

ЧАСТНЫЕ МЕТОДИКИ И ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

SPECIFIC TECHNIQUES AND TECHNOLOGIES OF EDUCATION

УДК 378:659

ББК 74.580

В 19

М.С. Васечкина

*Преподаватель кафедры философии, истории и социальных коммуникаций
Кубанского государственного университета физической культуры, спор-
та и туризма; E-mail: ledimarufa@yandex.ru*

ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ МЕТОДИКИ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКА СОЗДАНИЯ ПИСЬМЕН- НЫХ СРЕДСТВ PR-КОММУНИКАЦИИ У СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» И БАКАЛАВРОВ НАПРАВЛЕНИЯ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

(Рецензирована)

Аннотация. В статье описываются результаты опытно-экспериментального исследования результативности методики формирования навыка создания письменных средств PR-коммуникации у студентов специальности «Связи с общественностью» и бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» в контрольных и экспериментальных группах на основе разработанных критериев.

Ключевые слова: эксперимент, навык, письменные средства PR-коммуникации, критерии, студенты специальности «Связи с общественностью», бакалавры направления «Реклама и связи с общественностью».

M.S. Vasechkina

*Lecturer of Department of Philosophy, History and Social Communications,
the Kuban State University of Physical Training, Sport and Tourism; E-mail:
ledimarufa@yandex.ru*

DETERMINATION OF PRODUCTIVITY OF THE TECHNIQUE TO FORM SKILL OF CREATING WRITTEN MEANS OF PR COMMUNICATION AT STUDENTS OF THE SPECIALTY “PUBLIC RELATIONS” AND BACHELORS IN THE FIELD OF THE ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

Abstract. The paper describes the results of a skilled pilot study of productivity of a technique focused on formation of skill of creating written means of PR

communication at students of the specialty “Public Relations” and bachelors in the field of the advertising and public relations in control and experimental groups on the basis of the developed criteria.

Keywords: experiment, skill, written means of PR communication, criteria, students of the specialty “Public Relations”, bachelors in the field of the advertising and public relations.

В процессе формирования навыка создания письменных средств PR-коммуникации у студентов специальности «Связи с общественностью» и бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» на основе разработанной методики был проведен педагогический эксперимент.

«Эксперимент» – это исследовательская деятельность, предназначенная для проверки выдвинутой гипотезы, разворачиваемая в естественных или искусственно созданных контролируемых и управляемых условиях, результатом, которого является новое знание, включающее в себя выделение существенных факторов, влияющих на результаты педагогической деятельности [1].

В опытно-экспериментальной работе мы учитывали следующие характерные особенности педагогического эксперимента:

а) преднамеренное внесение в процесс принципиально важных изменений в соответствии с задачей исследования и гипотезой;

б) организация педагогического процесса, позволяющая видеть связи между изучаемыми явлениями без нарушения его целостного характера;

в) глубокий качественный анализ и более точное количественное измерение как введенных в педагогически процесс новых или видоизмененных компонентов, так и результатов всего процесса [2], [3].

Эксперимент, проводившийся в течение пяти лет (2010–2014), охватил 60 студентов специальности «Связи с общественностью» и 60 бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью», обучающихся в Кубанском государ-

ственном университете физической культуры, спорта и туризма. Из данного числа студентов были выделены две контрольные группы по 30 человек (КГ-1, КГ-2) и экспериментальные группы по 30 человек (ЭГ-1, ЭГ-2).

Критериями выявления уровня сформированности исследуемого навыка были выделены следующие:

1. «Знаниевый» – уровень знаний письменных средств PR-коммуникаций у студентов специальности «Связи с общественностью», бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью».

2. «Информационный» – уровень умений студентов работать в тех компьютерных программах, которые им необходимо знать для создания письменных средств PR-коммуникации.

3. «Практический» отражает умение студентов создавать письменные средства PR-коммуникации на практике.

Для выявления развития «знаниевого» критерия были составлены вопросы устного контроля знаний. Отношение количества правильных ответов к числу заданных вопросов определяло уровень сформированности знаний основных средств письменных PR-коммуникаций у студентов специальности «Связи с общественностью», бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью». Выделенные уровни и их описание представлены в таблице 1.

Количественные данные распределения студентов экспериментальных и контрольных групп, отражающие сформированность данного критерия на этапе констатирующего эксперимента, представлены в таблице 2.

Таблица 1

**Описание уровней знаниевого критерия для студентов специальности
«Связи с общественностью», бакалавров направления
«Реклама и связи с общественностью»**

Уровни	Низкий, %	Базовый, %	Продвинутый, %	Компетентный, %
Показатели	0–25	25–50	50–75	75–100
Знания содержания письменных PR-коммуникаций	Отсутствие знаний о содержании письменных средств PR-коммуникаций	Уровень обязательного минимума – знания некоторых особенностей создания письменных PR-коммуникаций	Углубленные знания отдельных аспектов содержания письменных PR-коммуникаций	Целостные представления об особенностях структуры различных средств письменных коммуникаций

Таблица 2

Уровень сформированности «знаниевого» критерия у контрольных и экспериментальных групп на этапе констатирующего эксперимента

Группа	Количество	Низкий уровень		Базовый уровень		Продвинутый уровень		Компетентный уровень	
		Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
ЭГ-1	30	4	13,33	21	70,00	5	16,66	0	0,00
ЭГ-2	30	4	13,33	20	66,67	6	20,00	0	0,00
КГ-1	30	3	10,00	21	70,00	6	20,00	0	0,00
КГ-2	30	5	16,67	22	73,33	3	10,00	0	0,00

Из таблицы 2 видно, что уровень знаний студентов контрольных и экспериментальных групп примерно одинаковый. Большинство обладает базовым уровнем подготовки, т.е. некоторые аспекты создания письменных средств PR-коммуникаций, их виды и жанры студентам обеих групп известны. При этом в группах есть студенты, обладающие как низким, практически нулевым уровнем знаний в данной области, так и продвинутым расширенным уровнем знаний некоторых средств письменной PR-коммуникации.

Последнее, на наш взгляд, объясняется тем, что данные студенты в течение обучения на младшем курсе постоянно готовились к дисциплинам профессионального цик-

ла, а также самостоятельно изучали данный материал.

Следующая таблица демонстрирует показатели распределения студентов экспериментальной и контрольной групп, отражающие сформированность «знаниевого» критерия на контрольном этапе эксперимента (таблица 3).

Анализируя данные таблицы, отметим, что половина студентов первой экспериментальной группы (ЭГ-1) продемонстрировала на контрольном этапе эксперимента компетентный уровень знания письменных средств PR-коммуникаций, 40% – продвинутый уровень знания данных средств.

Вторая экспериментальная группа (ЭГ-2), так же как и первая, продемонстрировала более высо-

Таблица 3

Уровень сформированности «знаниевого» критерия у контрольных и экспериментальных групп на контрольном этапе эксперимента

Группа	Количество	Низкий уровень		Базовый уровень		Продвинутый уровень		Компетентностный уровень	
		Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
ЭГ-1	30	0	0,00	3	10,00	12	40,00	15	50,00
ЭГ-2	30	0	0,00	3	10,00	13	43,33	14	46,67
КГ-1	30	1	3,33	18	60,00	11	36,67	0	0,00
КГ-2	30	2	6,67	22	73,33	6	20,00	0	0,00

кий уровень знаний письменных средств PR-коммуникаций (46,67% на компетентностном уровне), чем контрольные группы. В ЭГ-2 также возросло количество студентов, знающих письменные средства PR-коммуникации на продвинутом уровне (43,33%). Количество обучающихся, знающих письменные средства PR-коммуникаций на базовом уровне, в обеих экспериментальных группах одинаковое – 3 человека (10,00%). Также в обеих группах нет студентов с низким уровнем знаниевого критерия.

Данные показатели, по нашему мнению, отражают сформированную способность будущих практиков в области рекламы и связей с общественностью работать самостоятельно, решать профессиональные задачи, получать и систематизиро-

вать знания в области письменных средств PR-коммуникаций.

Следующий критерий – «Информационный» состоял из трех показателей:

- знание и умение пользоваться компьютерной программой Microsoft Office Word;

- знание и умение пользоваться компьютерной программой Microsoft Office Power Point;

- знание и умение пользоваться компьютерной программой Microsoft Office Publisher.

Здесь уровень сформированности критерия определялся качеством выполнения определенного алгоритма действий в рамках работы с программой. Отметим также, что в данном критерии уровни сформированности нами были выбраны такие же, как и в предыдущем (таблица 4).

Таблица 4

Описание уровней информационного критерия для студентов специальности «Связи с общественностью», бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»

Уровни	Низкий, %	Базовый, %	Продвину- тый, %	Компетентностный, %
Показатели	0–25	25–50	50–75	75–100
Умение работать с программой	Отсутствие умения работать в программе, знаний о программе	Уровень обязательного минимума – знает азы и основные алгоритмы работы с программой	Углубленные знания отдельных алгоритмов и действий в рамках работы с программой	Целостные представления об особенностях и структуре программы, понимание ее назначения в профессиональной области, умение ее использовать

Количественные данные распределения студентов экспериментальной и контрольной групп, отражающие сформированность умения создавать письменные средства PR-коммуникации студентами спе-

циальности «Связи с общественностью», бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» в программе Microsoft Office Word, на этапе констатирующего эксперимента представлены в таблице 5.

Таблица 5

Уровень сформированности умения работать в программе Microsoft Office Word у контрольных и экспериментальных групп на этапе констатирующего эксперимента

Группа	Количество	Низкий уровень		Базовый уровень		Продвинутый уровень		Компетентный уровень	
		Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
ЭГ-1	30	19	63,33	8	26,67	3	10,00	0	0,00
ЭГ-2	30	20	66,67	6	20,00	4	13,33	0	0,00
КГ-1	30	20	66,67	6	20,00	4	13,33	0	0,00
КГ-2	30	19	63,33	7	23,33	4	13,33	0	0,00

Данные в таблице показывают, что знание алгоритмов создания письменных средств PR-коммуникаций в программе Microsoft Office Word у студентов четырех групп в основном низкое – свыше 60%. Однако и в той и в другой группах есть студенты с базовым и продвинутым уровнем умения работать в данной программе.

Количественные данные распределения студентов экспери-

ментальной и контрольной групп, отражающие сформированность умения создавать письменные средства PR-коммуникации студентами специальности «Связи с общественностью», бакалаврами направления «Реклама и связи с общественностью» в программе Microsoft Office Word, на контрольном этапе эксперимента представлены в таблице 6.

Таблица 6

Уровень сформированности умения работать в программе Microsoft Office Word у контрольных и экспериментальных групп на контрольном этапе эксперимента

Группа	Количество	Низкий уровень		Базовый уровень		Продвинутый уровень		Компетентный уровень	
		Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
ЭГ-1	30	2	6,67	8	26,67	10	33,33	10	33,33
ЭГ-2	30	1	3,33	9	30,00	9	30,00	11	36,67
КГ-1	30	12	40,00	12	40,00	5	16,67	1	3,33
КГ-2	30	10	33,33	12	40,00	6	20,00	2	6,67

Полученные результаты свидетельствуют о развитии умения ра-

ботать в программе Microsoft Office Word у студентов эксперименталь-

ных групп, так как свыше 60% студентов ЭГ-1 и ЭГ-2 показали либо продвинутой, либо компетентностный уровни данного умения.

Следующий кластер – умение работать в программе Microsoft

Office Power Point. Количественные данные распределения студентов экспериментальной и контрольной групп, отражающие его сформированность, представлены в таблице 7.

Таблица 7

Уровень сформированности умения работать в программе Microsoft Office Power Point у контрольных и экспериментальных групп на этапе констатирующего эксперимента

Группа	Количество	Низкий уровень		Базовый уровень		Продвинутый уровень		Компетентностный уровень	
		Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
ЭГ-1	30	20	66,67	6	20,00	4	13,33	0	0,00
ЭГ-2	30	19	63,33	7	23,33	4	13,33	0	0,00
КГ-1	30	19	63,33	7	23,33	4	13,33	0	0,00
КГ-2	30	18	60,00	7	23,33	5	16,67	0	0,00

Анализируя данный этой таблицы, отметим, что, несмотря на то, что в каждой группах есть определенный процент студентов, умеющих работать в данной программе, обладая базовым (ЭГ-1 – 20%, ЭГ-2 – 23,33%, КГ-1 – 23,33 %, КГ-2 – 23,33%) и продвинутым уровнем (13,33% в ЭГ-1, ЭГ-2, КГ-1, а также

16,67 в КГ-2), абсолютное большинство на данном этапе эксперимента продемонстрировало низкий или даже нулевой уровень умений.

Количественные данные распределения студентов экспериментальных и контрольных групп на контрольном этапе эксперимента представлены в таблице 8.

Таблица 8

Уровень сформированности умения работать в программе Microsoft Office Power Point у контрольных и экспериментальных групп на контрольном этапе эксперимента

Группа	Количество	Низкий уровень		Базовый уровень		Продвинутый уровень		Компетентностный уровень	
		Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
ЭГ-1	30	2	6,67	1	3,33	13	43,33	13	43,33
ЭГ-2	30	1	3,33	3	10,00	12	40,00	14	46,67
КГ-1	30	12	40,00	10	33,33	6	20,00	1	3,33
КГ-2	30	14	46,67	11	36,67	5	16,67	0	0,00

Анализируя данные, мы можем отметить, что изменения произошли во всех группах, однако контрольных групп они коснулись менее всего. Экспериментальные группы показали

устойчивую положительную динамику сформированности данного критерия. Данный анализ отражает устойчивую положительную динамику формирования умения создавать пись-

менные средства PR-коммуникаций в экспериментальных группах.

Количественные данные анализа умения работать в программе

Microsoft Office Publisher, отражающие его сформированность на этапе констатирующего эксперимента, представлены в таблице 9.

Таблица 9

Уровень сформированности умения работать в программе Microsoft Office Publisher у контрольных и экспериментальных групп на этапе констатирующего эксперимента

Группа	Количество	Низкий уровень		Базовый уровень		Продвинутый уровень		Компетентный уровень	
		Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
ЭГ-1	30	24	80,00	3	10,00	2	6,67	1	3,33
ЭГ-2	30	23	76,67	4	13,33	2	6,67	1	3,33
КГ-1	30	25	83,33	2	6,67	2	6,67	1	3,33
ЭГ-2	30	26	86,67	4	13,33	0	0,00	0	0,00

Данные в таблице показывают, что только 6 студентов в ЭК-1 (20,00%), 7 студентов в ЭГ-2 (23,33%), 5 студентов в КГ-1 (16,67%), 4 студента в КГ-2 (13,33%) знают программу Microsoft Office Publisher, когда-либо работали в ней. Остальные студенты с ней не знакомы, и, как следствие, создавать профессио-

нальные документы на ее базе они изначально не могли.

Количественные данные распределения студентов экспериментальных и контрольных групп, отражающие сформированность умения работать в программе Microsoft Office Publisher на контрольном этапе эксперимента, представлены в таблице 10.

Таблица 10

Уровень сформированности умения работать в программе Microsoft Office Publisher у контрольных и экспериментальных групп на этапе констатирующего эксперимента

Группа	Кол-во	Низкий уровень		Базовый уровень		Продвинутый уровень		Компетентный уровень	
		Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
ЭГ-1	30	10	33,33	3	10,00	8	26,67	9	30,00
ЭГ-2	30	7	23,33	5	16,67	8	26,67	10	33,33
КГ-1	30	22	73,33	4	13,33	3	10,00	1	3,33
КГ-2	30	25	83,33	4	13,33	1	3,33	0	0,00

Сравнительные данные результатов экспериментальной работы показывают, что 30% студентов экспериментальных групп владеют программой на компетентном уровне, 26,67% на продвинутом и 10% на базовом уровнях соответственно. При этом контрольная

группа после эксперимента осталась примерно на том же уровне.

В ходе диагностического исследования для подтверждения экспериментальной гипотезы была проведена проверка результатов на статистическую значимость с помощью методов непараметри-

ческой статистики: тест для двух независимых выборок методом Манна-Уитни, тест для двух зависимых выборок – Вилкоксона. При

обработке и интерпретации эмпирических данных были получены результаты, представленные в таблице 11.

Таблица 11

Результаты статистической достоверности эксперимента

Выборка	ЭГ-1 (n=30)		ЭГ-2 (n=30)		КГ-1 (n=30)		КГ-2 (n=30)	
	Полученные значения	Уровни значимости, $p \leq 0,01$	Полученные значения	Уровни значимости, $p \leq 0,01$	Полученные значения	Уровни значимости, $p \leq 0,01$	Полученные значения	Уровни значимости, $p \leq 0,01$
Word	13,5*	0,000	13,4*	0,000	99*	0,000	98*	0,000
Power point	9*	0,000	8*	0,000	59,5*	0,000	61*	0,000
Publisher	39*	0,000	38*	0,000	47	0,165	46	0,151

* – обозначены статистически значимые различия

В экспериментальных группах (ЭГ-1 и ЭГ-2) наблюдается рост по всем указанным параметрам – программы Microsoft Office Word, Microsoft Office Power Point, Microsoft Office Publisher на достоверно значимом уровне. Это свидетельствует о положительной динамике в освоении информационного навыка, как следствие умения создавать письменные средства PR-коммуникации.

В контрольных группах (КГ-1, КГ-2) значимые позитивные изменения произошли только по параметрам – программы Microsoft Office Word, Microsoft Office Power Point. Это может носить случайный характер, а также может объясняться необходимостью готовить различные сообщения, доклады и рефераты в программе Microsoft Office Word, а также презентаций в программе Microsoft Office Power Point для других предметов студентами контрольной группы.

Полученные значения по U-критерию Манна-Уитни показали, что на оценочном этапе в ЭГ-1 и ЭГ-2 исследуемые параметры сформированности информационного навыка выше, чем в КГ-1 и КГ-2 на ста-

тистически значимом уровне при $p \leq 0,001$.

Последний, анализируемый нами критерий, – практический – определялся как умение создавать письменные средства PR-коммуникации. Это пресс-релиз, презентация и буклет соответственно. Умение их создавать оценивалось следующим образом:

Пресс-релиз является информационным средством письменных PR-коммуникаций [4]. Для определения уровня грамотности подготовки пресс-релиза мы использовали формулу, предложенную Ю.М. Деминим [5].

$$K_{из} = Z_{ип} * K_{исп},$$

где

« $K_{из}$ » – коэффициент информационной значимости пресс-релиза.

$Z_{ип}$ – значимость информационного повода.

$K_{исп}$ – качество исполнения пресс-релиза.

Обе величины оцениваются в условных баллах от одного до пяти. Чем выше коэффициент информационной значимости пресс-релиза, тем больше вероятности воплощения его содержания в

конкретном информационном сообщении или публикации.

Для анализа качества выполнения такого имиджевого средства PR-коммуникации, как презентация, мы руководствовались критериями С.Б. Ребрика, кандидата психологических наук, бизнес-консультанта с 25-летним стажем. Им было предложено пять основных критериев, которые отмечают качественно и грамотно составленную презентацию [6]. За каждый пункт, имеющийся в презентации, студент получал балл. За данную

работу студент мог получить от одного до пяти баллов.

Критериями оценивания качества выполнения буклета были требования, выдвинутые теоретиком и практиком связей с общественностью А.А. Мамонтовым [7]. Баллы за данный документ студенту присваивались так же, как и за предыдущий: за каждый выполненный пункт – балл.

Баллы за данные задания, полученные контрольными и экспериментальными группами на этапе констатирующего эксперимента, представлены в таблице 12.

Таблица 12

Результаты практического критерия, полученные студентами контрольных и экспериментальных групп на этапе констатирующего эксперимента

Группы	Пресс-релиз	Презентация	Буклет	Средний балл по трем документам
ЭГ-1	9,3	2,8	3,01	5,04
ЭГ-2	9,1	2,9	2,99	4,90
КГ-1	9,5	2,9	3,10	5,17
КГ-2	9,2	3	3,00	5,01

Анализируя данные из таблицы, мы можем отметить, что студенты как контрольных, так и экспериментальных групп имели примерно одинаковые показатели по качеству составления и создания основных для своей профессии письменных средств PR-коммуникации. При этом средний балл за три задания показывает нам, что данные умения равны примерно трем баллам, причем умение создавать пресс-релиз

немного выше, менее грамотно с профессиональной точки зрения студенты создают презентации.

Баллы за данные задания, представленные в таблице 13, демонстрируют нам значительный рост практических умений как контрольной, так и экспериментальной групп. Этот вывод можно сделать, проанализировав средние баллы групп по сравнению с предыдущими данными.

Таблица 13

Результаты практического критерия, полученные студентами контрольных и экспериментальных групп на контрольном этапе эксперимента

Группы	Пресс-релиз	Презентация	Буклет	Средний балл по трем документам
ЭГ-1	21,06	4,75	4,8	10,20
ЭГ-2	21,10	4,85	5,01	10,32
КГ-1	14,6	3,90	4,2	7,57
КГ-2	13,9	3,92	3,9	7,24

Баллы контрольных групп значительно ниже баллов экспериментальных, что объясняется отсутствием регулярной практики создания подобных документов.

Резюмируя все вышесказанное, можно сделать следующие выводы:

В ходе опытно-экспериментальной работы был выявлен переход студентов от низкого уровня сформированности навыка создания письменных средств PR-коммуникации к последующему с учетом выявленных критериев: знаниевого, информационного и практического.

Диагностика уровней сформированности навыка создания письменных средств PR-коммуникации у студентов специальности «Связи с общественностью» и бакалавров «Рекламы и связей с общественностью» осуществлялась на основе анализа результатов устного опроса, качества выполнения определенного алгоритма действий в рамках

работы с тремя компьютерными программами (Microsoft Office Word, Microsoft Office Power Point, Microsoft Office Publisher), а также практического выполнения основных профессиональных средств PR-коммуникации (пресс-релиза с бэкграундером, презентации, а также брошюры).

Результаты формирующего эксперимента показали, что в экспериментальной группе произошли наиболее значимые изменения, чем в контрольной, по каждому заявленному критерию.

Положительные изменения в ходе формирующего эксперимента позволяют признать проведение экспериментальной работы достаточно успешным, а комплекс педагогических методов, обеспечивающий эффективность формирования навыка создания письменных средств PR-коммуникации, необходимым и достаточным.

Примечания:

1. Наян А.Я., Уметбаев З.М. Педагогический эксперимент: методика и его организация: учеб. пособие. Магнитогорск: Изд-во МаГУ, 2002. 127 с.

2. Семенова Л.М. Формирование готовности к самопрезентации будущих специалистов по связям с общественностью: дис. ... канд. пед. наук. Челябинск, 2006. 194 с.

3. Деккушева А.У., Макарова Е.А. Межкультурная коммуникативная компетентность как основа изучения иностранных языков // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Педагогика и психология. 2014. № 1(132). С. 66–72.

4. Seitel Fraiser P. The Practice of Public Relations. Oxford: butter worth/Heinman, 1995. 143 p.

5. Демин Ю.М. Бизнес-PR. М.: Бератор-Пресс, 2003. 336 с.

6. Ребрик С.Б. Бизнес-презентация и переговоры: подготовка и проведение. 200 рекомендаций. М.: Эксмо, 2010. 240 с.

7. Мамонтов А.А. Практический PR. Как стать хорошим PR-менеджером. Версия 3.0. СПб.: Питер, 2011. 240 с.

References:

1. Nayan A.Ya., Umetbayev Z.M. Pedagogical experiment: technique and its organization: a manual. Magnitogorsk: MASU publishing house, 2002. 127 pp.

2. Semyonova L.M. Formation of readiness for self-presentation of future specialists in public relations: Diss. for the Cand. of Pedagogy degree. Chelyabinsk, 2006. 194 pp.

3. Dekkusheva A.U., Makarova E.A. Cross-cultural communicative competence as basis of learning of foreign languages // Bulletin of the Adyghe State University. Ser. Pedagogy and Psychology. 2014. No. 1(132). P. 66–72.

4. Seitel Fraiser P. The Practice of Public Relations. Oxford: butter worth/Heinman, 1995. 143 p.
5. Dyomin Yu.M. Business PR. M.: Berator-Press, 2003. 336 pp.
6. Rebrik S.B. Business-presentation and negotiations: preparation and carrying out. 200 recommendations. M.: Eksmo, 2010. 240 pp.
7. Mamontov A.A. Practical PR. How to become a good PR-manager. Version 3.0. SPb.: Piter, 2011. 240 pp.