

**ТЕМА «WERBUNG ALS MARKETINGINSTRUMENT»
В СПЕЦКУРСЕ «НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК
В СФЕРЕ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ»**

О.В. Сергей
МГПУ им. И.П. Шамякина (г. Мозырь)

Тема «Реклама» является одной из базовых в спецкурсе «Немецкий язык в сфере деловой коммуникации», т.к. реклама в современных условиях технического прогресса – это составная часть общественной жизни. Реклама является действенным инструментом манипулирования. Мы ежедневно имеем с ней дело, и, сами того не подозревая, становимся объектом рекламного манипулирования. Нам хочется приобрести рекламируемый товар, не задумываясь о том, хорош ли он на самом деле. Вышеперечисленные факты обусловили выбор темы открытого занятия на тему «Werbung als Marketinginstrument». Целью занятия явилась систематизация имеющихся у студентов теоретических знаний и практических навыков в области делового немецкого языка, сопутствующими задачами – развитие речевых умений аудирования, спонтанной и подготовленной монологической речи.

Структура занятия:

1. Повторение ключевых понятий в рамках изучаемой темы («**Brainstorming**»): *Was versteht man unter dem Begriff «Marketing»? Worum geht es beim Marketing vor allem? Welche vier Aktivitätsbereiche unterscheidet man im Marketing? Wozu benötigt man die Kommunikationspolitik? Ist Werbung also ein Teil des Marketings? Wie kann man den Begriff «Werbung» definieren?*

2. Анализ исторического развития рекламы (**Meilensteine in der Geschichte der Werbung**). *Psychoanalyse Freuds, Entwicklung des Handels, Offset-Druckverfahren, Erfindung der Litfaßsäule, Erfindung des Buchdrucks, Erfindung neuer Werbeträger – Radio und Fernseher, die letzte Stufe in der weiter vor sich hingehenden Entwicklung- Information Highway, Gründung der ersten Werbeagentur (USA).*

3. Дифференцировочное упражнение: *Die Wörter im folgenden Kasten enthalten fünf Oberbegriffe. Schreibt sie heraus und ordnet die restlichen Wörter passend zu.*

4. Трансформационное упражнение: *Korrigiert und nennt bitte die richtige Reihenfolge jeder Werbeplanung (Werbeanalyse → Kontrolle der Werbewirkung → Bestimmung der Werbemittel → Mediaselektion/zeitlicher Einsatz der Werbung → Ableitung der Werbeziele → Definition der Zielpersonen → Formulierung und Gestaltung der Werbebotschaft → Bestimmung des Werbebudgets).*

5. После введения новой информации «*Die fünf M's am Beginn jedes Werbeplanes*» (*Mission, Money, Message, Media, Measurement*) следует упражнение подстановочного характера, выполняемое в малых группах (*Füllt die Leerstellen des Textes sinngemäß aus. Verwendet dafür die folgenden Wörter und Wortverbindungen*), с использованием следующих слов и словосочетаний: *die Werbebotschaft, die Ziele der Werbung, externe Personen, vergleichende Werbung, das Werbebudget, erinnernde Werbung, rationale Werbebotschaft, Public Relations, emotionale Werbebotschaft, informierende Werbung, Gewinnmaximierung, Kommunikationspolitik, unternehmensinterne Personen, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung, Lieferanten, einstellungsändernde Werbung, Maßzahlen der Werbeerfolgskontrolle, Außenwerbung, elektronische Medien, Kunden, Investitionsgüter, Printmedien, die Wahl des Werbemediums als Entscheidungsproblem, Konsumgüter, Werbung.*

6. Работа с графическим текстом, направленная на заполнение смысловых пропусков и усвоение новой информации.

7. Прослушивание аудиотекста «*Die Macht des Klangs*» с опорой на аутентичный рекламный материал «*Habt ihr das gewusst????!!!*». На послетекстовом этапе студентам предлагается назвать три любых звука и описать чувства, испытываемые при их восприятии. Работа с тестом завершается анализом схемы «*AIDA-Modell*».

8. После просмотра двух рекламных видеороликов в форме ток-шоу проходит презентация проекта «*Голая правда*» о рекламе как инструменте маркетинга.

➤ Экономические отношения между Республикой Беларусь, Германией и другими немецкоязычными странами продолжают развиваться. В связи с этим изучение спецкурса «*Немецкий язык в сфере деловой коммуникации*» на факультетах иностранных языков, включающего в себя важнейшие темы экономики и бизнеса, сохраняет свою актуальность.