22. Акцентология. Особенности и закономерности ударения в русском языке.
23. Орфоэпические нормы. Трудности современного произношения.
24. Орфоэпические нормы. Правила произношения гласных и согласных звуков.
25. Грамматические нормы: морфология.
26. Трудные случаи употребления имени существительного.
27. Морфология имени существительного: склонение имен и фамилий.
28. Морфология имени существительного: род имен существительных.
29. Морфология имени существительного: сложности образования родительного и предложного падежа имен существительных в единственном числе.
30. Морфология имени существительного: родительный падеж мн. числа существительных.
31. Трудные случаи употребления имени прилагательного.
32. Трудности в употреблении имен числительных.
33. Трудные случаи употребления местоимений.
34. Трудные случаи употребления форм глагола.
35. Грамматические нормы: синтаксис.
36. Синтаксис: выбор предложно-падежной формы управляемого существительного.
37. Лексические нормы. Лексическая сочетаемость.
38. Смысловая точность речи: паронимия.
39. Речевая избыточность (тавтология и плеоназмы).
40. Речевая недостаточность.
41. Классификация видов лексических ошибок и пути их устранения.
42. Функциональные стили русского языка.
43. Жанры функциональных стилей.
44. Разговорный стиль.
45. Стил художественной литературы. Основные черты художественного стили.
46. Публицистический стиль, его особенности.
47. Жанровое разнообразие публицистического стили.
48. Научный стиль, его характеристика.
49. Правила оформления научных работ (рефератов, курсовых работ и т.п.).
50. Правила оформления библиографического списка.
51. Официально-деловой стиль. Особенности функционирования официально-делового стили.
52. Виды и типы деловых документов.
53. Требования к оформлению документов канцелярско-делового (обиходно-делового) подстиля.
54. Культура делового общения. Деловой этикет.
55. Деловой телефонный разговор.

56. Понятие «ораторское искусство». Особенности публичного выступления.
57. Оратор и его аудитория. Контакт оратора с аудиторией.
58. Этапы подготовки ораторского выступления.
59. Композиция публичного выступления.
60. Приемы изложения материала.
61. Богатство и выразительность речи оратора.
62. Этика ораторского выступления.
63. Изобразительно-выразительные средства языка (тропы).
64. Изобразительно-выразительные средства языка (стилистические фигуры).
65. Фразеологические средства языка.

Вопросы для подготовки к экзамену (4 семестр):

1. Проблема жанровой типологии PR-текстов.
2. Структура и содержание PR-текстов оперативно-новостных жанров. Пресс-релиз, интернет-релиз, социомедиарелиз и информационное письмо. Приглашение.
3. Структура и содержание PR-текстов исследовательско-новостных жанров. Бэкграундер. Лист вопросов-ответов. Аналитическая справка (аналитическая записка).
4. Структура и содержание PR-текстов фактологических жанров. Факт-лист. Биография.
5. Структура и содержание PR-текстов образно-новостных жанров. Байлайнер. Поздравление. Письмо.
6. Структура и содержание PR-текстов исследовательских жанров. Заявление для СМИ и коммюнике. Открытое письмо.
7. Имиджевая статья, имиджевое интервью и кейс-стори как виды PR-медиатекстов.
8. Понятие смежных PR-текстов.
9. Понятие слогана. Типы слоганов.
10. Понятие резюме. Структура резюме.
11. Понятие пресс-ревью. Предназначение пресс-ревью.
12. Классификация фотографий как визуальной разновидности PR-текста на основе объекта изображения.
13. Классификация фотографий с точки зрения использования технологий съемки.
14. Понятие комбинированных PR-текстов. Корпоративное издание, пресс-кит, информационный пакет, медиа-кит, листовка.
15. Возможности интернет-текстов в PR-коммуникации. Эволюция PR-текстов в Интернете
16. Жанры электронных PR-текстов Пресс-релиз (релиз-анонс, ньюс-релиз) и приглашение. Интернет-релиз на веб-сайте компании и социомедиарелиз в социальных сетях.
17. Виды стратегий рационалистического типа.
18. Виды стратегий проекционного типа.
19. Речевое воздействие: основные сферы и разновидности.
20. Основные разновидности языкового манипулирования.
21. Понятие неманипулятивного и манипулятивного речевого воздействия.
22. Манипулирование через компоненты человеческого внутреннего мира.

23. Понятия «образ действительности», «структура ценностей», «стереотипные рецепты деятельности».
24. Манипуляции с классом сравнения.
25. Манипуляции с параметрами сравнения.
26. Понятие имплицатуры. ИмPLICITная информация в рекламе.
27. Языковая игра в коммерческой рекламе. Цели языковой игры.
28. Способы построения лозунгов периода перестройки, реализующих функцию языковой игры.
29. Знаковые уровни в политической рекламе: влияние зрительного и звукового восприятия текста рекламы на ее эффективность.
30. Анализ текста политической рекламы.
31. Звучащая речь – неотъемлемая часть телерекламы. Свойства голоса: встроенные и контролируемые.

Вопросы для подготовки к экзамену (5 семестр):

1. Правовые и этические аспекты письменной PR-коммуникации.
2. Документы, регламентирующие профессиональное поведение PR-специалиста.
3. Виды контролируемых организацией материалов.
4. Структура и содержание контролируемых организацией материалов.
5. Понятие внутренней коммуникации в организации.
6. Виды письменных материалов, создаваемых организацией с определенной периодичностью.
7. Комплекс документов, обеспечивающих успешную работу организации со средствами массовой коммуникации.
8. Виды не контролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ.
9. Содержание и правила оформления не контролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ.
10. Понятие творческой платформы.
11. Структура и содержание творческой платформы.
12. Этапы создания рекламы: основные положения.
13. Понятие брифа.
14. Целевая направленность видов рекламных объявлений.
15. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы.
16. Основные классические варианты макетов рекламных объявлений.
17. Предназначение и целевая аудитория макетов.
18. Расположение элементов рекламы: шесть основных принципов создания привлекательной и эффективной рекламы.
19. Элементы рекламного текста.
20. Заголовок – основной элемент рекламного текста.
21. Элементы рекламного текста. Подзаголовок, подпись к рисунку, слоган, логотип.
22. Основной текст рекламного объявления. Некоторые ориентиры для написания основного текста печатной рекламы.

24. Структура и форматирование основного текста рекламы.
25. Грамматика и орфография рекламного текста.
26. Игра слов, рифмы, аллитерации в рекламном тексте.
27. Логика изложения рекламного текста.

5. Список рекомендуемой литературы

Основная литература

3. Колесникова, О. И. Язык и стиль современных средств массовой коммуникации : учебник / О. И. Колесникова. — Киров : ВятГУ, 2020. — 168 с. — ISBN 978-5-98228-230-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/164403> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Луговая, Н. В. Практикум по работе с текстами в рекламе и связях с общественностью : учебное пособие / Н. В. Луговая. — Ростов-на-Дону : РГУПС, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-88814-614-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/129310> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

3. Ежова, Е. Н. Лингвистика рекламного текста : монография / Е. Н. Ежова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 211 с. — ISBN 978-5-9296-0937-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92555.html> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Мазикова, Н. Ю. Прагматика языка рекламной коммуникации : учебное пособие / Н. Ю. Мазикова. — Ростов-на-Дону : РГУПС, 2021. — 68 с. — ISBN 978-5-88814-951-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/191032> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Методическая литература

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Лингвистика рекламных и PR-текстов» – разработано кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации.
2. Методические указания по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Лингвистика рекламных и PR-текстов» – разработано кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации.

Интернет-ресурсы:

10. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
11. Научная электронная библиотека e-library – Режим доступа: www.elibrary.ru
12. AdMarket.ru : профессионально о стратегических коммуникациях: [информационный портал] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.admarket.ru>
13. Индустрия рекламы : клиент, креатив, сми: [интернет-версия журнала] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ir-magazine.ru>
14. Реклама и ее роль в современном мире : библиография 1992 — 1999 гг. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.prometeus.nsc.ru/archives/exhibits/adv.ssi>

15. Рекламный гид [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.a-guide.ru>
Энциклопедия интернет-рекламы / под ред. Т. Бокарева [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.book.promo.ru>
16. РАСО : независимая организация «РАСО — Белый Слон» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://beliyslon.ru/>
17. PR в России : интернет-версия журнала [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rupr.ru>
18. Энциклопедия маркетинга : Marketing Spb.Ru : теория и практика маркетинга... [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://marketing.spb.ru>
PR News|Public Relations for business [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://pr-news.spb.ru>