

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Максимов Алексей Борисович

Должность: директор департамента по образовательной политике

Дата подписания: 04.09.2025 10:51:17

Уникальный программный ключ:

8db180d1a3f02ac9e60521a5672742755c18b1d6

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

**«Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа»**

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 .....                                                       | 5  |
| 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.....           | 12 |
| 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 .....                             | 16 |
| 7.3   | Оценочные средства.....                                                            | 17 |
| 7.3.1 | Текущий контроль (работа на практических занятиях).....                            | 17 |
| 7.3.2 | Промежуточный контроль .....                                                       | 19 |

## 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<br>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

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

##### 3.1.2 Очно-заочная форма обучения

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

##### 3.1.3 Заочная форма обучения

| №<br>п/п | Вид учебной работы | Количество<br>часов | Семестры |   |
|----------|--------------------|---------------------|----------|---|
|          |                    |                     | 1        | - |

|          |                                    |           |       |   |
|----------|------------------------------------|-----------|-------|---|
| <b>1</b> | <b>Аудиторные занятия</b>          | <b>6</b>  | 6     |   |
|          | В том числе:                       |           |       |   |
| 1.1      | Лекции                             | -         | -     | - |
| 1.2      | Семинарские/практические занятия   | 6         | 6     | - |
| 1.3      | Лабораторные занятия               | -         | -     | - |
| <b>2</b> | <b>Самостоятельная работа</b>      | <b>66</b> | 66    |   |
|          | В том числе:                       |           |       |   |
| 2.1      | Подготовка к практическим занятиям | 56        | 56    |   |
| 2.2      | Тестирование                       | 10        | 10    |   |
|          |                                    |           |       |   |
| <b>3</b> | <b>Промежуточная аттестация</b>    |           |       |   |
|          | Зачет/диф.зачет/экзамен            |           | зачет |   |
|          | <b>Итого</b>                       | <b>72</b> | 72    |   |

### 3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

#### 3.2.1 Очная форма обучения

| №<br>п/п | Разделы/темы<br>дисциплины                                                                                                   | Трудоемкость, час |                   |                                         |                         |                            |                           |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-----------------------------------------|-------------------------|----------------------------|---------------------------|
|          |                                                                                                                              | Всего             | Аудиторная работа |                                         |                         |                            | Самостоятельная<br>работа |
|          |                                                                                                                              |                   | Лекции            | Семинарские/<br>практические<br>занятия | Лабораторные<br>занятия | Практическая<br>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.<br>Заключительная часть презентации. |  |  | 2         |  |  | 3         |
| <b>Итого</b> |                                                                                                |  |  | <b>32</b> |  |  | <b>40</b> |

### 3.2.2 Очно-заочная форма обучения

| №<br>п/п     | Разделы/темы<br>дисциплины                                                                                                    | Трудоемкость, час |                   |                                         |                         |                            |                           |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-----------------------------------------|-------------------------|----------------------------|---------------------------|
|              |                                                                                                                               | Всего             | Аудиторная работа |                                         |                         |                            | Самостоятельная<br>работа |
|              |                                                                                                                               |                   | Лекции            | Семинарские/<br>практические<br>занятия | Лабораторные<br>занятия | Практическая<br>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.<br>Заключительная часть презентации.                                |                   |                   | 1                                       |                         |                            |                           |
| <b>Итого</b> |                                                                                                                               |                   |                   | <b>14</b>                               |                         |                            |                           |

### 3.2.3 Заочная форма обучения

| №<br>п/п | Разделы/темы<br>дисциплины | Трудоемкость, час |                   |                        |
|----------|----------------------------|-------------------|-------------------|------------------------|
|          |                            | Всего             | Аудиторная работа | Самостоятельная работа |

|              |                                                                                                                              |  | Лекции | Семинарские/<br>практические<br>занятия | Лабораторные<br>занятия | Практическая<br>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 раскладки 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.<br>Заключительная часть презентации.                               |  |        | 0,5                                     |                         |                            |  |
| <b>Итого</b> |                                                                                                                              |  |        | <b>6</b>                                |                         |                            |  |

### 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 покорила 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 раскладки 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/](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:<br>Текущий контроль:<br>опрос на практических занятиях;<br>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:<br>Текущий контроль:<br>опрос на практических занятиях;<br>выполнение практических заданий | Темы 1-15                               |
| ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных                                                                                                | ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия                                                                      | Промежуточный контроль:<br>Текущий контроль:                                                                       | Темы 1-15                               |

|                                  |                                                                                       |                                                                 |  |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--|
| кампаний, проектов и мероприятий | ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям | опрос на практических занятиях; выполнение практических заданий |  |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--|

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