

Artículo de investigación**Teaching special vocabulary for foreign students studying in the field of
“Advertising and public relations”**

Обучение специальной лексике иностранных студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью»

Enseñanza de vocabulario especial para estudiantes extranjeros que estudian en el campo de "Publicidad y relaciones públicas"

Recibido: 03 de julio del 2019 Aceptado: 18 de agosto del 2019

Written by:

Fisenko Olga Sergeevna¹⁴⁷

Lavrushina Ekaterina Vadimovna¹⁴⁸

Haritonova Olga Viktorovna¹⁴⁹

Abstract

The article demonstrates the linguodidactic capabilities of a scientific text in professional language teaching system for foreign students. Using the example of the practical lesson fragment “The ways of interaction with public”, it is proved that the implementation of education professional orientation principle plays a key role in the development of a system for teaching foreigners the Russian language.

Keywords: Vocabulary, professional language, Russian as a foreign language, “Advertising and public relations”.

Аннотация

В статье продемонстрированы лингводидактические возможности научного текста в системе обучения языку специальности студентов-иностранцев. На примере фрагмента практического занятия «Способы взаимодействия общественностью» доказано, что при разработке системы обучения иностранцев русскому языку ключевое значение играет реализация принципа профессиональной направленности обучения.

Ключевые слова: лексика, язык специальности, русский язык как иностранный, «Реклама и связи с общественностью».

Resumen

El artículo demuestra las capacidades lingüísticas de un texto científico en un sistema profesional de enseñanza de idiomas para estudiantes extranjeros. Utilizando el ejemplo del fragmento de la lección práctica "Las formas de interacción con el público", se demuestra que la implementación del principio de orientación profesional de la educación desempeña un papel clave en el desarrollo de un sistema para enseñar a los extranjeros el idioma ruso.

Palabras clave: Vocabulario, idioma profesional, ruso como lengua extranjera, "Publicidad y relaciones públicas".

¹⁴⁷ Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russian Federation

¹⁴⁸ Department of Russian language and culture speech, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation

¹⁴⁹ Department of Russian language and culture speech, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation

Introduction

Modern teaching of Russian as a foreign language is designed professional communication. One of the most pressing problems of Russian language methodology as a foreign language is the teaching of professional language for foreign philologists. The expansion of socio-political and cultural ties leads to the fact that young people from Africa, Asia, Latin America come to the Russian Federation with the aim of higher education obtaining.

Teaching the professional language is a professionally oriented course, the main task of which is to master the language of scientific and educational literature for profession and prepare students - future experts in advertising and public relations for communication in the professional field (Fisenko et al., 2019; Kosareva et al., 2019; Rummyantseva et al., 2018). Existing methodological developments in professional language teaching certainly make a significant contribution to the development of the Russian language methodology as a foreign language, but they are not enough for successful teaching of professional language. Students experience great difficulties during mastering professional vocabulary in the system of sciences, which form the basis of vocational training for foreigners. It is difficult for them to hear lectures, and they cannot perceive the content of textbooks adequately.

“Advertising and public relations” as a type of professional activity. “Advertising and public relations” is a special type of professional activity that originally appeared in the USA. In the Russian labor market, the Advertising and Public Relations field is a relatively new area of activity (Gorokhov, 2014; The Federal State

Educational Standard for Higher Education in the direction of training, 2016). Nevertheless, foreign students studying in Russia are choose this specialty as the trend of their education more and more often.

The development of communicative competence in the process of teaching the professional language. The development of students' practical skills in Russian language is the main goal faced by the teacher of Russian as a foreign language (Kornilova et al., 2015). Practical skills in Russian are formed in the process of working on a scientific text, which acts as the main unit of language and speech training. The use of a scientific educational text during the classes on Russian as a foreign language solves the problems of speech-cognitive work generation and understanding. A scientific educational text both at the cognitive-educational and actually cognitive stages of training serves for the introduction and analysis of language units, and is the basis for speech skill development and improvement. Consider the example of a fragment of the lesson “The ways of interaction with the public”) the structure of classes aimed at communicative competence development among foreign students.

Ways of interaction with the public

see: “Training for professional activity in Russian of “Public Relations” speciality foreign students: a training manual; practical course” (Adonina et al., 2018).

Getting ready to read text

Task 1. Read the words, remember their meanings, compatibility and use.

Прочитайте слова, запомните их значения, сочетаемость и употребление.

Мероприятие – организованное действие, направленное на достижение какой-либо цели
Набор чего? (информационных материалов) – несколько предметов, образующих целое
Презентовать что? (продукт) – официально представить.
Презентация чего? (книги)
Привлекать /привлечь кого-что? (внимание, интерес) – обратить внимание на что-либо, вызвать интерес к чему-либо
Паблिसити – известность, популярность, общественное признание деятельности человека или организации
Спрос на что? (на машины, на товары) – требование на товары со стороны покупателя
Экспонировать что? (продукцию, образцы) – выставить для показа

Event – an organized action aimed at a goal achievement.
 A set of what? (information materials) – several items forming a whole
 To present what? (a product) – to submit officially.
 Presentation of what? (a book)
 To attract someone/something? (attention, interest) – pay attention to something, arouse interest in something
 Publicity – fame, popularity, public recognition of a person or organization activities
 Demand for what? (for cars, for goods) – the demand for goods from a buyer
 To expose what? (products, samples) – to put up for display

Task 2. Read the phrases aloud:

Прочитайте вслух словосочетания:

Общая коммуникационная программа, привлечь общественное внимание к проблеме, подготовить информацию об актуальности проблемы, презентовать продукт, потенциальный рынок продукта, повысить уровень известности компании, обеспечить публицити и внимание широкой аудитории.

Task 3. Form adjectives from nouns using the suffixes -ов/-ев; -н; -ск; -ическ.

Задание 3. Образуйте прилагательные от существительных с помощью суффиксов – ов/-ев; -н; -ск; -ическ.

- | | |
|---------------|-----------------|
| а). дело – | б) новость – |
| ключ – | авторитет – |
| цель – | свобода – |
| гость – | бюджет – |
| финансы – | переговоры – |
| | прибыль - |
| в) партнер – | г) полиграфия – |
| покупатель – | идеология – |
| потребитель – | демократия – |
| парламент – | классика – |
| президент – | тематика – |
| | технология – |

Task 4. Find the common root in the following words.

Найдите общий корень в следующих словах.

- 1) Заготовить, приготовить, подготовка, готовый, готовность, готовность, готовность.
- 2) Писать, записка, подписать, список, выписать, пишущий.
- 3) Выставка, ставить, подставка, заставка, выставочный.
- 4) Привлечь, привлекательный, увлекаться увлечение, влечь.

Task 5. Read the text.

СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Визит гостей тщательно готовится: пишется сценарий, определяется маршрут,

выбираются ведущие. Необходимо также установить таблички и указатели.

- 1) Passive constructions can be without an object in the ablative case. The task is in progress.

Пассивные конструкции могут быть без объекта в Твор. п.

Задание выполняется.

- 2) Passive constructions from the perfective verbs indicate the effectiveness of actions in the present, past and future tenses. In a passive construction, the predicate is a short participle.

Пассивные конструкции от глаголов СВ показывают на результативность действия в настоящем прошедшем и будущем времени. В пассивной конструкции предикат – причастие в краткой форме.

Active and passive phrases Активные и пассивные конструкции

Active	phrase
Passive phrase	
Активная	конструкция
Пассивная конструкция	

(active	aspect)
(passive aspect)	
(действительный	оборот)
(страдательный оборот)	

*Компания решает проблему
Проблема решается компанией*

The company solves the problem. The problem is solved by the company.
(несовершенный вид)

*Автор написал статью
Статья написана автором*

The author wrote an article. The article was written by the author.
(совершенный вид)

Task 6. Replace active structures with passive ones.

Замените активные конструкции пассивными.

- 1) Компания проводит выставку.

- 2) Организация приглашает специалистов для участия в конференции.
- 3) На конференции участники обсуждают проблемы.
- 4) Ведущий представляет участников конференции.
- 5) Ведущий объявляет повестку дня.
- 6) PR-специалист создает и укрепляет имидж компании.
- 7) PR-специалисты распространяют информацию через СМИ.
- 8) Компания решает проблему.
- 9) Раньше функции PR выполнял отдел рекламы.
- 10) PR-специалисты обеспечивают благоприятную атмосферу вокруг компании.
- 11) Раньше маркетологи считали PR дополнительной и необязательной деятельностью.
- 12) Руководство принимает важные решения.
- 13) Организаторы принимают решение об участии в выставке.
- 14) Руководство компании планирует бюджет.
- 15) По итогам круглого стола принимают резолюцию.
- 16) Новости о компании публикуются в СМИ.

Task 7. Replace passive structures with active ones.

Замените пассивные конструкции активными.

- 1) Круглый стол проводится, чтобы привлечь внимание к проблеме.
- 2) Документы готовятся заранее.
- 3) Резолюция подписывается участниками круглого стола.

- 4) В ходе выставки распространяется информация о компании.
- 5) В настоящее время PR считается важнейшей функцией управления.
- 6) Публисити считается важной частью поддержки рекламной компании.

Task 8. Form short participles from verbs, make sentences with them. Note that the short participle is a predicate in a sentence.

Образуйте краткие причастия от глаголов, составьте с ними предложения. Обратите внимание, что краткое причастие является в предложении предикатом.

Sample: to found - founded. The university was founded in 1961.

основать – основан, -а, -ы. Университет основан в 1961г.

Опубликовать, проинформировать, решить, подписать, создать, организовать, напечатать, купить, сделать, построить, показать, найти, перевести; открыть, закрыть.

Task 9. Form active structures from passive ones. *Образуйте активные конструкции от пассивных.*

- 1) Встреча была организована посольством.
- 2) Выставка была открыта в Экспоцентре.
- 3) Статья написана известным журналистом.
- 4) В ходе переговоров были подписаны важнейшие документы.
- 5) Общественность проинформирована о возможном кризисе.
- 6) Новости о компании опубликованы в СМИ.

Task 10. Form passive structures, pay attention to the type of verb.

Образуйте пассивные конструкции, обратите внимание на вид глагола. Образец: Авторы писали книгу два года. – Книга писалась авторами два года.

Авторы написали книгу в 1989г. – Книга написана авторами в 1989 г.

Task 11. Replace the selected words and phrases with synonymous expressions from the text.

Замените выделенные слова и словосочетания синонимичными выражениями из текста.

- 1) Круглый стол **организуется** для того, чтобы **обратить общественное внимание** на определенную проблему.
- 2) Организация приглашает специалистов, **мнение которых имеет большое значение**.
- 3) В начале мероприятия ведущий **знакомит** участников друг с другом.
- 4) Выставка дает возможность **донести** важную информацию до партнеров.
- 5) Выставка – хорошая возможность **представить** продукт общественности.
- 6) В ходе проведения выставки изучаются **востребованность** и **вероятный** рынок продукта.
- 7) Выставка дает возможность **сделать** **компанию более известной**.
- 8) На первом этапе подготовки выставки компания решает, как будет выглядеть стенд, что необходимо **показать**.

Task 12. Answer the questions.

Ответьте на вопросы.

- 1) Какие специальные мероприятия популярны у PR-технологов?
- 2) Для чего проводится «круглый стол»?
- 3) Почему «круглый стол» удобен для журналистов?
- 4) Как проводится «круглый стол»?
- 5) Что нужно подготовить для представителей СМИ?

- 6) Какие возможности дает для компании проведение выставок?
- 7) Что изучается в ходе проведения выставки?
- 8) Что делается на первом этапе подготовки к выставке?
- 9) Какая полиграфическая продукция должна иметься у компании к началу выставки?
- 10) Какова цель проведения дня открытых дверей?

Task 13. Form nominal phrases from verb phrases.

Образуйте именные словосочетания от глагольных словосочетаний.

Привлечь общественное внимание к проблеме –
Приглашать специалистов –
Обсуждать проблему –
Принять резолюцию –
Распространять информацию об организации –
Проводить переговоры с нужными людьми –
Повысить уровень известности компании –

Task 14. Form nominative sentences from verb sentences.

Образуйте номинативные предложения от глагольных предложений.

- 1) В начале мероприятия ведущий представляет участников друг другу.
- 2) Ведущий объявляет повестку дня.
- 3) Для представителей СМИ подготовили информацию об актуальности и важности проблемы.
- 4) Во время выставки изучается спрос.
- 5) В ходе проведения выставки устанавливаются партнерские отношения.

Task 15. Divide the text into semantic parts. Title each part in the form of nominal sentences. Create a nominative outline for the text.

Разделите текст на смысловые части. Озаглавьте каждую часть в форме именных

предложений. Составьте номинативный план текста.

Task 16. Using a nominative outline, tell us about the role of special events in PR-activities.

Используя номинативный план, расскажите о роли специальных мероприятий в ПР-деятельности.

Task 17. Read the text "Organizational forms in public relations". Compare the read text with the previous one.

Прочитайте текст «Организационные формы в связях с общественностью». Сравните прочитанный текст с предыдущим.

- a) Find information common to two texts.

Найдите информацию, общую для двух текстов.

- b) What new information does the second text contain? How do these two texts differ in content?

Какую новую информацию содержит второй текст? Чем отличаются по содержанию два текста?

Text

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ В СВЯЗЯХ СОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

В процессе реализации функций связи с общественностью специалисты проводят разные организационные мероприятия. Вот краткий список наиболее популярных мероприятий, используемых специалистами по ПР.

Conclusions

The modern system of teaching Russian as a foreign language shows the existing contradictions between the practical need for effective teaching of Russian as a foreign by student-foreigners and the undeveloped methodology. The educational system for non-Russian students presented in the article is the development of didactic teaching principle system for professional language, in which the communicative orientation of the educational system plays a key role.

Acknowledgements

The publication has been with the support of the "RUDN University Program 5-100"

Bibliographic references

- Adonina, L. V., Lazarev, S. V., Smirnova, S. V. & Fisenko, O. S. (2018). Training for professional activity in Russian of "Public Relations" speciality foreign students: a training manual; practical course [Text]. - M.: MIRACLE, Part I. 60 p.
- Fisenko, O. S., Tazheva, Z. B., & Masyuk, M. R. (2019). Contents and structure of a concept "Russian" in language consciousness of Tajiks. *Revista Inclusiones*, 6(2), 150-159
- Gorokhov, V. M. (ed). (2014). Public relations and advertising in the communication system. *Collection of scientific papers of the Department of Advertising and Public Relations*, 9, 157 p.
- Kornilova, T. V., Matveenko, V. E., Fisenko, O. S., & Chernova, N. V. (2015). The components of the linguodidactic training system for foreign philologists studying nationally-colored vocabulary via audio-video tools. *MGOU Bulletin*. - Ser. *Pedagogy*, 3, 74-80.
- Kosareva, L. A., Murashova, O. V., & Fisenko, O. S. (2019). Mental and language space of russian religious philosophical discourse of the end of XIX - beginning of XX. *Revista inclusiones*, 6, 38-44.
- Rumyantseva, N., Fisenko, O., & Suvorova, E. (2018). Russian Nietzsche: Question about Linguistic Commenting of Texts of V.V. Rozanov in Foreign Audience. *European research studies journal*, 3(2), 635-642
- The Federal State Educational Standard for Higher Education in the direction of training 03.03.01 (2016). "Advertising and Public Relations" (undergraduate level). Approved by the Order of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation on August 11, Electronic source. Access mode http://www.osu.ru/docs/fgos/vo/bak_42.03.01.pdf