

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТА В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИИ)

## 1. Цель освоения дисциплины

Формирование у учащихся необходимых общекультурных и предметных компетенций, овладение студентами навыками использования презентационных технологий в профессиональной и учебной деятельности, формирование информационно-коммуникационной компетентности.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации)» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации)» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Иностранный язык», «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью», «Интегрированные коммуникации», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Русский язык», «Теория и практика связей с общественностью», «Бренд в социокультурной сфере», «История связей с общественностью в социально-культурной сфере», «Политическая реклама», «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере современной России», «Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России», «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью», «Социальная реклама», «Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере», «Управленческие коммуникации в организации», прохождения практик «Профессионально-ознакомительная практика», «Профессионально-творческая практика», «Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПКО-1).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### *знать*

- типы и цели презентаций, способы привлечения и удержания внимания, невербальные средства общения, стили взаимодействия с аудиторией, принципы, методы, технологии эффективной презентации;
- возможности использования современных компьютерных презентационных технологий в профессиональной деятельности; программное обеспечение, применяемое для подготовки и

создания презентаций; основные понятия, методы и приемы презентационных технологий для создания всех видов презентаций, различные виды программно-технических средств, позволяющих создавать электронные мультимедийные рекламные материалы; способы и методы формирования и презентации электронных мультимедийных рекламных материалов;

#### ***уметь***

– анализировать предполагаемую аудиторию, подготовить план, продумать структуру презентации, привлечь и удержать внимание публики, выбрать правильный стиль взаимодействия с аудиторией;

– подготовить графические, анимационные, аудио и видео и другие материалы для мультимедийных и других видов презентаций; использовать программное средство разработки мультимедиа проектов (например, MS Office PowerPoint, OpenOffice Impress), разработать структуру и дизайн презентации, формировать структуру рекламной презентации; использовать соответствующие программно-технические средства для создания электронных мультимедийных рекламных материалов; представлять свою презентацию;

#### ***владеть***

– навыками подготовки и планирования выступления, организации эффективной подачи материала в формате презентации, аргументирования и работы с сомнениями и возражениями аудитории;

– средствами компьютерной графики; основными методами работы на ПЭВМ с прикладными программными средствами; навыками работы в компьютерной сети Интернет; технологиями создания презентаций.

### **4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение**

количество зачётных единиц – 5,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 180 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 32 ч., СРС – 139 ч.),

распределение по семестрам – 5 курс, лето, 5 курс, зима,  
форма и место отчётности – экзамен (5 курс, лето).

### **5. Краткое содержание дисциплины**

Презентация как форма коммуникации.

Презентация как жанр деловой коммуникации. Структура, содержание и визуальное оформление презентации. Способы привлечения и удержания внимания аудитории. Навыки аргументирования, прояснения сомнений и возражений аудитории. Техническое оснащение презентации (предоставление звукового, светового, проекционного оборудования).

Процесс создания презентации.

Типичные ошибки при подготовке и проведении презентации. Критерии оценки электронной презентации. Обоснованное использование эффектов мультимедиа. Навигация (средства представления структуры). Критерии оценки выступления. Достижение цели. Ясность структуры и логики. Качество представления и изложения.

### **6. Разработчик**

Рыженко Екатерина Сергеевна, канд. филолог. наук, доцент кафедры социальной работы.