

The cover features a futuristic cityscape with a prominent observation pod in the foreground. The pod is spherical with a glass front and a metallic frame, and it has a sign that says 'Ursula'. The background is a dense urban landscape with many skyscrapers. The top of the cover has a geometric design with overlapping triangles in shades of blue, purple, and teal. The title 'REVISTA INCLUSIONES' is written in large, white, bold, sans-serif capital letters across the middle of the cover.

REVISTA INCLUSIONES

HACIA UN FUTURO PROMETEDOR

Revista de Humanidades y Ciencias Sociales

Volumen 7 . Número Especial

Octubre / Diciembre

2020

ISSN 0719-4706

CUERPO DIRECTIVO

Director

Dr. Juan Guillermo Mansilla Sepúlveda
Universidad Católica de Temuco, Chile

Editor

OBU - CHILE

Editor Científico

Dr. Luiz Alberto David Araujo
Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo, Brasil

Editor Europa del Este

Dr. Aleksandar Ivanov Katrandzhiev
Universidad Suroeste "Neofit Rilski", Bulgaria

Cuerpo Asistente

Traductora: Inglés

Lic. Pauline Corthorn Escudero
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Portada

Lic. Graciela Pantigoso de Los Santos
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Carolina Aroca Toloza
Universidad de Chile, Chile

Dr. Jaime Bassa Mercado
Universidad de Valparaíso, Chile

Dra. Heloísa Bellotto
Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dra. Nidia Burgos
Universidad Nacional del Sur, Argentina

Mg. María Eugenia Campos
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Francisco José Francisco Carrera
Universidad de Valladolid, España

Mg. Keri González
Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

Dr. Pablo Guadarrama González
Universidad Central de Las Villas, Cuba

Mg. Amelia Herrera Lavanchy
Universidad de La Serena, Chile

Mg. Cecilia Jofré Muñoz
Universidad San Sebastián, Chile

Mg. Mario Lagomarsino Montoya
Universidad Adventista de Chile, Chile

Dr. Claudio Llanos Reyes
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Dr. Werner Mackenbach
Universidad de Potsdam, Alemania
Universidad de Costa Rica, Costa Rica

Mg. Rocío del Pilar Martínez Marín
Universidad de Santander, Colombia

Ph. D. Natalia Milanesio
Universidad de Houston, Estados Unidos

Dra. Patricia Virginia Moggia Münchmeyer
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Ph. D. Maritza Montero
Universidad Central de Venezuela, Venezuela

Dra. Eleonora Pencheva
Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Rosa María Regueiro Ferreira
Universidad de La Coruña, España

Mg. David Ruete Zúñiga
Universidad Nacional Andrés Bello, Chile

Dr. Andrés Saavedra Barahona
Universidad San Clemente de Ojrid de Sofía, Bulgaria

Dr. Efraín Sánchez Cabra
Academia Colombiana de Historia, Colombia

Dra. Mirka Seitz
Universidad del Salvador, Argentina

Ph. D. Stefan Todorov Kapralov
South West University, Bulgaria

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Comité Científico Internacional de Honor

Dr. Adolfo A. Abadía

Universidad ICESI, Colombia

Dr. Carlos Antonio Aguirre Rojas

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Martino Contu

Universidad de Sassari, Italia

Dr. Luiz Alberto David Araujo

Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil

Dra. Patricia Brogna

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Horacio Capel Sáez

Universidad de Barcelona, España

Dr. Javier Carreón Guillén

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Lancelot Cowie

Universidad West Indies, Trinidad y Tobago

Dra. Isabel Cruz Ovalle de Amenabar

Universidad de Los Andes, Chile

Dr. Rodolfo Cruz Vadillo

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Dr. Adolfo Omar Cueto

Universidad Nacional de Cuyo, Argentina

Dr. Miguel Ángel de Marco

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Emma de Ramón Acevedo

Universidad de Chile, Chile

Dr. Gerardo Echeita Sarrionandía

Universidad Autónoma de Madrid, España

Dr. Antonio Hermosa Andújar

Universidad de Sevilla, España

Dra. Patricia Galeana

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dra. Manuela Garau

Centro Studi Sea, Italia

Dr. Carlo Ginzburg Ginzburg

Scuola Normale Superiore di Pisa, Italia

Universidad de California Los Ángeles, Estados Unidos

Dr. Francisco Luis Girardo Gutiérrez

Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia

José Manuel González Freire

Universidad de Colima, México

Dra. Antonia Heredia Herrera

Universidad Internacional de Andalucía, España

Dr. Eduardo Gomes Onofre

Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

Dr. Miguel León-Portilla

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Miguel Ángel Mateo Saura

Instituto de Estudios Albacetenses "Don Juan Manuel", España

Dr. Carlos Tulio da Silva Medeiros

Diálogos em MERCOSUR, Brasil

+ Dr. Álvaro Márquez-Fernández

Universidad del Zulia, Venezuela

Dr. Oscar Ortega Arango

Universidad Autónoma de Yucatán, México

Dr. Antonio-Carlos Pereira Menaut

Universidad Santiago de Compostela, España

Dr. José Sergio Puig Espinosa

Dilemas Contemporáneos, México

Dra. Francesca Randazzo

Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras

Dra. Yolando Ricardo

Universidad de La Habana, Cuba

Dr. Manuel Alves da Rocha

Universidade Católica de Angola Angola

Mg. Arnaldo Rodríguez Espinoza

Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica

Dr. Miguel Rojas Mix

*Coordinador la Cumbre de Rectores Universidades
Estatales América Latina y el Caribe*

Dr. Luis Alberto Romero

CONICET / Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Maura de la Caridad Salabarría Roig

Dilemas Contemporáneos, México

Dr. Adalberto Santana Hernández

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Juan Antonio Seda

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dr. Saulo Cesar Paulino e Silva

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dr. Miguel Ángel Verdugo Alonso

Universidad de Salamanca, España

Dr. Josep Vives Rego

Universidad de Barcelona, España

Dr. Eugenio Raúl Zaffaroni

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Comité Científico Internacional

Mg. Paola Aceituno

Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile

Ph. D. María José Aguilar Idañez

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. Elian Araujo

Universidad de Mackenzie, Brasil

Mg. Romyana Atanasova Popova

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Ana Bénard da Costa

*Instituto Universitario de Lisboa, Portugal
Centro de Estudios Africanos, Portugal*

Dra. Alina Bestard Revilla

*Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el
Deporte, Cuba*

Dra. Noemí Brenta

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Ph. D. Juan R. Coca

Universidad de Valladolid, España

Dr. Antonio Colomer Vialdel

Universidad Politécnica de Valencia, España

Dr. Christian Daniel Cwik

Universidad de Colonia, Alemania

Dr. Eric de Léséulec

INS HEA, Francia

Dr. Andrés Di Masso Tarditti

Universidad de Barcelona, España

Ph. D. Mauricio Dimant

Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel

Dr. Jorge Enrique Elías Caro

Universidad de Magdalena, Colombia

Dra. Claudia Lorena Fonseca

Universidad Federal de Pelotas, Brasil

Dra. Ada Gallegos Ruiz Conejo

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Dra. Carmen González y González de Mesa

Universidad de Oviedo, España

Ph. D. Valentin Kitanov

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Mg. Luis Oporto Ordóñez

Universidad Mayor San Andrés, Bolivia

Dr. Patricio Quiroga

Universidad de Valparaíso, Chile

Dr. Gino Ríos Patio

Universidad de San Martín de Porres, Perú

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Arrechavaleta

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. Vivian Romeu

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

**REVISTA
INCLUSIONES** M.R.
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

Dra. María Laura Salinas
Universidad Nacional del Nordeste, Argentina

Dr. Stefano Santasilia
Universidad della Calabria, Italia

Mg. Silvia Laura Vargas López
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

**CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL**

Dra. Jaqueline Vassallo
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Evandro Viera Ouriques
Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil

Dra. María Luisa Zagalaz Sánchez
Universidad de Jaén, España

Dra. Maja Zawierzeniec
Universidad Wszechnica Polska, Polonia

Editorial Cuadernos de Sofía
Santiago – Chile
OBU – C HILE

Indización, Repositorios y Bases de Datos Académicas

Revista Inclusiones, se encuentra indizada en:





REX



UNIVERSITY OF SASKATCHEWAN



Universidad de Concepción



BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

**COMPETENCE-TARGETED LEARNING OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE WITHIN
THE COURSE “LANGUAGE OF THE PR SPECIALTY”¹**

Ph. D. (C) Sergey Lazarev

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Russian Federation
<https://orcid.org/0000-0003-1695-2455>
lazarevsergey5@mail.ru

Ph. D. Galina Asonova

Plekhanov Russian University of Economics, Russian Federation
<https://orcid.org/0000-0002-2456-5503>
asonovagalina@bk.ru

Ph. D. (C) Tatyana Buyskikh

Plekhanov Russian University of Economics, Russian Federation
<https://orcid.org/0000-0003-2367-7172>
tatyanaBuyskikh@mail.ru

Fecha de Recepción: 16 de agosto de 2020 – **Fecha Revisión:** 21 de agosto de 2020
Fecha de Aceptación: 25 de septiembre 2020 – **Fecha de Publicación:** 01 de octubre de 2020

Abstract

The article makes up the case for the competence-targeted learning in the system of language training for international students majoring in PR. Language acquisition for special purposes is a difficult task facing non-native learners. It is possible to achieve high results only in the case of gradual, student-centered learning.

Keywords

Competence-targeted learning – Russian as a foreign language – Language for PR

Para Citar este Artículo:

Lazarev, Sergey; Galina Asonova y Ttyana Buyskikh. Competence-targeted learning of russian as a foreign language within the course “language of the PR specialty”. Revista Inclusiones Vol: 7 num Especial (2020): 180-189.

Licencia Creative Commons Attribution Non-Comercial 3.0 Unported
(CC BY-NC 3.0)

Licencia Internacional



¹ The publication has been with the support of the “RUDN University Program 5-100”.

Introduction

The system of Russian education is in the process of reforming associated with the persistent problem of learning technology upgrading. The system of higher professional education was no exception therein, the main feature of which is competence-oriented education. In order for training to be effective, the content, methods of training and the goals facing future specialists have to be clearly defined.

Competence-oriented teaching of Russian as a foreign language is the formation of language strategies related to the satisfaction of communicative needs in social, daily, pedagogical and other types of activities.

Competence-targeted learning acquires particular importance when teaching the language for special purposes to non-native speakers.

Development

Communicative Competence and Professional Competence in Relation to the Aspect of Competence-Targeted Learning Russian as a foreign language

The most important task of a Russianist is the formation of communicative competence. However, in the methodology of teaching Russian as a foreign language, there is no clear structure and firm understanding of communicative competence. In the traditions of the Russian methodological school, competence and competency are very often considered to be synonymous. In this work, competence is understood as “the general ability and readiness of a person for the activity based on knowledge and experience acquired through training and focused on the individual’s independent participation in the educational and cognitive process, as well as aimed at successful inclusion in labor activity”², and communicative competence is understood as the psychological characteristics of a person as an individual, which manifests itself in his/her communication with people, or “the ability to establish and maintain the necessary contact with people”³. Communicative competence is the most important characteristic of a person. The success of mastering professional competence, carried out in the process of training, depends on the level of formation of communicative competence.

American linguist N. Chomsky was the first who spoke about the language competence. In his judgement linguistic competence is associated with understanding, and speaking with implementation of linguistic competence. The formation of communicative competence is possible in the process of conscious assimilation of the system of language. Based on the admission of this fact, language teaching should be based on the study of the structure of language, its linguistic, stylistic norms and functional styles. Linguistic competence embraces knowledge that is inherent in the speaker-listener. D.I. Izarenkov understands language competence as practical knowledge of the language system, and linguistic competence as the theory in the field of linguistics⁴.

² A. N. Shchukin, Competence or Expertise. Methodologist’s View on the Actual Problem of Linguodidactics. Russian Language Abroad. 2008.

³ L. V. Adonina; S. V. Lazarev; V. E. Matveyenko: O. S. Fisenko y N. V. Chernova, In the World of PR. A Textbook for International Students Studying in the Specialty “Public Relations” (Moscow: Pero, 2017).

⁴ D. I. Izarenkov, “Basic Components of Communicative Competence and Their Formation at the Advanced Grade Level of Non-Philological Students”, Russian Language Abroad, Issue 4 (1990).

The source of learner-centered professional training is the progressive development of the individual. In the process of professionalizing, professionally important personal qualities are being formed. These qualities help to achieve high results. Personality-centered vocational education is aimed at developing the very personality in the process of training and upbringing.

Methodological Aspects of Competence-Targeted Teaching of Russian as a Foreign Language within the Course “Language for PR” through the Example of the Lesson “Goods in Marketing” Presented in the Manual *In the World of PR* (Adonina L. V., Lazarev S. V., Matveyenko V. E., Fisenko O. S., Chernova N. V.)

The proposed system of exercises provides an example of the implementation of a communication-oriented approach to teaching in a classroom. The system of exercises is aimed at professional socialization of international students, as well as the development of their individuality and self-realization.

Communication-oriented learning provides the level of language training of foreign students in accordance with the needs of society, which corresponds not only to the individual’s need to integrate into the world community, but also to the need to use personal resources of students and their personal potential.

Each of the presented tasks is based on identifying the components of the content of training, which can be implemented through a system of problem-based tasks. All tasks are arranged in order of increasing complexity. Concrete situations are analyzed if a difficulty occurs in completing any task.

Thus, mastering professional communication skills and abilities is carried out step-by-step. If at the preparatory level the task is to form the ability to build exercises in a given form, then at the second stage the ability to hold one’s position is formed. The third stage is to improve the skills and abilities of the first and second stages.

Let us exemplify the case studies of the material.

GOODS IN MARKETING / ТОВАРЫ В МАРКЕТИНГЕ

Preparation for reading the text

Task 1. Read the words, memorize their meaning, compatibility and usage.

Прочитайте слова, запомните их значение, сочетаемость и употребление.

Удовлетворять/удовлетворить кого-что? (потребности населения) – исполнить чьи-либо требования, желания

Привлекать/привлечь кого-что? (внимание покупателей) – вызвать интерес, побудить обратить внимание на что-либо

Приобретать/приобрести что? (машину, дом) – получить что-нибудь, купить, стать собственником, владельцем чего-нибудь

Приобретение чего? (машины, товаров, дома)

Творить что? – создавать что-либо новое

Творчество – создание новых культурных или материальных ценностей

Творческий

Повседневный – необходимый каждый день, обычный

Товары повседневного спроса

Вспомогательный – дополнительный, способный оказать дополнительную помощь

Вспомогательные товары, материалы

Импульс – интеллектуальный или эмоциональный толчок, желание к чему-либо

Экстренный – срочный, спешный

Экстренная помощь

Предварительный – осуществляемый или бывающий перед чем-либо, предшествующий чему-нибудь

Предварительная подготовка; товары предварительного спроса

Task 2. Derive adjectives from nouns by means of the suffixes -ов/ев, -ск; -н.

Образуйте прилагательные от существительных с помощью суффиксов -ов/ев, -ск; -н.

а) труд –	б) потребитель –
дело –	читатель –
биржа –	партнер –
финансы –	университет –
ключ –	спонсор –
маркетинг –	представитель –
быт –	коммерция –

в) культура –
природа –
учеба –
капитал –
кредит –

Task 3. Read the phrases. Explain your understanding of the following expressions.

Прочитайте словосочетания. Объясните, как вы понимаете следующие выражения.

Потребительский спрос, понятие «товара» расширяется, традиционные товары, биржевые товары, промышленные товары, потребительские товары, товары повседневного спроса, товары экстренного приобретения, товары предварительного выбора.

Task 4. Indicate the parts the following compound words consist of.

Укажите, из каких частей состоят следующие сложные слова.

Взаимодействие, взаимовыгодный, энергоноситель, здравоохранение, многочисленный, высокоразвитый, равноправие, повседневный.

Task 5. Find a common root in the following words:

Найдите общий корень в следующих словах:

- 1). Творить, творчество, творец, сотворить, творящий.
- 2). Включить, отключить, выключать, включение, подключение, включатель, выключенный.
- 3). Широкий, ширина, расширять, расширение, расширенный.
- 4). Помогать, помощь, помощник, мочь, мощный, вспомогательный.

5). Знак, значение, назначенный, предназначать, предназначение, предназначенный.

ПОНЯТИЕ ТОВАРА В МАРКЕТИНГЕ. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ КЛАССИФИКАЦИИ ТОВАРОВ

Маркетинговые исследования рынка и потребительского спроса направлены на получение более ясного ответа на вопрос: какие именно товары следует производить, чтобы полнее удовлетворять потребности рынка?

Необходимо понять, что такое товар и какие его определения существуют в настоящее время. При этом надо сказать, что понятие «товара» постоянно расширяется. Еще со времен классической экономики товар понимался как продукт труда, предназначенный для обмена. Можно сказать, что товар – это все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. В это понятие включаются физические объекты, услуги, лица, места, организации и идеи.

В число товаров входят все более разнообразные результаты трудовой деятельности людей, включая не только продукты в материальной форме, но и плоды интеллектуальной творческой деятельности в виде научно-технической документации, научных публикаций, произведений литературы и искусства. Свойства товаров приобрели такие объекты купли-продажи, как земля, вода, полезные ископаемые, дикие животные и растения.

В этих условиях очень важно иметь представление о классификации товаров. Все товары делятся на три большие группы, каждая из которых состоит из более мелких подгрупп. Самые большие группы стали называться – традиционные товары, услуги и нетрадиционные товары. Традиционные товары включают в себя биржевые, промышленные и потребительские товары.

Биржевые товары – это относительно небольшая, но важная группа товаров, играющих большую роль в мировой экономике. Эту группу образуют:

- энергоносители (нефть, газ, уголь);
- продовольствие (пшеница, сахар, кофе, рис, кукуруза, соль);
- стратегические товары (золото, уран, платина, никель);
- металлы (медь, алюминий, серебро, сталь).

Промышленные товары включают в себя:

- материалы (сырье, полуфабрикаты, детали);
- капитальные товары (здания, сооружения, оборудование);
- вспомогательные товары (инструменты, масла, материалы для технического обслуживания и т.п.).

Потребительские товары подразделяют на шесть подгрупп:

- товары повседневного спроса (продукты питания, сигареты, проездные билеты, газеты);
- товары импульсной покупки (книги, журналы, сладости, спиртное);
- товары экстренного приобретения (лекарства, зонты, пакеты);
- товары предварительного выбора (мебель, одежда, бытовая техника);
- товары особого спроса (меха, автомобили, видеокамеры, банкеты, круизы);

– товары пассивного спроса (страховки, приспособления для бытовых приборов, учебная литература).

К бытовым услугам относятся следующие подгруппы: питание (столовая, кафе, бар, ресторан, банкет); жилье (строительство, ремонт); обслуживание (стирка, уборка, ремонт); отдых (билеты, путевки, кино, театр, дискотека).

Технические (обслуживание и ремонт оборудования, ремонт помещений), интеллектуальные (юридические, бухгалтерские, аудиторские, рекламные, маркетинговые, управленческие.); финансовые (кредитование, страхование, пенсионное обеспечение, управление капиталом) услуги составляют *сферу деловых услуг*.

К социальным услугам относятся:

- образование (школа, колледж, курсы, высшее учебное заведение);
- здравоохранение (поликлиника, стоматологический кабинет, косметический салон, больница, консультация);
- безопасность (охрана, расследования, правовая защита);
- культурное развитие (экскурсии, музеи, клубы).

В последнее время маркетинговые подходы стали находить применение в отношении *лиц, мест и идей*. Многим известны маркетинговые акции в отношении артистов, спортсменов, политиков, особенно в период предвыборной кампании. Маркетинг мест начинает применяться, когда речь идет о привлечении туристов в различные города и регионы путем пропагандирования достопримечательностей культурного, природного и оздоровительного характера.

Состав предметов, явлений

целое – части

Что состоит из чего
Что включает в себя что
Что делится на что

части – целое

Что составляет что
Что относится к чему
Что входит в состав чего
Что образует что
Что является составной частью чего

Task 6. Complete these sentences. Put the words in brackets in the required case. In sentences, specify elements for the whole and elements for the parts.

Закончите данные предложения. Слова в скобках поставьте в нужном падеже. В предложениях укажите элементы, обозначающие целое, и элементы, обозначающие части.

- 1). Управление корпоративным имиджем состоит ... (три элемента).
- 2). Такое управление включает в себя ... (планирование, организация и контроль).
- 3). Исследования эффективности ПР и рекламы делятся ... (четыре этапа).
- 4). Образ, репутация, известность, бренд относятся ... (нематериальные активы).
- 5). Презентации по памяти, презентации по плану, презентации с выработкой предложений входят в состав ... (общее понятие презентации).
- 6). Группа планирования, группа исследований, группа связей со СМИ образуют ... (ПР-отдел крупной корпорации).
- 7). Отличительные признаки компании, идеализация отдельных черт, знаковое отображение образа составляют ... (целостный имидж компании).

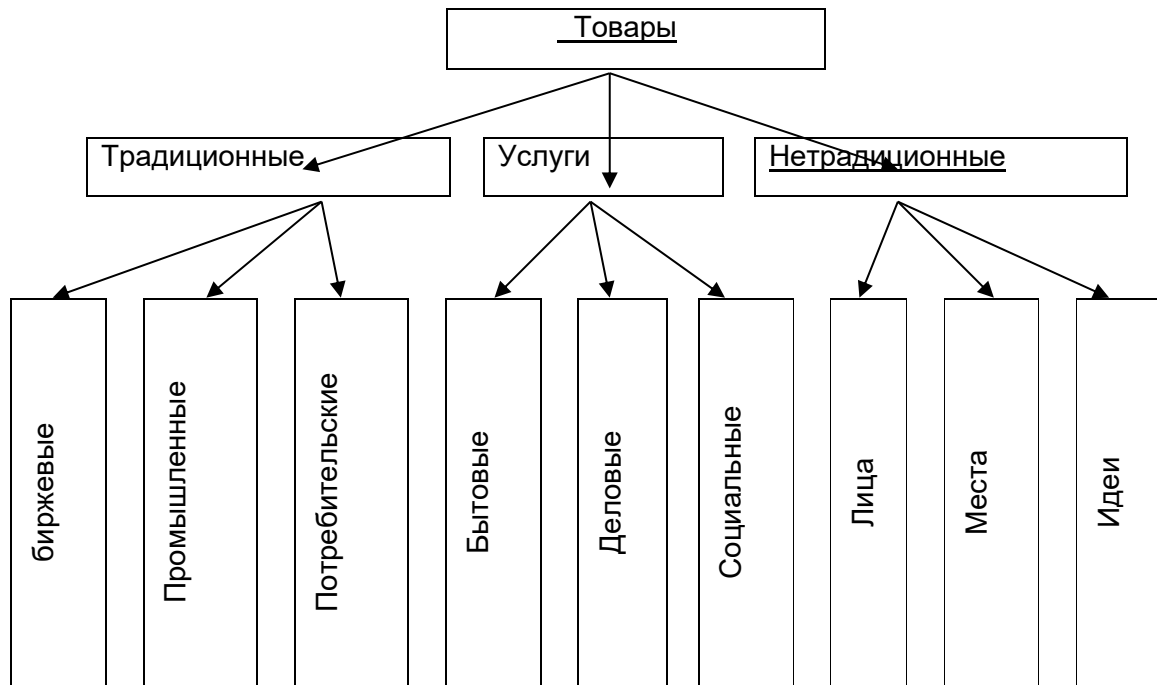
Task 7. *Based on the words in the left and right columns, form sentences using the grammar patterns table.*

На базе слов из левой и правой колонок составьте предложения, используя таблицу с грамматическими моделями.

Традиционные товары	Биржевые промышленные
Биржевые товары	потребительские товары
Промышленные товары	Энергоносители, продовольствие
Потребительские товары	металлы Материалы, капитальные товары вспомогательные товары; 6 групп; Продукты питания Сигареты
Группа товаров повседневного спроса	проездные билеты газеты
Группа социальных услуг	образование, здравоохранение безопасность, культурное развитие

Task 8. *Survey the table. Using the table and learned verb patterns, tell about the classification of goods.*

Изучите таблицу. Пользуясь таблицей и выученными глагольными моделями, расскажите о классификации товаров.



Task 9. Replace the words and phrases in italics with similar expressions from the text. *Замениите выделенные слова и словосочетания близкими по смыслу выражениями из текста.*

- 1). Понятие товара **становится все более широким**.
- 2). Товар предлагают рынку для того, чтобы на него **обратили внимание, купили, употребили** в реальной жизни.
- 3). В это понятие **входят** разные объекты.
- 4). К числу товаров относятся **результаты размышлений, исследований** в виде научных публикаций.
- 5). Свойства товара **получили** даже такие объекты, как земля, вода, воздух.
- 6). В этих условиях важно **знать** классификацию товаров.

Task 10. Answer the questions. *Ответьте на вопросы.*

- 1). На что направлены маркетинговые исследования рынка?
- 2). Что происходит сейчас с таким понятием, как «товар»?
- 3). Как понимался товар со времен классической экономики?
- 4). Каково современное понимание товара?
- 5). Что входит в число товаров в наши дни?
- 6). На какие 3 большие группы делятся все товары? Как называются эти группы?
- 7). Какие товары образуют группу биржевых товаров?
- 8). Какие товары включают в себя промышленные товары?
- 9). На какие группы делят потребительские товары?
- 10). Какие услуги относятся к социальным?

Task 11. *Form noun combinations from verbal word combinations.*

Образуйте именные сочетания от глагольных словосочетаний.

- Производить машины –
- Руководить компанией –
- Расширять понятие –
- Удовлетворять потребности –
- Привлечь внимание –
- Приобретать товары –
- Потреблять ресурсы –
- Делить товары на группы –

Task 12. *Divide the text into meaningful parts. Entitle each part. Make up a nominative plan of the text.*

Разделите текст на смысловые части. Дайте название каждой части. Составьте номинативный план текста.

Task 13. *Write theses of the text.*

Напишите тезисы текста.

Task 14. *Based on the plan and theses, tell us about the concept of goods and the classification of goods.*

На основе плана и тезисов расскажите о понятии товара и классификации товаров.

Conclusions

- 1) The task of Russia in the first quarter of the 20th century was to reform the system of higher education, apply innovation technologies, develop new methods and forms of education that would ensure readiness for effective professional activity. Competence-targeted learning aimed at increasing professional and communicative competencies play a special role in the modernization of education.
- 2) Competence directive teaching in the system of language learning in Russian universities is the implementation of the system of didactic measures aimed at the formation of a harmonious personality of foreigners mastering Russian as the language of their future specialty.
- 3) Competence-targeted learning is the implementation of a whole range of competencies through which cognitive, regulatory, developmental and evaluative functions are realized.

References

Adonina, L. V.; Lazarev, S. V.; Matveyenko V. E.; Fisenko O. S. y Chernova N. V. In the World of PR. A Textbook for International Students Studying in the Specialty “Public Relations”. Moscow: Pero. 2017.

Izarenkov, D. I. “Basic Components of Communicative Competence and Their Formation at the Advanced Grade Level of Non-Philological Students”. Russian Language Abroad, Issue 4 (1990).

Competence-targeted learning of russian as a foreign language within the course “language of the PR specialty” pág. 189

Shchukin, A. N. Competence or Expertise. Methodologist’s View on the Actual Problem of Linguodidactics. Russian Language Abroad. 2008.

**REVISTA
INCLUSIONES** M.R.
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

**CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL**

Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de **Revista Inclusiones**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista Inclusiones**.