

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Невинномысский технологический институт (филиал)

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

### **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Направление подготовки	15.03.02 Технологические машины и оборудование
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Учебный план	2020

Невинномысск, 2021

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
1.ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ И РЕАЛИЗУЕМЫЕ КОМПЕТЕЦИИ .....	4
2. ФОРМУЛИРОВКА ЗАДАНИЯ И ЕГО ОБЪЕМ .....	5
3.ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К НАПИСАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ РАБОТЫ .....	1 1
4.РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЯ .....	1 1
5.ПЛАН-ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ .....	1 2
6.КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РАБОТЫ .....	1 2
7.ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ РАБОТЫ .....	1 3
8.СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	1 4

## **ВВЕДЕНИЕ**

Методические указания к выполнению контрольных работ по дисциплине «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке» выполнены в соответствии с требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта и предназначены для студентов очной формы обучения. Методические указания разработаны на основе рабочих программ кафедры гуманитарных и математических дисциплин по дисциплине «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке» и имеют целью оказать помощь студентам в подготовке к практическим занятиям и зачету.

Методические указания по курсу «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке» предназначены для студентов направления подготовки бакалавриата 15.03.02 Технологические машины и оборудование и содержат тестовые задания по каждой изучаемой теме курса для текущего контроля знаний студентов.

## 1. ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ И РЕАЛИЗУЕМЫЕ КОМПЕТЕЦИИ

**Цели дисциплины** «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке»:

- сформировать у студентов представление о принципах и культуре гуманитарного мышления на основе ресурсов русского литературного языка как важнейшего компонента профессиональной компетенции современного специалиста;

- выработать у обучающихся знания и навыки владения средствами современного русского языка для повышения культуры устной и письменной речи в сферах, связанных с их будущей профессиональной деятельностью;

- совершенствовать навыки грамотного письма и говорения;

- сформировать навыки культуры публичного выступления, дискуссии и профессионального общения;

- расширить общий кругозор обучающихся, опирающийся на владение коммуникативным, познавательным и эстетическим потенциалом современного русского литературного языка.

**Задачи дисциплины** состоят в формировании у обучающихся следующих основных навыков и компетенций:

- построение и воспроизведение связных, правильных по структуре монологических текстов на различные темы в соответствующих ситуациях общения;

- участие в диалогических и полилогических ситуациях общения, установление речевого контакта;

- использование эффективных приемов коммуникации в деловой и профессиональной сферах.

В ходе выполнения контрольной работы у студента формируются следующие компетенции:

ОК-1 способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

## 2. ФОРМУЛИРОВКА ЗАДАНИЯ И ЕГО ОБЪЕМ

Выполняемая в соответствии с учебным планом контрольная работа по дисциплине «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке» состоит из двух частей - теоретической, включающей два вопроса, и практической, включающей выполнение тестовых заданий.

### Теоретические вопросы

#### Вариант 1

1. Что такое общение?
2. Какие существуют аспекты общения?

#### Вариант 2

1. Что такое языковая норма?
2. Перечислите характерные черты языковых норм

#### Вариант 3

1. Что такое функциональный стиль речи?
2. Какие стили речи существуют?

#### Вариант 4

1. Может ли быть образной научная речь?
2. Какими средствами может быть достигнута выразительность научной речи?

#### Вариант 5

1. Охарактеризовать официально-деловой стиль.
2. Перечислить отличительные черты официально-делового стиля.

#### Вариант 6

1. Раскрыть понятие делового общения.
2. В чем отличие деловой беседы от беседы неофициальной?

#### Вариант 7

1. Какие существуют отличительные черты публицистического стиля?
2. Перечислить жанры публицистического стиля.

#### Вариант 8

1. Раскрыть понятие речевого этикета
2. Описать взаимодействие речевого и поведенческого этикета.

#### Вариант 9

1. Перечислить цели профессионального общения.
2. Что в себя включает культура профессиональной речи?

#### Вариант 10

1. Описать специфику русского речевого этикета.
2. Охарактеризовать технику реализации этикетных форм.

### Итоговый тест по курсу

#### **1. Коммуникации соответствует определение:**

- 1) это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию;
- 2) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений;
- 3) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений;
- 4) это средства доведения информации до целевой аудитории;
- 5) это общие добровольные действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении).

#### **2. Контекст коммуникативного процесса соответствует:**

1) системе построения коммуникативного процесса с учетом известных или близких для получателя компонентов сообщения;

2) системе построения коммуникативного процесса с учетом социально-экономических характеристик получателя сообщения: статуса, доходов, уровня образования и т. д.;

3) системе построения коммуникативного процесса с учетом психологических характеристик получателя сообщения;

4) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении узнаваемых образов, мотивов, историй, созданных уже ранее в конкретном произведении;

5) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении архетипических символов, образов, знаков.

**3. Автором концепции «вещественной коммуникации», основу которой составляют исследование социального дискурса как языка красок, субстанций, объемов и пространства, является:**

1) Ж. Деррида;

2) Ж. Бодрийяр;

3) М. Фуко;

4) У. Эко;

5) Ю. Лотман.

**4. Характерные признаки какого этапа истории коммуникации перечислены ниже:**

1) письменность;

2) социальная дифференциация общества по принципу грамотность / неграмотность;

3) книгопечатание и полиграфическая революция;

4) урбанизация общества;

5) формирование национальных библиотек.

**5. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные характеристики:**

1) основной функцией коммуникативной модели в организации является пропаганда: самой организации, ее продукции или услуг;

2) целью является привлечение одностороннего внимания, коммуникации ориентированы в основном на те группы общественности, которые определяют существование и эффективность организации;

3) информационная модель является сбалансированной, т. е. направлена на попытки организации изменить общественность. Организация рассматривается как источник, а общественность как потребитель информации;

4) поскольку принцип «обратной связи» не учитывается, то исследования общественного мнения не имеют принципиального значения;

5) примерами подобной модели могут быть продвижение продукта, спонсирование театральных постановок, рекламирование коммерческой организации, банка...

**6. Коммуникантом является:**

1) группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач;

2) получатель сообщения в коммуникационном процессе;

3) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений;

4) специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану;

5) специалист, в задачу которого входит продуцирование творческих идей, общее руководство творческим или информационно-аналитическим отделом.

**7. Невербальными коммуникациями называют:**

1) коммуникации посредством визуального текста;

- 2) коммуникации посредством устного слова;
- 3) коммуникации посредством жеста и слова;
- 4) коммуникации посредством письменной речи;
- 5) коммуникации посредством визуального и пластического текста.

**8. Межличностной коммуникацией называют:**

- 1) адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам;
- 2) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между группой и отдельным человеком, группой и группой;
- 3) коммуникацию, в которой принимает участие двое людей;
- 4) коммуникацию, осуществляемую между людьми с помощью различных средств, в том числе и масс-медиа;
- 5) коммуникацию, осуществляемую личностью с самой собой («размышления вслух или «про себя», «внутренний монолог»).

**9. Какой исторический этап развития коммуникации в социуме характеризуется следующими чертами:**

- 1) все члены общины выступают в роли и коммуникантов, и реципиентов;
- 2) для передачи смысловых сообщений используется четыре исходных канала;
- 3) никаких коммуникационных служб нет;
- 4) синкретичность (слитность) вербальных, музыкальных, иконических каналов в языческих ритуальных священнодействиях;
- 5) обожествление слова.

**10. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:**

- 1) функции этой модели PR соотносятся с предоставлением общественности наиболее полной и точной информации об организации;
- 2) это односторонние коммуникации, и пиарщики играют роль «собственных корреспондентов». Но при этом, они стремятся учитывать интересы обеих сторон, поэтому общественное мнение имеет важное значение;
- 3) информационная модель является сбалансированной, т. е. стремится осуществить коррекцию взаимоотношений между организацией и ее общественностью. Но при этом организация продолжает рассматриваться как источник, а общественность как потребитель информации;
- 4) исследования общественного мнения носят незначительный характер, и соотносятся, в основном, с анализом процессов аудиторного восприятия (т. е. исследуются технологические вопросы, например, процессы восприятия информации);
- 5) используется государственными учреждениями, общественно-политическими организациями, ассоциациями и некоммерческими структурами.

**11. Гипертексту соответствует определение:**

- 1) линейный способ создания сообщения, использующий знаки письменного сообщения;
- 2) нелинейный способ создания сообщения, использующий различные виды коммуникации (слово, картинку, звук и др.);
- 3) последовательность осмысленных высказываний, передающих информацию, объединенных общей темой;
- 4) гиперриторический способ построения сообщения, главная задача которого описание другого текста;
- 5) способ создания сообщения, состоящий в том, что текст строится из цитат и реминисценций к другим текстам.

**12. Коммуникатором является:**

- 1) специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуральные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы;
- 2) человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам;
- 3) лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач;
- 4) отправитель сообщения в коммуникационном процессе;
- 5) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений.

**13. Социокультурный подход к мифологической модели коммуникации как основе единства общества, «составной части человеческой цивилизации... матрице социального порядка и своду примеров нравственного поведения» характерен для:**

- 1) ;
- 2) К. Леви-Строса;
- 3) Б. Малиновского;
- 4) Р. Барта;
- 5) А. Лосева.

**14. В коммуникативном процессе убеждению соответствует стадия:**

- 1) восприятие изменения, т. е. готовности подчиниться т. з. отправителя сообщения;
- 2) обеспечение надлежащей интерпретации;
- 3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;
- 4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;
- 5) обеспечение приема соответствующего сообщения.

**15. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:**

- 1) основная функция модели состоит в том, чтобы защищать интересы организации. Поэтому именно научное убеждение (факты, доказательства, объяснения и т. д.) является основой коммуникативной деятельности;
- 2) это двусторонние коммуникации, отличающиеся несбалансированным характером. Информационное взаимодействие направлено на то, чтобы заставить общественность согласиться с мнением организации;
- 3) информационная модель использует принцип «обратной связи», но только для манипуляционных целей, отвечающим потребностям организации;
- 4) исследования носят оценочный характер. Их главные задачи состоят в том, чтобы определить отношение общественности к организации, и укрепить позитивное отношение в ее пользу;
- 5) примерами использования подобной модели могут быть коммерческие фирмы.

**16. Аудиторией коммуникации является:**

- 1) группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них;
- 2) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и находящихся в прямом взаимодействии друг с другом;
- 3) специально организованная группа людей, единение которых определяется и закрепляется коллективными действиями;
- 4) группа людей, которые получают информационные обращения;
- 5) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и получающих направленные информационные сообщения.

**17. Представителем семиотики, предложившим ввести в классическую семиотическую модель коммуникации понятие «лексикодов», является:**

- 1) Ю. Лотман;



- 2) К. Леви-Строс;
- 3) Р. Барт;
- 4) У. Эко;
- 5) Р. Якобсон.

**18. Прагматика языка означает:**

- 1) наука, изучающая соотношение между знаком и его смыслом;
- 2) наука, изучающая соотношение знаков друг с другом;
- 3) наука, изучающая соотношение знаков и их пользователей в конкретной коммуникативной ситуации;
- 4) наука, изучающая смысл коммуникативного сообщения, с точки зрения процессов управления;
- 5) наука, изучающая многозначность сообщения в конкретной коммуникативной ситуации.

**19. Какую коммуникативную культуру определяют перечисленные особенности:**

- 1) замена линейного текста нелинейным гипертекстом;
- 2) информационное общество;
- 3) проблема соотношения естественного и искусственного интеллектов (человек – компьютер);
- 4) социальная информация как ключевой экономический ресурс;
- 5) либерально-демократическая политическая ориентация общества.

**20. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:**

- 1) функция двусторонней симметричной модели заключается в установлении взаимопонимания между организацией и общественностью;
- 2) имеет двусторонний сбалансированный характер, корректируя взаимоотношения между организацией и влияющей на нее общественностью;
- 3) информационная модель стремится установить такие отношения, которые были бы приемлемыми для обеих сторон. Поэтому появляется новый принцип информационного взаимодействия: обе стороны воспринимаются как группы, достигшие взаимного соглашения;
- 4) оценочная природа исследований соотносится с серьезным анализом общественного мнения, результаты которого в значительной степени корректируют деятельность организации;
- 5) примерами реализации подобной модели PR могут быть бизнес-агентства, деятельность которых определяется государством.

**21. Массовой коммуникацией можно называть:**

- 1) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативный уровень;
- 2) взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень;
- 3) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативный уровень, и с использованием технических средств;
- 4) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между специально организованной группой и отдельным человеком, группой и группой;
- 5) коммуникацию, направленную на внутреннюю или внешнюю среду организации.

**22. Кодирование в коммуникационном процессе означает:**

- 1) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью любых символов и кодов;
- 2) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью визуальных символов или кодов;
- 3) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью вербальных символов или кодов;

4) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью аудиальных символов или кодов;

5) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью пластических символов или кодов.

**23. *Вербальными коммуникациями называют:***

1) коммуникации посредством визуального текста и пластики;

2) коммуникации посредством устного слова;

3) коммуникации посредством жеста и слова;

4) коммуникации посредством письменной речи;

5) коммуникации посредством письменной речи, визуального и пластического текста.

**24. *Качественными характеристика источника сообщения являются:***

1) статус, надежность, квалификация отправителя;

2) тема сообщения, канал, сила воздействия коммуниканта;

3) статус, тема сообщения, квалификация отправителя;

4) тема сообщения, время обнаружения сообщения, статус отправителя;

5) статус, тема сообщения и сила воздействия отправителя.

**25. *Инструктированию в коммуникативном процессе соответствует стадия:***

1) обеспечение надлежащей интерпретации;

2) обеспечение приема соответствующего сообщения;

3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;

4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;

5) восприятие изменения, т. е. готовности подчиниться т. з. отправителя сообщения.

**26. *Ученые, исследующие массовую коммуникацию, авторы концепции***

***«социальной семиотики»:***

1) Ю. Лотман, Т. Тодоров;

2) П. Вайль, А. Генис;

3) Дж. Фиске, У. Эко;

4) Р. Ходж, Г. Кресс;

5) У. Эко, Р. Барт.

**27. *Коммуникации какого уровня характеризуются приведенными ниже характеристиками:***

1) массовость аудитории;

2) гетерогенность аудитории;

3) использование высокоскоростных и репродуктивных текстов средств связи и информации;

4) быстрое распространение сообщений;

5) относительно небольшая потребительская стоимость информации.

**28. *Знак, план выражения который похож на план содержания, в теории коммуникации называют:***

1) конвенциональным;

2) иконическим;

3) семантическим;

4) прагматическим;

5) индексальным.

**29. *Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:***

1) процессы принятия решений аудитории, эмоциональный подъем, политические предпосылки;

2) возможности аудитории в области информационных операций и процессов принятия решений;

3) эмоциональный подъем, доминирование-подчинение, канал сообщения;

4) целевая аудитория, канал, контекст;

5) биографические данные, эмоциональный подъем аудитории, процессы принятия решений.

**30. Коммуникация – это двусторонний процесс обмена сообщениями, с целью информирования, инструктирования и убеждения (Катлип, Сентер, Брум). Какая стадия не входит в процесс информирования:**

- 1) привлечение внимания к данной коммуникации;
- 2) обеспечение приема соответствующего сообщения;
- 3) обеспечение надлежащей интерпретации;
- 4) обеспечение запоминания сообщения для его использования;
- 5) стимулирование активного обучения и получения практических навыков.

### **3.ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К НАПИСАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ РАБОТЫ**

Тематика контрольных работ разрабатывается преподавателем, читающим данную дисциплину. Вариант контрольной работы определяется в порядке, установленном преподавателем: по последней цифре номера зачетной книжки.

В контрольной работе должны быть даны обстоятельные ответы на теоретические вопросы, правильно выполненные тесты.

При написании контрольной работы студент должен использовать новейшую литературу по данному курсу, а также литературные и нормативные источники, рекомендованные преподавателем.

Замечания, выявленные преподавателем в ходе проверки, фиксируются на полях работы. К рассмотрению не принимаются ксерокопии контрольных работ и работы, которые выполнены с нарушением установленных требований, Студент, контрольная работа которого не получила положительную оценку, не допускается к сдаче зачета по дисциплине.

Объем контрольной работы – 10 печатных страниц. Текст работы должен быть напечатан через 1,5 интервала на одной стороне стандартного листа белой бумаги (А-4). Текст и другие отпечатанные элементы работы должны быть черными, контуры букв и знаков четкими, без ореола и затенения. Шрифт Times New Roman, кегель 14. Названия вопросов выделяются полужирным шрифтом. Лист с текстом должен иметь поля: слева - 30 мм, справа - 10 мм, сверху - 20 мм, снизу 20 мм. Нумерация страниц текста делается в правом верхнем углу листа.

Список использованной литературы обязателен.

Контрольная работа регистрируется на кафедре «Гуманитарных и математических дисциплин» в установленные сроки.

Непредставление работы в срок является основанием не допуска студента к зачету по данной дисциплине.

### **4.РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЯ**

Выполняемая в соответствии с учебным планом контрольная работа по дисциплине «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке» состоит из двух частей:

- 1) теоретической, включающей два вопроса, на которой необходимо дать полный, развернутый ответ;
- 2) второй вопрос предполагает выполнение 30 тестовых заданий, одинаковых для каждого варианта.

При выполнении теоретической части следует иметь в виду, что изложение должно носить конспективный характер, быть систематизированным, иллюстрироваться схемами, рисунками и графиками.

При ответе на тестовые задания из предложенных вариантов необходимо выбрать один правильный ответ.

### **5.ПЛАН-ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ**

Работа над контрольной работой может быть представлена в виде выполнения следующих этапов:

№ п/п	Наименование этапа	Сроки выполнения
1	Получение задания	В соответствии с графиком учебного процесса
2	Первичная консультация с преподавателем	В соответствии с графиком учебного процесса
3	Работа с информационными источниками	В соответствии с графиком учебного процесса
4	Написание контрольной работы	В соответствии с графиком учебного процесса
5	Предоставление контрольной работы на кафедру	В соответствии с графиком учебного процесса
6	Защита контрольной работы	В соответствии с графиком учебного процесса

### **6.КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РАБОТЫ**

Проверка контрольной работы позволяет выявить насколько глубоко и полно студент усвоил соответствующие разделы или темы курса, имеются ли недоработки, пробелы в усвоении изучаемого материала.

Положительной оценкой работы является «зачтено». За работы, не удовлетворяющие предъявляемым требованиям, выставляется «незачтено».

Оценку «зачтено» выставляется работам, которые отвечают следующим требованиям:

- контрольная работа строго соответствует варианту, который определяется в соответствии с методическими указаниями;
- все вопросы задания раскрыты полно, четко и логически последовательно;
- общее количество тестовых вопросов, на которые дан верный ответ, составляет 5 и более;
- контрольная работа выполнена студентом самостоятельно;
- контрольная работа оформлена в соответствии с настоящими рекомендациями.
- при защите контрольной работы студент показал полное владение теоретическим материалом.

Соответственно, оценка «незачтено» выставляется работам в случае:

- контрольная работа не соответствует варианту, который определяется в соответствии с методическими указаниями;
- вопросы задания раскрыты не полностью, имеются неточности или устаревшая информация;
- общее количество вопросов, на которые дан верный ответ, составляет менее 14;
- контрольная работа не выполнена студентом самостоятельно;
- контрольная работа оформлена в нарушении настоящих рекомендаций;

- при защите контрольной работы студент не смог показать удовлетворительное владение теоретическим материалом.

### **7. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ РАБОТЫ**

Проверенная преподавателем контрольная работа допускается к защите.

Защита контрольной работы происходит во время практического занятия по дисциплине «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке».

Студент в течение 5 минут докладывает основные теоретические аспекты по выполненным заданиям. Отвечает на вопросы преподавателя, если это необходимо для уточнения ответа.

## **8. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи : Учеб. пособие. — Электрон. текст. дан. — М. : Логос, 2014. — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/39711>.
2. Русский язык для бакалавров и магистров. Орфография. Пунктуация. Часть 1 : учебно-методическое пособие / А. А. Голубева, Н. В. Медведева, О. В. Филина, Л. С. Фоминых ; под редакцией Н. В. Медведева. — Пермь : Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2016. — 228 с. — ISBN 978-5-85218-818-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/70651.html>
3. Русский язык и культура речи : Учебные издания для высшей школы / Под общ. ред. В.Д. Черняк. — М. : Юрайт, 2011.
4. Ладыженская Н.В. Обучение успешному общению. Речевые жанры. Книга для учителя / Под ред. Т.А. Ладыженской. — М.: «Ювента»; «Баласс», 2005. — 176 с.
5. Ханин М.И. Практикум по культуре речи, или как научиться красиво и убедительно говорить: учеб. пособие. — СПб.: «Паритет», 2002. — 192 с.
6. Греков, Крючков, Чешко. Сборник упражнений по русскому языку. -М, 2010.