

УТВЕРЖДАЮ  
 Проректор по учебной работе, доцент

\_\_\_\_\_ Н.И. Севрюгина

25.12.2023

## Б1.В.ДЭ.03.01

# Техника презентаций

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**

Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены 5
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	44	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0	
часов на контроль	34,7	

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3	0,3	0,3	0,3
Консультации перед экзаменом	1	1	1	1
В том числе в форме практ.подготовки	8		8	
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	65,3	65,3	65,3	65,3
Сам. работа	44	44	44	44
Часы на контроль	34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

*канд. филол. наук, доцент, Немец Г.Н.*

Рецензент(ы):

*канд. филол. наук, доцент, Никулин И.О.*

Рабочая программа дисциплины

**Техника презентаций**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 25.12.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Кафедра рекламы и дизайна**

Протокол от 19.12.2023 г. № 5

Зав. кафедрой Малиш Марьяна Адамовна

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол № 4 от 25.12.2023.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цель дисциплины "Техника презентаций" состоит в том, чтобы ознакомить студентов с основными принципами, техниками и навыками создания и проведения эффективных презентаций, а также развить их коммуникативные и презентационные навыки.
-----	--

Задачи: Задачи дисциплины "Техника презентаций" могут включать:

1. Изучение основных теоретических аспектов успешных презентаций, включая структуру, содержание и логику презентации.
2. Освоение базовых техник публичного выступления, включая голос, жесты, мимику и контакт с аудиторией.
3. Развитие навыков визуального оформления слайдов и использования графических средств для эффективного представления информации.
4. Ознакомление студентов с методами и приемами привлечения внимания аудитории и поддержания интереса во время презентации.
5. Проведение практических упражнений и тренировок, направленных на улучшение навыков самоуверенности, уверенной речи и управления стрессом во время презентации.
6. Обучение студентов методам адаптации презентации под различные типы аудитории.
7. Анализ и оценка успешных примеров презентаций, проведенных в различных сферах деятельности.
8. Предоставление возможности студентам для практической демонстрации своих навыков в проведении презентаций.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации
2.1.2	Русский язык и культура речи
2.1.3	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Коммуникационный менеджмент
2.2.2	Психология рекламы и связей с общественностью
2.2.3	Психология медиакоммуникаций

### 3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения

**ПК-4: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций**

**ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде**

<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знать принципы использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Уровень 2	Хорошо знать принципы использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Уровень 3	Отлично знать принципы использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде

<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде уметь использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Уровень 2	Хорошо уметь использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Уровень 3	Отлично уметь использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде

<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеть навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Уровень 2	Хорошо владеть навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Уровень 3	Отлично владеть навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде

**ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде**

<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знать принципы подготовки текстов рекламы и PR в онлайн- и офлайн-среде
Уровень 2	Хорошо знать принципы подготовки текстов рекламы и PR в онлайн- и офлайн-среде
Уровень 3	Отлично знать принципы подготовки текстов рекламы и PR в онлайн- и офлайн-среде

<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде уметь создавать рекламные и PR-тексты в онлайн- и офлайн-среде
Уровень 2	Хорошо уметь создавать рекламные и PR-тексты в онлайн- и офлайн-среде
Уровень 3	Отлично уметь создавать рекламные и PR-тексты в онлайн- и офлайн-среде
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеть навыками создания рекламных и PR-текстов в онлайн- и офлайн-среде
Уровень 2	Хорошо владеть навыками создания рекламных и PR-текстов в онлайн- и офлайн-среде
Уровень 3	Отлично владеть навыками создания рекламных и PR-текстов в онлайн- и офлайн-среде
<b>ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Уровень 2	Хорошо знать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Уровень 3	Отлично знать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Уровень 2	Хорошо уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Уровень 3	Отлично уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеть навыками использования основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Уровень 2	Хорошо владеть навыками использования основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Уровень 3	Отлично владеть навыками использования основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
<b>ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знать принципы формирования корпоративной культуры и ее основные инструменты
Уровень 2	Хорошо знать принципы формирования корпоративной культуры и ее основные инструменты
Уровень 3	Отлично знать принципы формирования корпоративной культуры и ее основные инструменты
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде уметь применять принципы формирования корпоративной культуры и ее основные инструменты
Уровень 2	Хорошо уметь применять принципы формирования корпоративной культуры и ее основные инструменты
Уровень 3	Отлично уметь применять принципы формирования корпоративной культуры и ее основные инструменты
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеть навыками использования принципов формирования корпоративной культуры и ее основных инструментов
Уровень 2	Хорошо владеть навыками использования принципов формирования корпоративной культуры и ее основных инструментов
Уровень 3	Отлично владеть навыками использования принципов формирования корпоративной культуры и ее основных инструментов
<b>ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знает основные принципы использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
Уровень 2	Хорошо знает основные принципы использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
Уровень 3	Отлично знает основные принципы использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
<b>Уметь</b>	

Уровень 1	В общем виде уметь использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
Уровень 2	Хорошо уметь использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
Уровень 3	Отлично уметь использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
Уровень 2	Хорошо владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
Уровень 3	Отлично владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций

**ПК-6: Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа**

**ПК-6.1: Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта**

<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знает принципы редактирования текстов рекламы и связей с общественностью
Уровень 2	Хорошо знает принципы редактирования текстов рекламы и связей с общественностью
Уровень 3	Отлично знает принципы редактирования текстов рекламы и связей с общественностью
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде умеет редактировать тексты рекламы и связей с общественностью
Уровень 2	Хорошо умеет редактировать тексты рекламы и связей с общественностью
Уровень 3	Отлично умеет редактировать тексты рекламы и связей с общественностью
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеет навыками редактирования текстов рекламы и связей с общественностью
Уровень 2	Хорошо владеет навыками редактирования текстов рекламы и связей с общественностью
Уровень 3	Отлично владеет навыками редактирования текстов рекламы и связей с общественностью

**ПК-6.2: Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала**

<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знает принципы соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Уровень 2	Хорошо знает принципы соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Уровень 3	Отлично знает принципы соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде умеет приводить в соответствие формат коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Уровень 2	Хорошо умеет приводить в соответствие формат коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Уровень 3	Отлично умеет приводить в соответствие формат коммуникационного продукта медиаконцепции канала
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеть навыками соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Уровень 2	Хорошо владеть навыками соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Уровень 3	Отлично владеть навыками соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	<b>Раздел 1. Основы эффективной презентации</b>					
1.1	Основы эффективной презентации /Лек/	5	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	

1.2	Основы эффективной презентации /Пр/	5	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	<b>Раздел 2. Подготовка презентации: определение аудитории и цели презентации</b>					
2.1	Подготовка презентации: определение аудитории и цели презентации /Лек/	5	8	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.2	Подготовка презентации: определение аудитории и цели презентации /Пр/	5	12	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	<b>Раздел 3. Визуальное оформление презентации: выбор подходящего дизайна и шаблона</b>					
3.1	Визуальное оформление презентации: выбор подходящего дизайна и шаблона /Лек/	5	10	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
3.2	Визуальное оформление презентации: выбор подходящего дизайна и шаблона /Пр/	5	10	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	<b>Раздел 4. Основы ораторского мастерства: техники эффективного выступления</b>					
4.1	Основы ораторского мастерства: техники эффективного выступления /Лек/	5	6	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
4.2	Основы ораторского мастерства: техники эффективного выступления /Пр/	5	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	<b>Раздел 5. Использование технических средств презентации</b>					
5.1	Использование технических средств презентации /Лек/	5	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
5.2	Использование технических средств презентации /Пр/	5	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	<b>Раздел 6. Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)</b>					
6.1	Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий) /КАЭ/	5	0,3	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	<b>Раздел 7. Консультации перед экзаменом</b>					

7.1	Консультации перед экзаменом /Консл/	5	1	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-6.1 ПК-6.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9
<b>Раздел 8. Самостоятельная работа</b>					
8.1	Самостоятельная работа /Ср/	5	44		

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к экзамену:

- 1) Понятие и коммуникативные цели презентаций.
- 2) Принципы построения успешной презентации.
- 3) Аудитория и цель презентации.
- 4) Структура презентации.
- 5) Методы сбора и анализа информации перед созданием презентации.
- 6) Создание плана презентации.
- 7) Выбор дизайна и шаблона для презентации.
- 8) Использование графики таблиц, диаграмм и фотографий в презентации.
- 9) Цветовую гамма и шрифт презентации.
- 10) Техники эффективного публичного выступления.
- 11) Способы контроля и артикуляции речи при презентации.
- 12) Невербальные коммуникации в презентации
- 13) Психология коммуникации в презентации
- 14) Технические средства для создания презентации.
- 15) Управление слайдами, анимацией и переходами в программе для создания презентаций.
- 16) Способы установления контакта с аудиторией при проведении презентации.
- 17) Вопросы и интерактивные методы для взаимодействия с аудиторией презентации.
- 18) Особенности аудитории при проведении презентации.
- 19) Оценка презентационных навыков оратора.
- 20) Способы получения обратной связи в презентации.
- 21) Стратегии я привлечения внимания аудитории презентации.
- 23) Техники поддержания интереса аудитории на протяжении всей презентации.
- 24) Методы эффективного управления временем при проведении презентации.
- 25) Организация логической структуры презентации.
- 26) Риторические приемы в презентации.

### 5.2. Темы письменных работ

Тематика рефератов:

- 1) Влияние визуального оформления на эффективность презентации.
- 2) Важность подготовки презентации с учетом аудитории.
- 3) Роль структуры презентации в ее успешной реализации.
- 4) Использование графических элементов для улучшения визуального оформления презентации.
- 5) Основные техники эффективного выступления при презентации.
- 6) Влияние артикуляции и речи на восприятие презентации.
- 7) Как управлять голосом и жестами для усиления эффекта презентации.
- 8) Способы контроля нервозности при проведении презентаций.
- 9) Анализ программ для создания презентаций и их функциональные возможности.
- 10) Роль взаимодействия с аудиторией в успешной презентации.
- 11) Как использование вопросов и интерактивных методов сделать презентацию более привлекательной для аудитории.
- 12) Учет особенностей аудитории при проведении презентации в разных контекстах.
- 13) Значение рефлексии и анализа своих презентаций для улучшения презентационных навыков.
- 14) Как получить обратную связь о своей презентации и использовать ее для совершенствования.
- 15) Роль практики и обучения в развитии презентационных навыков.
- 16) Влияние визуальной структуры слайдов на эффективность презентации.
- 17) Важность правильного выбора дизайна и шаблона для презентации.
- 18) Как использование графики, таблиц, диаграмм и фотографий повышает наглядность презентации.
- 19) Роль цветовой гаммы и шрифтов в визуальном оформлении презентации.
- 20) Основы создания презентаций с использованием программ PowerPoint и Keynote.

Тематика эссе:

- 1) Ключевые принципы эффективной презентации.
- 2) Критический анализ роли подготовки презентации с учетом аудитории.
- 3) Сравнительный анализ различных структур презентаций и их эффективности.
- 4) Визуальное оформление презентации: влияние графических элементов на эмоциональное восприятие.

- 5) Основные аспекты ораторского мастерства и их влияние на успех презентации.
- 6) Роль артикуляции и речи в эффективной коммуникации при презентации.
- 7) Влияние управления голосом и жестами на восприятие презентации аудиторией.
- 8) Стратегии преодоления нервозности и уверенности при проведении презентаций.
- 9) Анализ основных функций и возможностей программ для создания презентаций.
- 10) Значение взаимодействия с аудиторией в успешной презентации: методы и практические примеры.
- 11) Воздействие использования вопросов и интерактивных методов на участие аудитории в презентации.
- 12) Учет особенностей аудитории и контекста при проведении презентации.
- 13) Значение рефлексии и анализа презентаций в развитии презентационных навыков.
- 14) Важность обратной связи о презентации и ее использование для совершенствования.
- 15) Значение практики и обучения для эффективного развития презентационных навыков.
- 16) Анализ влияния визуальной структуры слайдов на эффективность презентации.
- 17) Критический анализ выбора дизайна и шаблона презентации и их влияние на эффективность.
- 18) Воздействие использования графики, таблиц, диаграмм и фотографий на наглядность презентации.
- 19) Роль цветовой гаммы и шрифтов в визуальном оформлении и восприятии презентации.
- 20) Практическое применение программ PowerPoint и Keynote для создания убедительных и информативных презентаций.

### 5.3. Фонд оценочных средств

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Лазарев Д.	Презентация: Лучше один раз увидеть!: Практическое пособие	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=42892">https://znanium.com/catalog/document?id=42892</a>
Л1.2	Лазарев Д.	Корпоративная презентация: Как продать идею за 10 слайдов: Практическое пособие	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2021, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=436384">https://znanium.com/catalog/document?id=436384</a>
Л1.3	Лазарев Д.	Продающая презентация: Практическое пособие	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2010, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=436402">https://znanium.com/catalog/document?id=436402</a>

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ильин А. С.	Реклама в коммуникационном процессе: Курс лекций	Москва: КноРус, 2017, URL: <a href="https://book.ru/book/921459">https://book.ru/book/921459</a>
Л2.2	Музыкант В.Л.	Реклама: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО, 2019, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=354352">https://znanium.com/catalog/document?id=354352</a>
Л2.3	Мандель Б.Р.	Социальная реклама: Учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2019, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=375080">https://znanium.com/catalog/document?id=375080</a>

#### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Васильев А. Ю.	Рабочая тетрадь дисциплины "Связи с общественностью в органах власти": Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2019, URL: <a href="https://book.ru/book/934613">https://book.ru/book/934613</a>
Л3.2	Мишон Е. В.	Связи с общественностью в органах власти: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2020, URL: <a href="https://book.ru/book/933616">https://book.ru/book/933616</a>
Л3.3	Чаган Н. Г.	Public Relations: управление преднамеренными коммуникациями: Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2023, URL: <a href="https://book.ru/book/945231">https://book.ru/book/945231</a>

### 6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Э1	Научный электронный журнал "European Journal of Communication". - Режим доступа: <a href="https://journals.sagepub.com/">https://journals.sagepub.com/</a>
Э2	Электронный научный журнал «Медиаскоп». - Режим доступа: URL: <a href="http://www.mediascope.ru/">http://www.mediascope.ru/</a>
Э3	Академический рецензируемый журнал «Социологическое обозрение». - Режим доступа: <a href="https://sociologica.hse.ru/">https://sociologica.hse.ru/</a>
Э4	Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. - Режим доступа: <a href="https://vestnik.journ.msu.ru/">https://vestnik.journ.msu.ru/</a>
Э5	Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. - Режим доступа: <a href="http://www.vestnik.vsu.ru/content/phylogolog/index_ru.asp">http://www.vestnik.vsu.ru/content/phylogolog/index_ru.asp</a>



Э6	Научная электронная библиотека. - Режим доступа: <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
Э7	Электронно-библиотечная система «Ibooks». - Режим доступа: <a href="https://ibooks.ru/">https://ibooks.ru/</a>
Э8	PR-портал Российской ассоциации по связям с общественностью. - Режим доступа: <a href="http://www.raso.ru">http://www.raso.ru</a>
Э9	Сайт Международного Клуба PR-управляющих. - Режим доступа: <a href="http://www.pr-professional.ru">http://www.pr-professional.ru</a>
<b>6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства</b>	
6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS Операционная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.2	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3	Яндекс Браузер Браузер Яндекс Браузер Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер <a href="https://yandex.ru/legal/browser_agreement/">https://yandex.ru/legal/browser_agreement/</a>
6.3.1.4	Mozilla Firefox Браузер Mozilla Firefox Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.5	1С:Предприятие 8. Комплект 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)
6.3.1.6	Adobe Photoshop CS3 Графический редактор Adobe Photoshop Creative Suite 3 Adobe Software License Certificate ID CE0707281 от 12.07.2007
6.3.1.7	Kaspersky Endpoint Security Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный (350шт). Договор № ПР-00037842 от 4 декабря 2023 г. (ООО Прима АйТи)
6.3.1.8	MS Visual Studio Community Edition Среда разработки Microsoft Visual Studio 2022 Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.9	Visual Studio Code Редактор исходного кода, разработанный Microsoft для Windows, Linux и macOS Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
<b>6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>	
6.3.2.1	Портал выбора технологий и поставщиков <a href="http://www.tadviser.ru">http://www.tadviser.ru</a>
6.3.2.2	Проект IDEF.ru <a href="http://idef.ru">http://idef.ru</a>
6.3.2.3	Консультант Плюс <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
6.3.2.4	Global CIO Официальный портал ИТ-директоров <a href="http://www.globalcio.ru">http://www.globalcio.ru</a>
6.3.2.5	ARIS BPM Community <a href="https://www.ariscommunity.com">https://www.ariscommunity.com</a>
6.3.2.6	ABOUT THE UNIFIED MODELING LANGUAGE SPECIFICATION <a href="https://www.omg.org/spec/UML">https://www.omg.org/spec/UML</a>
6.3.2.7	ИСО Международная организация по стандартизации <a href="https://www.iso.org/ru/home.html">https://www.iso.org/ru/home.html</a>
6.3.2.8	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии <a href="https://www.gost.ru/portal/gost/">https://www.gost.ru/portal/gost/</a>
6.3.2.9	Кодекс – Профессиональные справочные системы <a href="https://kodeks.ru">https://kodeks.ru</a>

<b>7. МТО (оборудование и технические средства обучения)</b>			
Ауд	Наименование	ПО	Оснащение
401	Помещение для проведения занятий лекционного типа	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	60 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
401	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	60 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
402	Помещение для проведения занятий лекционного типа	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук

402	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
403	Помещение для проведения занятий лекционного типа	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	28 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
404	Помещение для проведения занятий лекционного типа	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	75 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор, переносной ноутбук
406	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	52 посадочных места, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор, переносной ноутбук
407	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	40 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
408	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	30 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук

	консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.		
409	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
410	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы.	Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS SQL Server Management Studio 18.8 MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Community Edition Blender Gimp Maxima Oracle VM VirtualBox StarUML V1 PostgreSQL IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC Embarcadero RAD Studio XE8 Arduino Software (IDE) NetBeans IDE ZEAL	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя 20 компьютеров A320M-H-CF/AMD Athlon 3000G/DDR4-2666-8Гб/A-DATA SX6000LNP/AMD RADEON Vega3/Realtek PCI-E GBE 20 мониторов Samsung S24R350FHI 23.8" 20 комплектов клавиатура + мышь (USB) 1 неуправляемый коммутатор TP-LINK TL-SG1024D
410а	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и		12 посадочных мест, преподавательское место

промежуточной аттестации.		
---------------------------	--	--

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания к практическим занятиям

В рамках освоения дисциплины «Техника презентаций» проведение практических занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

### 7.6 Методические указания и материалы по видам занятий

Таблица 12 - Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Контекстная и таргетированная реклама»

Вид учебных занятий, работ Организация деятельности обучающегося

**Лекция** Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

**Практические занятия** Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.

**Домашние задания** Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

Учебный материал по дисциплине «Техника презентаций» разделен на логически завершенные части (модули), после освоения которых предусматривается опрос и просмотр практических работ. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого из обучающихся. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Техника презентаций» – входит в вариативную часть профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Без успешного освоения этой дисциплины невозможно качественная профессиональная подготовка по специальности. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность в сфере рекламы. Немаловажным в процессе освоения знаний и навыков по дисциплине «Техника презентаций» является ознакомление обучающегося с мировой презентационной практикой.

Дисциплина «Техника презентаций» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение творческих задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным инструктированием, в котором излагаются методические и технологические требования к выполнению работы. Обучающихся знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями композиционных решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен.

### 7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.
- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.
- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются.

Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRoman Cyr или Arial Cyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила

оформления реферата не соблюдены.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.
- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.
- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются.

Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanCyr или ArialCyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

Методические указания к лабораторным занятиям

В рамках освоения дисциплины «Техника и технология рекламной фотографии» проведение лабораторных занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

Методические указания и материалы по видам занятий

Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии»

Вид учебных занятий, работ Организация деятельности обучающегося

Лекция Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Практические занятия Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.

Домашние задания Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

Учебный материал по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии» разделен на логически завершенные части (модули), после освоения которых предусматривается опрос и просмотр практических работ. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого из обучающихся. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» – входит в вариативную часть профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Без успешного освоения этой дисциплины невозможно качественная профессиональная подготовка по специальности. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность в сфере рекламы. Немаловажным в процессе освоения знаний и навыков по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии» является ознакомление обучающегося с мировой проектной практикой и опыт признанных мастеров фотографии в сфере рекламы.

Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение творческих задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным инструктированием, в котором излагаются методические и технологические требования к выполнению работы.

Обучающиеся знакомятся с аналогами и прототипами, характерными особенностями композиционных решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – зачет.

Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.
- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.
- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются.

Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRoman Cyr или Arial Cyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего),



размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

Кейс-стади в рамках самостоятельной работы:

Кейс-стади №1: Определение аудитории и цели презентации

Описание: Вы являетесь менеджером в компании, которая разрабатывает и продает программное обеспечение для управления проектами. Вам поручено провести презентацию о новом продукте перед потенциальными клиентами - IT-директорами и менеджерами проектов в различных компаниях.

Алгоритм выполнения:

- 1) Изучите характеристики продукта, его особенности и преимущества.
- 2) Проведите анализ целевой аудитории: узнайте, какие компании и отрасли наиболее подходят для использования продукта, идентифицируйте основные потребности и проблемы, которые может решить ваше программное обеспечение.
- 3) Определите основную цель презентации: продемонстрировать преимущества продукта и убедить аудиторию в его ценности.
- 4) Выберите подходящую структуру презентации: начните с введения, где расскажите о компании и ее преимуществах, затем перейдите к описанию продукта и его возможностям, и завершите презентацию обзором результатов использования продукта и рекомендациями некоторых клиентов.
- 5) Соберите информацию о продукте: подготовьте презентацию с необходимой информацией о продукте, включая демонстрационные слайды, графики и статистику.
- 6) Создайте план презентации: разделите информацию на логические блоки, определите последовательность презентации и время, отведенное на каждый блок.
- 7) Разработайте визуальное оформление презентации: выберите подходящий дизайн, используйте графику, диаграммы и таблицы для наглядности.
- 8) Проведите презентацию: установите контакт с аудиторией, используйте интерактивные методы, задайте вопросы, чтобы активизировать участие аудитории.
- 9) По окончании презентации соберите обратную связь от аудитории: задайте вопросы или предоставьте возможность для комментариев и отзывов.
- 10) Проанализируйте презентацию и полученную обратную связь: выявите сильные и слабые стороны вашей презентации и используйте эту информацию для последующего улучшения ваших презентационных навыков.

Вариант решения:

Вам удалось провести презентацию, представить продукт и его преимущества потенциальным клиентам. Аудитория проявила интерес и задала ряд вопросов, объясняющих детали продукции. По окончании презентации вы получили позитивные отзывы от некоторых участников, которые выразили заинтересованность в дальнейшем обсуждении и возможном партнерстве. Вы оценили свои презентационные навыки, отметив свои сильные стороны, такие как четкость и ясность передачи информации, а также умение использовать визуальные элементы для улучшения эффекта. В то же время, вы обнаружили проблемы с временным контролем и позиционированием некоторых аспектов продукта, над которыми в дальнейшем собираетесь поработать для улучшения будущих презентаций.

Кейс-стади №2: Выбор подходящей структуры презентации

Описание: Ваша компания организует конференцию для специалистов по маркетингу, где вы будете выступать с презентацией на тему "Инновации в маркетинге: ключевые тренды и практические примеры". Вам необходимо разработать структуру презентации, которая наилучшим образом соответствует целям и аудитории.

Алгоритм выполнения:

- 1) Изучите тему презентации и составьте список ключевых трендов в инновациях маркетинга.
- 2) Определите цель презентации: проинформировать аудиторию о последних трендах и предоставить практические

примеры и советы.

3) Выберите подходящую структуру презентации, которая логично представит информацию, используя лучшие практики.

- Вариант 1: Хронологическая структура
- Введение: Краткое представление себя и темы презентации.
- Определение инноваций в маркетинге и объяснение их важности.
- Перечень последних трендов в инновациях маркетинга, начиная с наиболее актуальных.
- Практические примеры и советы, связанные с каждым трендом.
- Заключение: Подведение итогов и рекомендации для успешной реализации инноваций в маркетинге.

- Вариант 2: Проблемно-ориентированная структура

- Введение: Краткое введение и объяснение проблем, с которыми сталкиваются маркетологи в современном мире.
- Презентация основных трендов в инновациях маркетинга как решений этих проблем.
- Практические примеры и советы для применения каждого тренда в реальных ситуациях.
- Заключение: Подведение итогов и подчеркивание важности инноваций в маркетинге для успешной работы маркетологов.

4) Разработайте презентацию с использованием выбранной структуры: создайте слайды, содержащие необходимую информацию, используйте графику и примеры для поддержки презентации.

5) Проведите презентацию: используйте техники эффективного выступления, поддерживайте контакт с аудиторией и приглашайте к взаимодействию.

6) Соберите обратную связь от аудитории о структуре презентации: узнайте, насколько презентация была осмысленной и логичной, и сделайте некоторые выводы для будущих презентаций.

Вариант решения:

Мы решили использовать проблемно-ориентированную структуру презентации, чтобы подчеркнуть важность инноваций в маркетинге в решении современных проблем маркетологов. Мы успешно разработали презентацию с ясными и понятными слайдами, которые отражают тренды в инновациях маркетинга и приводят практические примеры для их применения. Во время выступления, мы активно взаимодействовали с аудиторией, отвечали на их вопросы и проводили дискуссию.

По окончании презентации, мы получили положительную обратную связь от большинства участников, которые отметили логичность структуры, понятность презентации и полезность представленных практических примеров. Однако, некоторые участники отметили, что не все тренды были подробно рассмотрены и предоставлены практические гайды для их реализации. Мы взяли эту обратную связь на заметку и планируем в будущих презентациях более подробно рассмотреть каждый тренд и предоставить больше практических советов для успешного применения инноваций в маркетинге.

Кейс-стади №3: Взаимодействие с аудиторией и использование интерактивных методов

Описание: Ваша компания организует внутреннюю конференцию для сотрудников различных отделов с целью обсуждения идей и развития сотрудничества. Вам поручено провести презентацию на тему "Создание эффективных команд: лидерство и коммуникация". Вам необходимо использовать интерактивные методы во время презентации для вовлечения аудитории и обсуждения ключевых аспектов.

Алгоритм выполнения:

1) Выберите цель презентации: обучить сотрудников командным навыкам, развить их лидерский потенциал и обсудить важность коммуникации в создании эффективных команд.

2) Определите ключевые темы, которые вы хотите осветить в презентации, такие как роли и ответственности в команде, лидерское поведение и навыки коммуникации.

3) Разработайте презентацию, включающую интерактивные элементы:

- Вариант 1: Групповая дискуссия
- После представления каждой темы, разделите аудиторию на группы и дайте им возможность обсудить внутреннюю проблему или ситуацию, связанную с данной темой.
- Попросите каждую группу представить свои идеи или решения всему залу.
- Ведите дискуссию и обсуждение с аудиторией, задавая вопросы и уточняя информацию.

- Вариант 2: Кейс-стади

- Представьте аудитории реальный кейс или ситуацию, связанную с созданием эффективной команды.
- Попросите аудиторию в группах разработать решение или стратегию решения данного кейса.
- Выберите представителей каждой группы, чтобы они представили свои решения всему залу и обсудили его.
- Сделайте обзор и обобщение различных подходов и решений.

4) Создайте материалы для интерактивных задач, дискуссий или кейс-стади, такие как групповые задания, листы с вопросами или кейс-карточки.

5) Проведите презентацию, активно взаимодействуя с аудиторией во время дискуссий или представлений.

6) Соберите обратную связь от аудитории о взаимодействии и использовании интерактивных методов: оцените эффективность вовлечения аудитории и получите отзывы о перспективных идеях или предложениях, полученных во время презентации.

Вариант решения:

Мы решили использовать групповую дискуссию, чтобы вовлечь аудиторию в активное обсуждение ключевых аспектов

командной работы и лидерства. После представления каждой темы, вы разделили аудиторию на группы и дали им возможность обсудить конкретные вопросы, связанные с данными темами. Затем, вы просили каждую группу представить свои идеи или решения всему залу, что способствовало обмену мнениями и обсуждению различных подходов.

В результате презентации, вы получили положительную обратную связь от аудитории, которая отметила, что такой подход позволил им лучше понять и применить обсуждаемые концепции. Аудитория была активно вовлечена в дискуссии и представления, и многие выразили желание продолжить обсуждение после презентации. Вы оценили свою роль в фасилитации обсуждения, но также отметили некоторые моменты, в которых можно улучшить взаимодействие и время, отведенное на каждую дискуссию. Вы примете эти замечания на заметку и используете их для совершенствования в будущих презентациях.