



**About professional-communicative  
competence development  
among students-foreigners at  
practical lessons in Russian as  
a foreign (using the example  
of the lesson “Tasks and  
functions of Public Relations”)**



**ABOUT PROFESSIONAL-COMMUNICATIVE COMPETENCE DEVELOPMENT  
AMONG STUDENTS-FOREIGNERS AT PRACTICAL LESSONS IN RUSSIAN AS A  
FOREIGN (USING THE EXAMPLE OF THE LESSON “TASKS AND FUNCTIONS  
OF PUBLIC RELATIONS”)**

**ACERCA DEL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA COMUNICATIVA  
PROFESIONAL ENTRE ESTUDIANTES EXTRANJEROS EN CLASES PRÁCTICAS  
EN RUSO COMO EXTRANJERO (UTILIZANDO EL EJEMPLO DE LA LECCIÓN  
"TAREAS Y FUNCIONES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS")**

**Authors**

Khromov Sergej S., *Moscow Polytechnic University, Moscow, Russian Federation*

Fisenko Olga S., *Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russian Federation*

Nikitina Vlada V., *Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russian Federation*

*E-mail: [esfehani.mohamad3@gmail.com](mailto:esfehani.mohamad3@gmail.com)*

Fecha de recibido: 15 de noviembre de 2019

Fecha de aceptado para publicación: 30 de noviembre de 2019

Fecha de publicación: 10 de diciembre de 2019

**Abstract**

The development of professional and communicative competence is the most important university task. That is why the training of foreign students in a university should be focused on practical knowledge of the Russian language. This article provides the fragment “Tasks and functions of public relations” of the textbook “Training of professional activity in Russian for foreign students studying Public Relations” (by L.V. Adonina, S.V. Lazarev, S.V. Smirnova, O.S. Fisenko)” [12].

**Keywords:** the development of communicative competence, foreign students, Russian as a foreign language, introductory lesson, tasks and functions of public relations, practical classes in Russian as a foreign language.

El desarrollo de la competencia profesional y comunicativa es la tarea universitaria más importante. Es por eso que la formación de estudiantes extranjeros en una universidad debe centrarse en el conocimiento práctico del idioma ruso. Este artículo proporciona el fragmento "Tareas y funciones de las relaciones públicas" del libro de texto "Capacitación de la actividad profesional en ruso para estudiantes extranjeros que estudian Relaciones Públicas" (por L.V. Adonina, S.V. Lazarev, S.V. Smirnova, O.S. Fisenko) "[12].

**Palabras clave:** el desarrollo de la competencia comunicativa, estudiantes extranjeros, ruso como lengua extranjera, lección introductoria, tareas y funciones de relaciones públicas, clases prácticas en ruso como lengua extranjera.



## **Introduction**

One of the tasks of modern Russian education is to integrate into the European educational space, to create an educational system of an international level, therefore, an increasing number of foreigners are attracted to Russian universities [1], [2], [4], [14]. Often, foreign students who study in Russia choose the profession "Public Relations" as the trend of training. Upon admission to the first year of university in the Russian Federation, foreign citizens pass the exam confirming their knowledge of the Russian language at the first certification level [3], [5], [6], [13]. The certificate of the first level of Russian language general knowledge indicates that foreign citizens speak Russian at the level of social, everyday, cultural, official business and educational and professional communication. At the same time, the teachers of the main faculties note the insufficient preparedness of foreign students to study at the university. In this regard, there is a need to develop new textbooks on Russian as a foreign language, which allow students to master the professionally-communicative competencies needed in professional activities.

## **Problem Discussion**

### **The concept of professional and communicative competence in the field of public relations.**

The initial concept in vocational education is the profession as the form of social organization of society members, which are united by a certain type of activity. The concept of "expert" includes a) the functional essence of an expert; b) the scope of a professional profile; c) occupational characteristics; d) expert assessments and activity development predictions in the near and distant future; e) the schemes of academic disciplines taking into account their volume and ratio [7: p.19]. Mastering a profession and then professional activity performance requires a high level of proficiency in professional and communicative competence from foreign citizens. It is possible to develop a professional and communicative competency through the introduction of a competency-based approach in educational activities, which involves the development of a personality who can integrate into the society and bring benefits to it, as well as who can choose actions to achieve goals through professional communication.

### **General description of profession**

The profession "Public Relations" involves the functions of a spokesperson, a communication structure manager, a referent in state and public institutions and organizations, commercial structures on media and business communication, public relations, humanitarian technologies, scientific, cultural and tourist exchanges [10], [15]. Therefore a teacher of the Russian language as a foreign language is faced with the task of textual material selection that allows students to enter into speech communications, related with the processes and phenomena of domestic and international life, socio-economic problems, the issues of scientific and cultural cooperation, etc.

### **Development of professional and communicative competence among foreign students by language means**

#### **Approbation**

The fragment of the lesson presented in the article was tested in the classes of Russian as a foreign among first-year students of the Peoples' Friendship University of Russia,



mastering “Public Relations”. In the learning process, attention is paid to educational and scientific communication, since communicative needs consist in the ability to perceive the scientific information presented in lectures and practical classes. In order to make the learning process more effective, continuous training of professional communication is provided in the framework of practical classes for professional language.

All tasks are divided into pretext, text, and posttext.

Text material is selected in such a way to develop general professional communicative skills among foreign citizens.

Text tasks are aimed at foreign student readiness and ability development to communicate in professional activities.

Pre-text tasks prepare students for a conscious perception of a text, and post-text tasks are aimed at the development of professional and communicative skills related to professional communication goal achievement.

### **Outline of the lesson “Tasks and functions of public relations”.**

Getting ready to read the text.

**Task 1:** Read the words, remember their meaning, compatibility and use.

*Прочитайте слова, запомните их значение, сочетаемость и употребление.*

**Гармонизировать что? (отношения)** – создавать согласие в отношениях

**Гармонизация чего? (отношений)**

Вырабатывать / выработать **что?** (договоренность, решение) – **создать что-либо в результате изучения**

**Выработка чего? (решения)**

**Предотвращать / предотвратить что? (конфликт, спор)** – заранее устранить, ликвидировать то, что может помешать осуществиться, произойти чему-либо

**Предотвращение чего? (конфликта)**

**Пропагандировать что? (знания)** – распространять и разъяснять какие-либо идеи, теории, знания

**Пропаганда чего? (знаний)**

**Пропагандирование чего?**

**Порочить / опорочить кого?** – выставлять в неблагоприятном свете, осуждать, чернить кого-либо

**Task 2.** Form adjectives with the suffix -н from the following words:

*Образуйте прилагательные при помощи суффикса -н от следующих слов:*

проблема –

кризис –

рынок –

выпуск –



выбор –

профессионал –

**Task 3.** Read the words and find the common root in them.

*Прочитайте слова и найдите в них общий корень.*

- а). Общий, общественный, сообщество, общественность.
- б). Знание, признавать, познающий, сознаться.
- в). Воздействие, содействовать, действовавший, действительность.
- г). Измена, менять, заменить, обмен.

**Task 4.** Say whether the following words and phrases are synonyms. Give examples.

*Скажите, являются ли синонимами следующие слова и словосочетания. Приведите примеры.*

- а). Влиять, оказывать влияние, воздействовать, оказывать воздействие.
- б). Изменить, заменить.
- в). Улучшить, совершенствовать.
- г). Потенциальный, вероятный.

## **СУБЪЕКТ, ОБЪЕКТ, ЗАДАЧИ, ФУНКЦИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

PR-деятельность представляет собой сложное явление, включающее в себя такие понятия, как субъект, объект, цели, задачи и т.д. Субъектом PR-деятельности являются отдельные личности (например, пресс-секретарь) и специально созданные службы и организации (например, службы связей с общественностью, информации и рекламы, консалтинговые фирмы). Все они имеют определенные профессиональные знания, умения и навыки, выполняют конкретные действия, направленные на гармонизацию отношений с общественностью, и вносят определенные коррективы в процесс формирования имиджа у субъекта PR, его стратегию и тактику. Субъект связей с общественностью стремится доказать, донести, убедить потенциальных и настоящих клиентов в эффективности, полезности для них функционирования определенного учреждения.

Объектом PR являются люди, сообщества, на которых воздействует субъект связей с общественностью с целью формирования позитивного отношения к себе. Объект выбирается в зависимости от целей, которые преследует субъект связей с общественностью. В каждом конкретном случае субъект выбирает «свою» общественность. Например, для PR-акции, направленной на повышение престижа вуза и повышение конкурса среди абитуриентов, «своей» общественностью являются учащиеся выпускных классов школ и их родители. Объект связей с общественностью могут представлять собой и органы власти, и общественные организации, и политические партии, и средства массовой информации, и население какого-либо города, поселка и т.д.

Целью PR является изменение общественного мнения не только в отношении себя, но и своих конкурентов и противников. И если в первом случае стремятся



улучшить свой собственный имидж, то во втором, как говорится, все меры хороши – вплоть до «черного пиара», призванного опорочить конкурентов, ухудшить мнение о них.

Основными задачами, возлагаемыми на службу связей с общественностью, являются следующие:

- а). изучение общественного мнения; его отношений и ожиданий с целью выработки рекомендаций;
- б). установление и поддержание двустороннего общения;
- в). предотвращение конфликтов и устранение недопонимания;
- г). регулирование проблемных и кризисных ситуаций;
- д). привлечение в коллектив компании квалифицированных работников;
- е). пропагандирование и рекламирование товаров и услуг и др.

### **Как квалифицировать предмет, явление, процесс?**

Обратите внимание, что модель *что является чем* имеет более широкое значение, чем оборот *что представляет собой что*; выражение *являются чем* указывает на реальный факт или отношение предмета к группе предметов. Сочетание *представлять собой что* во многих случаях характеризует предмет по его признакам или функциям.

**Что – это что**

**Что является чем**

**Что представляет собой что**

**Task 5.** Use the phrase *являются чем* or *представлять собой что* in the following sentences.

*В данных предложениях употребите сочетания **являются чем** или **представлять собой что**.*

- 1). Управленческая функция – это основная функция связей с общественностью.
- 2). Корпоративные коммуникации для специалистов PR – это достаточно большая и доступная рыночная область для применения своих знаний.
- 3). Формирование позитивного имиджа – это одна из главных целей связей с общественностью любой корпоративной системы.
- 4). Презентация – это средство PR, которое используется для знакомства приглашенной аудитории с фирмой, новой услугой, вновь созданной организацией, открытием и т.д.
- 5). Пресс-конференция – это встреча официальных лиц или известных представителей общественности с журналистами, проводимая в формате “вопрос – ответ”.
- 6). Маркетинговый план – это документ, в котором анализируется определенная рыночная ситуация.



**Task 6.** Use the expression представлять собой что in these sentences. Put the words in brackets in the necessary case.

*В данных предложениях употребите выражение представлять собой что. Слова в скобках поставьте в нужном падеже.*

1). Маркетинг для корпораций и фирм .... (деятельность предприятий), которая направлена на эффективное продвижение товара на рынке.

2). Брифинг ... (короткая по времени, инструктивная встреча) представителей официальной структуры с журналистами.

3). Дискуссия ... (одна из важнейших форм коммуникации, метод решения спорных проблем).

4). Выставка ... (удобное место) для изучения спроса на товары или услуги компании.

5). Общественное мнение ... (совокупность индивидуальных отношений) представителей общества к объекту, который вызывает их интерес.

**Task 7.** Replace the selected words and phrases with the synonyms from the text.

*Замените выделенные слова и словосочетания синонимами из текста.*

1). Действия PR-специалистов направлены на **достижение согласия** с общественностью.

2). Объектом PR являются люди, на которых **влияет** субъект связей с общественностью.

3). В каждом конкретном случае субъект связей с общественностью **обращается** к "своей" аудитории.

4). PR-специалисты **стремятся создать более благоприятный** имидж фирмы.

5). Одной из задач PR является **управление и разрешение** кризисных и проблемных ситуаций.

6). В некоторых случаях PR-специалисты **стараятся сформировать плохое мнение** о конкурентах.

**Task 8.** Change the verb phrases into the nominal.

*Измените глагольные словосочетания в именные.*

Повысить престиж вуза – ...

Выполнять конкретные действия – ...

Изменять общественное мнение – ...

Формировать позитивное отношение – ...

Выбирать свою общественность – ...

Предотвращать конфликты – ...

Привлекать квалифицированных работников – ...

**Task 9.** Form nominal sentences from the verbal.





*Образуйте именные предложения из глагольных.*

- 1). Научные разработки служб связей с общественностью активно используются в PR-деятельности.
- 2). В процессе наблюдения изучается поведение лиц, входящих в исследуемую группу.
- 3). Существует достаточно тесная взаимосвязь PR с науками и отраслями научных знаний.
- 4). Значительная часть работы службы по связям с общественностью связана с политикой.
- 5). Каждая общественная группа обосновывает и защищает в первую очередь свои узкие интересы.
- 6). Через службу связей с общественностью фирма расширяет свое влияние в обществе.
- 7). Основная цель данного уровня – передать новости о службе PR и ее работе общественности и регулярно напоминать ей о своем существовании.

**Task 10.** Answer the questions:

*Ответьте на вопросы:*

- Что представляет собой PR-деятельность?
- Кого называют субъектом PR?
- Какие действия выполняют PR-специалисты?
- В чем стремится убедить клиентов PR-специалист?
- Кого считают объектом PR?
- От чего зависит выбор объекта?
- Какова цель PR-деятельности?
- Что можно сказать о задачах PR-деятельности?

**Task 11.** Divide the text into semantic parts. Ask one question to each part. Make a question plan for the text.

*Разделите текст на смысловые части. Задайте по одному вопросу к каждой части. Составьте вопросный план текста.*

**Task 12.** Make a nominative text plan using grammar material from the tasks 8-9.

*Составьте номинативный план текста, используя грамматический материал из заданий 8-9.*

**Task 13.** Tell us about the subject, object, goals and objectives of PR-activity, using a nominative plan.





*Расскажите о субъекте, объекте, целях и задачах PR-деятельности, используя номинативный план.*

## **Conclusions**

The study showed that the actual methodological problem is the theory of professional and communicative competence development in the process of language training among foreign citizens. Professional and communicative competence is aimed at the development of personal qualities by the means of public relation expert language, which are necessary for effective work in various professional groups. Moreover, not only special knowledge is important, but also a general communicative-language preparation for professional activity.

## **References**

- Adonina L., Bondareva O., Fisenko O., Ismailova Kh. The Creation of Methodology of Technical Universities Students' Intellectual Skills Formation and Development in the Foreign Language Course with the Consideration of Cognitive Processes Flow // European research studies journal, Vol. XXI, Special Issue 2. – 2018. – P. 643 – 651
- Azimov E.G., Schukin A.N. A new dictionary of methodological terms and concepts (theory and practice of teaching languages). - M.: IKAR Publishing House, 2009. - 448 p.
- Fisenko O.S., Tazheva Z.B., Masyuk M.R. Contents and structure of a concept "Russian" in language consciousness of Tajiks // Revista Inclusiones. Vol: 6 num 2 (2019). P.150 - 159
- Gez N.I. The formation of communicative competence as an object of foreign methodological research // Foreign languages at school. - 1985. - No. 2.
- Glossary of terms for PR specialists. Tutorial. / Ed. by A.N. Volkova. - SPb.: Gregoris Books LLC, 2010. -- 78 p.
- Kosareva L.A., Murashova O.V., Fisenko O.S. Mental and language space of russian religious philosophical discourse of the end of XIX - beginning of XX // Revista inclusiones issn 0719-4706 volumen 6 – numero especial – abril/junio. 2019. P.38 – 44
- Lavrikov Yu.A. About the model of professional training for an economist. Improvement of economist training and the economic training of engineers. L.: Uchpedgiz, 1973. 195 p.
- Public relations and advertising in the communication system // Collection of scientific papers of the Department of Advertising and Public Relations. Issue 9 / Ed. by prof. V.M. Gorokhov. - M.: MSU, 2014. -- 157 p.
- Rumyantseva N., Fisenko O., Suvorova E. Russian Nietzsche: Question about Linguistic Commenting of Texts of V.V. Rozanov in Foreign Audience // European research studies journal. Vol. XXI, Special Issue 2. – 2018. – P. 635-642
- The Federal State Educational Standard for Higher Education in the direction of training 03.03.01 "Advertising and Public Relations" (undergraduate level). Approved by the



Order of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation on August 11, 2016. Electronic source. Access mode [http://www.osu.ru/docs/fgos/vo/bak\\_42.03.01.pdf](http://www.osu.ru/docs/fgos/vo/bak_42.03.01.pdf)

The state educational standard on Russian as a foreign language. Second level. General language proficiency / Ivanova T.A. et al. - M. - St. Petersburg: "Zlatoust", 1999. - 40 p.

Training for professional activity in Russian of "Public Relations" speciality foreign students: a training manual; practical course [Text] / L.V. Adonina, S.V. Lazarev, S.V. Smirnova, O.S. Fisenko / ed. by Ph.D., Associate Professor O.S. Fisenko. - M.: MIRACLE, 2018. - Part I. - 60 p.

Singh, A., & Singha, N. (2016). ENVIRONMENTAL IMPACT OF NUCLEAR POWER: LAW AND POLICY MEASURES IN INDIA. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 4(2), 88-95. <https://doi.org/10.18510/hssr.2016.424>

Akkuzova, A., Mankeyev, Z., Akkuzov, A., Kaiyrbekova, U., & Baiymbetova, R. (2018). Some features of the meaning "literary text" in the pragmalinguistic aspect. *Opción*, 34(85-2), 20-34.

Tosheva, D. (2016). National-cultural outlook onto the zoonym component aphorisms. *UCT Journal of Social Sciences and Humanities Research*, 4(3), 1-4.