

УДК 808.5 (076.5)  
ББК 81.2 – 5я7  
К 68

Рецензент – доцент, кандидат педагогических наук Ю.Г. Пыхтина

**Коробейникова, А.А.**  
К 68      Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях:  
методические указания к спецкурсу / А.А. Коробейникова;  
Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург : ОГУ, 2011. – 40 с.

Методические указания состоят из общих методических указаний, указаний к отдельным темам, изучаемым в рамках спецкурса, планов проведения лекционных занятий, контрольных вопросов для подготовки к зачёту, образцов тестовых заданий и списка литературы, рекомендуемой для подготовки к зачёту.

Методические указания по курсу «Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях» предназначены для студентов, обучающихся на факультете экономики и управления по специальности 032401 – Реклама. Предлагаемые методические указания могут быть использованы также для проведения занятий по дисциплинам «Русский язык и культура речи», «Стилистика русского языка и культура речи», «Этика делового общения».

УДК 808.5 (076.5)  
ББК 81.2 – 5я7  
К 68

© Коробейникова А.А., 2011  
© ГОУ ОГУ, 2011

## Содержание

Введение.....	4
1 Методические указания преподавателям по проведению основных видов учебных занятий .....	6
2 Методические указания студентам по самостоятельной работе при изучении спецкурса .....	10
3 Тематический план изучения спецкурса.....	12
4 Тематика деловых игр.....	30
5 Литература, рекомендуемая для подготовки к зачёту .....	31
5.1 Основная литература.....	31
5.2 Дополнительная литература.....	32
5.3 Периодические издания.....	33
6 Контрольные вопросы по спецкурсу «Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях.....	34
7 Контрольные задания для самопроверки.....	35

## Введение

В современной реальности специалист по рекламе – это профессионал, основным результатом деятельности которого является информирование потребителей, удовлетворение и формирование потребительских предпочтений, стимулирование спроса через создание рекламной продукции, оказание рекламных услуг, проведение рекламных кампаний и мероприятий, переводящих сущность, качество, особенности товаров и услуг, идей и явлений общественной жизни через систему художественных образов, символов, знаков на язык чувств и эмоций с учётом нужд и запросов потребителей. Специалист по рекламе призван к организации и проведению научных исследований в области рекламы, потребительских предпочтений и спроса; обеспечению эффективного функционирования рекламных агентств и рекламных служб предприятий и организаций как на внутреннем, так и на внешнем рынке; содействию социально-экономическому и культурному развитию общества; повышению качества и уровня жизни; стимулированию производства и сбыта; совершенствованию качества товаров и услуг.

В этой связи особую актуальность для специалистов в сфере рекламы приобретает высокая культура делового общения, во многом обеспечивающая эффективность их профессиональной деятельности.

Вышесказанное обуславливает потребность в том, чтобы научить будущих специалистов по рекламе основам служебной речевой культуры; определению стилистических недочётов и исправлению ошибок в составлении служебных документов; поиску путей преодоления конфликтных ситуаций; а также совершенствованию культуры письменной и устной речи.

Важная роль в реализации перечисленных задач принадлежит спецкурсу «Речевая служебная культура в деловых взаимоотношениях», который направлен на овладение средствами вербальной и невербальной коммуникации в пределах официально-делового стиля.

В рамках данного спецкурса представляется целесообразным ознакомление будущих специалистов по рекламе с историей становления переговорного процесса в рекламе, что позволяет формировать у первокурсников более полное представление о такой специфической профессиональной деятельности, как реклама.

На лекциях по данному спецкурсу студенты познакомятся с понятиями «деловое общение», «вербальные и невербальные средства общения», «коммуникативные барьеры», с основными принципами и правилами делового этикета.