Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 08.09.2025 16:00:48
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Декан
_____ /А.В. Назаренко/
«27» февраля 2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Искусство презентации рекламных проектов»

Направление подготовки

42.03.01«Реклама и связи с общественностью»

Профиль

«Интегрированные бренд-коммуникации»

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2025 г.

Разработчик(и):

Должность, степень, звание
ст. преподаватель  /О. Е. Горлова/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»
к.э.н, доцент

 /Ю.О. Алтунина/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине ... 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы ... 4
3. Структура и содержание дисциплины ... 5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость ... 5
3.1.1 Очная форма обучения ... 5
3.1.2 Очно-заочная форма обучения ... 5
3.1.3 Заочная форма обучения ... 6
3.2 Тематический план изучения дисциплины ... 6
3.2.1 Очная форма обучения ... 6
3.2.2 Очно-заочная форма обучения ... 7
3.2.3 Заочная форма обучения ... 7
3.3 Содержание дисциплины ... 8
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий ... 9
3.4.1 Семинарские/практические занятия ... 9
3.4.2 Лабораторные занятия ... 10
3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) ... 10
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение ... 10
4.1 Нормативные документы и ГОСТы ... 10
4.2 Основная литература ... 10
4.3 Дополнительная литература ... 10
4.4 Электронные образовательные ресурсы ... 11
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение ... 11
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы ... 11
5. Материально-техническое обеспечение ... 11
6. Методические рекомендации ... 11
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения ... 11
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ... 13
7. Фонд оценочных средств ... 14
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения ... 14
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения ... 15
7.3 Оценочные средства ... 16
7.3.1 Текущий контроль (работа на практических занятиях) ... 16
7.3.2 Промежуточный контроль ... 18

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Искусство презентации рекламных проектов» – освоение обучающимися бакалавриата теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «Искусство презентации рекламных проектов»

- приобретение обучающимися знаний по основным элементам коммуникации, сфере применения навыков презентации рекламных проектов, отличительным чертам презентации рекламных проектов;
- приобретение обучающимися знаний по составу и целям презентации рекламных проектов, этапам подготовки сценария и плана презентации рекламных проектов, основным принципам наглядности и доступности;
- моделирования эмоционального состояния обучающихся, технологичной подготовки презентации рекламных проектов, подготовки демонстрационных материалов.
- дать теоретические знания норм бизнес-этикета, основных принципов общения, психологических, этических и риторических правил деловых коммуникаций;
- привить практические навыки в области делового общения;
- раскрыть структуру, виды, стратегию и тактику осуществления эффективных деловых коммуникаций;
- приобретение обучающимися знаний о роли приемов и навыков убеждающего речевого воздействия.

Обучение по дисциплине «Искусство презентации рекламных проектов» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Искусство презентации рекламных проектов» относится к части, формируемой участниками образовательного процесса Блока Б.1 «Дисциплины (модули)».

«Искусство презентации рекламных проектов» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими модулями ООП:

- Медиалогия;
- Проекты и проектная деятельность;
- Теория и практика коммуникаций;
- Вербальный контент.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1 Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			1	**-**
1	**Аудиторные занятия**	**32**	32	
	В том числе:			
1.1	Лекции	-	-	-
1.2	Семинарские/практические занятия	32	32-	
1.3	Лабораторные занятия	-	-	
2	**Самостоятельная работа**	**40**	40	-
	В том числе:			
2.1	Подготовка к практическим занятиям	30	30	
2.2	Тестирование	10	10	
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен		зачет	
	Итого	**72**	72	

3.1.2 Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			1	**-**
1	**Аудиторные занятия**	**14**	14	-
	В том числе:			
1.1	Лекции	-	-	-
1.2	Семинарские/практические занятия	14	14	-
1.3	Лабораторные занятия	-	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**58**	58	
	В том числе:			
2.1	Подготовка к практическим занятиям	48	48	
2.2	Тестирование	10	10	
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен			
	Итого	**72**	72	

3.1.3 Заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			1	-
1	**Аудиторные занятия**	**6**	6	
	В том числе:			
1.1	Лекции	-	-	-
1.2	Семинарские/практические занятия	6	6	-
1.3	Лабораторные занятия	-	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**66**	66	
	В том числе:			
2.1	Подготовка к практическим занятиям	56	56	
2.2	Тестирование	10	10	
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен		зачет	
	Итого	**72**	72	

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1 Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Раздел 1.						
1.1	Тема. 1. Презентация рекламных проектов, как одна из основных форм деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.			2			2
1.2	Тема 2. Целевая аудитория.			2			2
1.3	Тема 3. Разработка креативной концепции.			2			2
1.4	Тема 4. Логико-композиционное построение презентационной речи. .			2			2
1.5	Тема 5. Презентационные модели			2			2
1.6	Тема 6. Аргументация и убеждение.			2			3
1.7	Тема 7. Виды рассадки слушателей.			2			3
1.8	Тема 8. Голос – инструмент эффективной презентации.			2			3
1.9	Тема 9. Тренды в презентации.			2			3
1.10	Тема 10. Визуальная часть презентации – часть 1			2			3
1.11	Тема 11. Визуальная часть презентации – часть 2			4			3
1.12	Тема 12. Управление впечатлением.			2			3
1.13	Тема 13. Деловой этикет.			2			3

1.14	Тема 14. Фасцинация и аттракция как основные факторы эффективной деловой коммуникации.			2			3
1.15	Тема 15. Психологические приемы в публичных выступлениях. Заключительная часть презентации.			2			3
	Итого			**32**			**40**

3.2.2 Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Раздел 1.						
1.1	Тема. 1. Презентация рекламных проектов, как одна из основных форм деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.			0,5			
1.2	Тема 2. Целевая аудитория.			0,5			
1.3	Тема 3. Разработка креативной концепции.			1			
1.4	Тема 4. Логико-композиционное построение презентационной речи. .			1			
1.5	Тема 5. Презентационные модели			1			
1.6	Тема 6. Аргументация и убеждение.			1			
1.7	Тема 7. Виды рассадки слушателей.			1			
1.8	Тема 8. Голос – инструмент эффективной презентации.			1			
1.9	Тема 9. Тренды в презентации.			1			
1.10	Тема 10. Визуальная часть презентации – часть 1			1			
1.11	Тема 11. Визуальная часть презентации – часть 2			1			
1.12	Тема 12. Управление впечатлением.			1			
1.13	Тема 13. Деловой этикет.			1			
1.14	Тема 14. Фасцинация и аттракция как основные факторы эффективной деловой коммуникации.			1			
1.15	Тема 15. Психологические приемы в публичных выступлениях. Заключительная часть презентации.			1			
	Итого			**14**			

3.2.3 Заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час		
		Всего	Аудиторная работа	Самостоятельная работа

			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Раздел 1.						
1.1	Тема. 1. Презентация рекламных проектов, как одна из основных форм деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.			0,2			
1.2	Тема 2. Целевая аудитория.			0,2			
1.3	Тема 3. Разработка креативной концепции.			0,4			
1.4	Тема 4. Логико-композиционное построение презентационной речи. .			0,4			
1.5	Тема 5. Презентационные модели			0,4			
1.6	Тема 6. Аргументация и убеждение.			0,4			
1.7	Тема 7. Виды рассадки слушателей.			0,4			
1.8	Тема 8. Голос – инструмент эффективной презентации.			0,5			
1.9	Тема 9. Тренды в презентации.			0,5			
1.10	Тема 10. Визуальная часть презентации – часть 1			0,5			
1.11	Тема 11. Визуальная часть презентации – часть 2			0,5			
1.12	Тема 12. Управление впечатлением.			0,5			
1.13	Тема 13. Деловой этикет.			0,5			
1.14	Тема 14. Фасцинация и аттракция как основные факторы эффективной деловой коммуникации.			0,5			
1.15	Тема 15. Психологические приемы в публичных выступлениях. Заключительная часть презентации.			0,5			
Итого				**6**			

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. **Презентация рекламных проектов, как одна из основных форм деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.**

Определение презентации. Коммуникационный процесс. Смысл и назначение презентации. Цели и задачи презентации. Виды презентаций.

. Тема 2. **Целевая аудитория**. Определение презентации. Коммуникационный процесс. Смысл и назначение презентации. Цели и задачи презентации. Виды презентаций.

Тема 3. **Разработка креативной концепции.**

«Мыслительные схемы» Тони Бьюзэна..

Тема 4. **Логико-композиционное построение презентационной речи.** Структура презентации. Этапы создания презентации. Режимы донесения речи до слушателей..

Тема 5. **Презентационные модели**. Модель AIDA. Речевые стратегии.

Тема 6. **Аргументация и убеждение**. Основные методы аргументации и убеждения слушателей. Вербальные и невербальные средства общения. Классификация жестов, поза, осанка, зрительный контакт и мимика оратора.

Тема 7. **Виды рассадки слушателей**. Преимущества и недостатки размещения. Влияние размещения участников коммуникационного процесса на успех деловой презентации.

Тема 8. **Голос – инструмент эффективной презентации**. Вокальные характеристики речи. Воспитание речевой культуры. Основные физиологические компоненты вида речевой деятельности говорения. Орфоэпия.

Тема 9. **Тренды в презентации.** *Flat* design (плоский *дизайн*) — *современный* стиль графического *дизайна.* Он не приемлет выпуклостей, бликов, текстур и других атрибутов реализма, но задает тон разным элементам. Flat design давно покорил сердца дизайнеров и уверенно находится в моде и сегодня.

Тема 10. **Визуальная часть презентации – часть 1.** Слайды, как иллюстративная поддержка презентации. Связь зрительного ряда и текста презентации.

Тема 11. **Визуальная часть презентации – часть 1.** Слайды, как иллюстративная поддержка презентации. Связь зрительного ряда и текста презентации.

Тема 12. **Управление впечатлением.** Имидж как средство деловой коммуникации. Ключевые компоненты персонального бренда. Этапы построения персонального бренда. Выбор образа, социально-психологической роли и стиля поведения выступающего, формирование речевого портрета.

Тема 13. **Деловой этикет**. Требования к внешнему виду. Дресс-код. Стиль презентатора - особенности формирования.

Тема 14. **Фасцинация и аттракция как основные факторы эффективной деловой коммуникации**. Приёмы усиления эффекта выступления.

Тема 15. **Психологические приемы в публичных выступлениях**. **Заключительная часть презентации** Способы установления контакта, управления вниманием и эмоциональным состоянием аудитории. Психологические способы влияния. Определение возможных вопросов аудитории и подготовка ответов. Способы завершения контакта с аудиторией. Анализ ошибок после проведения презентации.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1 Семинарские/практические занятия

Тема 1. **Деловая презентация, как одна из основных форм делового общения**.

Тема 2. **Целевая аудитория**.

Тема 3. **Разработка креативной концепции.**

Тема 4. **Логико-композиционное построение презентационной речи.**

Тема 5. **Презентационные модели**.

Тема 6. **Аргументация и убеждение**.

Тема 7. **Виды рассадки слушателей**.

Тема 8. **Голос – инструмент эффективной презентации**.

Тема 9. **Тренды в презентации.**

Тема 10. **Визуальная часть презентации – часть 1.**

Тема 11. **Визуальная часть презентации – часть 1.**

Тема 12. **Управление впечатлением.**

Тема 13. **Деловой этикет**.

Тема 14. **Фасцинация и аттракция как основные факторы эффективной деловой коммуникации**.

Тема 15. **Психологические приемы в публичных выступлениях**. **Заключительная часть презентации**

3.4.2 Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) \ КонсультантПлюс - https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

2. "КонсультантПлюс" - законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты - https://www.consultant.ru/

3. ГАРАНТ - Законодательство (кодексы, законы, указы, постановления) РФ, аналитика, комментарии, практика.- https://www.garant.ru/ .

4.2 Основная литература

1) Вылегжанина, А.О. Деловые и научные презентации / А.О. Вылегжанина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 116 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446660 (дата обращения: 14.08.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-8698-0. – DOI 10.23681/446660. – Текст : электронный.

2) Тренинг публичных выступлений / Е.В. Камнева, Ж.В. Коробанова, М.В. Полевая и др. ; под ред. Е.В. Камневой, М.В. Полевой, Ж.В. Коробановой ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва : Прометей, 2017. – 205 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494878 (дата обращения: 14.08.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907003-88-0. – Текст : электронный.

4.3 Дополнительная литература

1) Катунин, Г.П. Создание мультимедийных презентаций / Г.П. Катунин ; Федеральное агентство связи, Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования «Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики». – Новосибирск : Сибирский государственный

университет телекоммуникаций и информатики, 2012. – 221 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=431524 (дата обращения: 14.08.2019). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
2) Емельянова, Е.А. Деловые коммуникации / Е.А. Емельянова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). – Томск : Эль Контент, 2014. – 122 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480463 (дата обращения: 14.08.2019). – Библиогр.: с. 100-103. – ISBN 978-5-4332-0185-9. – Текст : электронный.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=12721

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Microsoft Office 2007
3. KasperskyAnti-Virus

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Компьютерные информационно-правовые системы «Консультант» http://www.consultant.ru, «Гарант» http://www.garant.ru
- Официальный интернет-портал правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru
- Философский портал http://www.philosophy.ru
- Электронная библиотека по философии http://filosof.historic.ru
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php
- Библиотека русской религиозно-философской и художественной литературы «Вехи» http://www.vehi.net
- Электронная библиотека http://books.atheism.ru/philosophy/
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам Федеральный портал http://window.edu.ru
- Научная электронная библиотека http://www.elibrary.ru
- Российская государственная библиотека http://www.rsl.ru

5. Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Актовый зал. Аудитория для лиц с ОВЗ.
4. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования. Библиотека, читальный зал.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Практические занятия должны преследовать и цели образовательного и воспитательного характера, а именно:

- воспитание настойчивости в достижении конечной цели;

- воспитание дисциплины ума, аккуратности, добросовестного отношения к работе;

- воспитание критического отношения к своей деятельности, умения анализировать свою работу, искать оптимальный путь решения, находить свои ошибки и устранять их.

В учебном процессе предполагается использовать такие формы обучения студентов, которые должны опираться на творческое мышление студентов, в наибольшей степени активизировать познавательную деятельность, делать их соавторами новых идей, приучать их самостоятельно принимать оптимальные решения и способствовать их реализации.

Практические занятия проводятся в виде разработки и анализа конкретных проектов, анализа конкретных ситуаций и выработки решения.

Особенной формой практических занятий выступает разработка конкретных проектов, предусмотренных в рамках данного курса. В процессе работы над такими проектами наилучшим образом воспроизводится реальная профессиональная подготовка и деятельность студентов. Это достигается имитацией в образовательном процессе различных, динамично протекающих служебных, производственных и других профессиональных ситуаций, когда необходимо перевести в практическую плоскость теоретические знания, полученные в результате предварительного изучения смежных дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Методика проведения практических занятий зависит от изучаемой темы, рассматриваемого проекта или ситуации, и преподаватель выбирает наиболее удобную форму его проведения.

Преподаватель должен быть достаточно эмоционален в процессе всего процесса обучения, создавать обстановку сотрудничества и конкуренции одновременно, обеспечивать соблюдение личностных прав студентов, а также дисциплины на аудиторных занятиях, при необходимости проводить беседы о культуре поведения. При проведении практических занятий необходимо придерживаться определённых принципов:

– партнерства, сотрудничества со студентами;

– смещения роли преподавателя с трансляции знаний к организации процесса их добывания;

– впитывания достижений педагогической науки, опыта, накопленного коллегами;

– творчества;

– прагматизма, планирование результатов обучения с точки зрения формирования у студентов навыков анализа и выработки моделей поведения.

В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с другими функциями выполняет функцию организатора научно-поисковой работы студентов, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении практических занятий по дисциплине «Искусство презентации рекламных проектов».

Необходимо формировать и развивать у студентов компетенции коммуникационных отношений в условиях профессиональной (реклама и связи с общественностью) деятельности, обращая внимание на самостоятельное проведение исследований, анализ полученных данных и формирование устойчивых навыков проведения как научно – исследовательских, так и проектных работ, что будет способствовать успешности их профессиональной деятельности в будущем.

Современный студент должен уметь эффективно применять технологии и инструменты ИИ, используемые для поиска информации, выбора и применения данных, генерации идей и объектов, создаваемых ИИ, но при этом *соответствовать кодексу этики в сфере ИИ и авторского права*, критически оценивать полученные результаты, проверять достоверность источников и адаптировать материал под конкретные учебные задачи. Преподаватель формирует у обучающегося следующие навыки: выбора систем ИИ по назначению и для предметной области, определяемой учебной дисциплиной с учетом жизненного цикла систем ИИ, на основе принципа максимизации пользы человеку; добровольное и добросовестное информирование о применении ИИ, навык маркировки применения ИИ; соблюдения положения законодательства, регулирующего использование ИИ; ответственности через осознание универсальной личной обязанности этического использования систем ИИ, влекущего последствия применения ИИ; поиск лучших практик применения ИИ в предметной области, формируемой учебной дисциплиной, коллаборацией вузов и индустриальными партнерами; понимания набора данных, алгоритмов и методов обработки данных, применяемые для группирования, классификации, типизации и определения факторов; осмысленной работы с искусственным интеллектом, избегая бездумного копирования готовых решений прикладных задач

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по освоению дисциплины.

Проведение практических занятий по дисциплине «Искусство презентации рекламных проектов» осуществляется в следующих формах:

- опрос по материалам, рассмотренным на практических занятиях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.
- Выполнение практических заданий

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в п.7 рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по

дисциплине «Искусство презентации рекламных проектов». Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в настоящей рабочей программе.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Искусство презентации рекламных проектов» проходит в форме зачета по результатам выполненных заданий и вопросам. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Искусство презентации рекламных проектов» и критерии оценки ответа обучающегося на зачете для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в настоящей рабочей программе.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**	**Методы контроля**	**Этапы формирования (разделы дисциплины)**
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения	Промежуточный контроль: Текущий контроль: опрос на практических занятиях; выполнение практических заданий	Темы 1-15
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции	Промежуточный контроль: Текущий контроль: опрос на практических занятиях; выполнение практических заданий	Темы 1-15
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям	Промежуточный контроль: Текущий контроль: опрос на практических занятиях; выполнение практических заданий	Темы 1-15

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Критерии оценки ответа на зачете

«5» (отлично): обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

«4» (хорошо): обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

«3» (удовлетворительно): обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

Уровень сформированности компетенции	Оценка	Пояснение

Высокий	«5» (отлично)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«4» (хорошо)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетвори-тельный	«3» (удовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетвори-тельный	«2» (неудовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Текущий контроль (работа на практических занятиях)

Вопросы к темам

Тема 1

1. Определение презентации. Коммуникационный процесс. Смысл и назначение презентации
2. Цели презентации
3. Виды презентаций.

Тема 2

1. Анализ целевой аудитории
2. Выделение аудитории по географическому признаку.
3. - Социально-демографические признаки.
4. - Психологические особенности.
5. Поведенческие.

Тема 3

1. «Мыслительные схемы» Тони Бузана.
2. Правила построения интеллектуальных карт
3. Примеры интеллект-карт

Тема 4

1. Этапы создания презентации. Структура презентации.
2. Вступление — Основная часть — Заключение
3. Режимы донесения речи до слушателей

Тема 5

1. Модель AIDA.

2. Презентационные модели (речевые стратегии)
3. Речевые стратегии

Тема 6

1. Основные методы аргументации и убеждения слушателей.
2. Вербальные и невербальные средства общения.
3. Классификация жестов, поза, осанка,

зрительный контакт и мимика оратора.

Тема 7

1. Влияние размещения участников коммуникационного процесса

на успех деловой презентации.

2. Виды рассадки слушателей. Преимущества и недостатки размещения.

Тема 8

1. Голос – инструмент эффективной презентации.
2. Основные физиологические компоненты вида речевой деятельности говорения.

Тема 9

1. Основные тенденции дизайна
2. Проектирование пользовательского интерфейса
3. Дизайн пользовательского интерфейса
4. Тематические иллюстрации
5. Печатные иллюстрации
6. Брендинг
7. Принципы flat дизайна
8. Flat дизайн в слайдах
9. Слайды, как иллюстративная поддержка презентации.

Тема 10

1. Композиция в слайдах.
2. Фокусные точки
3. Визуальный баланс
4. Ритм, статика, динамика
5. Ресурсы для визуализации
6. Дизайн слайдов. Цвет.
7. Мудборды

Тема 11

1. Эмоциональные капсулы
2. Шрифт. Акцент на типографике.
3. Визуальные элементы.
4. Визуальная иерархия
5. Форма

Тема 12

1. Определение понятия "управление впечатлением". Ключевые компоненты персонального бренда. Личный имидж.
2. Выбор образа, социально-психологической роли и стиля поведения выступающего, формирование речевого портрета.

Тема 13

1. Деловой этикет. Требования к внешнему виду. Дресс-код

Тема 14

1. Аттракция

2. Фасцинация

Тема 15

1. Способы установления контакта, управления вниманием и эмоциональным остоянием аудитории
2. Психологические способы влияния.
3. Определение возможных вопросов аудитории и подготовка ответов.
4. Способы завершения контакта с аудиторией.

7.3.2 Промежуточный контроль

Вопросы к зачету

1. Презентация – как форма делового общения
2. Подготовка и проведение успешной презентации
3. Подготовка помещения/площадки для проведения презентационных мероприятий.
4. Виды презентационной речи. Структура презентационной речи.
5. Выразительность и образность презентационной речи.
6. Убеждение в презентации.
7. Интерактивность в презентационных мероприятиях
8. Особенности восприятия информации через вербальные и невербальные коммуникации.
9. Имидж как средство делового общения
10. Индивидуальные особенности коммуникатора и стратегии формирования целостного образа.
11. Использование наглядных пособий в презентационных мероприятиях.
12. Управление впечатлением.
13. Невербальная коммуникация. Зрительный контакт. Функции невербальной коммуникации. Язык жестов. Трактовка взглядов, мимики, жестов.
14. Умение эффективно взаимодействовать с собеседником: слушать, понимать, общаться.
15. Деловой этикет, как экономическая категория.
16. Основные ошибки презентатора.
17. Какова роль невербальных средств в передаче информации?
18. Каковы условия для эффективных деловых коммуникаций?
19. Внутренний мир человека и его внешние проявления. Признаки уверенного и неуверенного поведения.
20. Почему происходит рассогласование между вербальной и невербальной системами?
21. Дайте определение понятиям «фасцинация» и «аттракция»
22. Деловая презентация, как частный случай публичного выступления.
23. Виды презентации. Смысл и назначение презентации. Понятие презентации в жизни и бизнесе.
24. Реализация задач презентации. Цели презентации.
25. Целевая аудитория, анализ. Навыки презентатора
26. Структура презентации. Модель AIDA. Речевые стратегии.
27. Логико-композиционное построение презентационной речи. Приемы и способы изложения материала.
28. Технологии подготовки к презентации. Подготовка сценария и визуальной составляющей презентации. Продолжительность презентации.

29. Размещение участников коммуникационного процесса. Место и условия проведения презентации.
30. Разработка креативной концепции. Интеллект карты, или ментальные карты (mind-maps).
31. Аргументация в презентации. Убеждение: аргументация и внушение.
32. Визуальная часть презентации. Слайды, как иллюстративная поддержка презентации.
33. Дизайн слайдов, как инструмент коммуникации.
34. Интерактивность в презентации.
35. Формирование имиджа презентатора. Взаимосвязь типа презентации и стиля презентатора.
36. Эффективное взаимодействие со слушателями. Влияние в процессе презентации.
37. Основные психологические приемы. Подстройка. Прессупозиция. «Вовлечение». Ловушки и манипуляции. Противодействия ловушкам и манипуляциям. Коррекция эмоционального состояния оппонента.
38. Голос – инструмент эффективной презентации. Воспитание речевой культуры.
39. Этикетные требования к проведению презентации.
40. Деловой этикет – как инструментарий, повышающий эффективность общения.
41. Основные ошибки оратора. Анализ проведенной презентации
42. Требования этикета к деловой одежде мужчин и женщин
43. Что такое имидж делового человека? Составляющие имиджа. Подходы к имиджу.
44. Особенности мультимедийных презентаций
45. Требования к современным форматам мультимедийных презентаций