

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 «Интегрированные коммуникации», «Бренд в социокультурной сфере», «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере», «Политическая реклама», «Социальная реклама», «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен создавать и редактировать информационные ресурсы (ПК-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 – 30 ч., СРС – 141 ч.),

распределение по семестрам – 7,

форма и место отчётности – экзамен (7 семестр).

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.