

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**
**«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»**

**Институт управления и государственной службы
Кафедра маркетинга**

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский
(подпись)
«25 » апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ПРОВЕДЕНИЕ ДЕЛОВЫХ И НАУЧНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ»

По направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа: «Маркетинг»

Луганск - 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Проведение деловых и научных презентаций» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг» – 21 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Проведение деловых и научных презентаций» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг» (утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 952).

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. экон. наук, доцент кафедры «Маркетинг» ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»
Герчик В.А.

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга 11 апреля 2023 г., протокол № 14.

Заведующий кафедрой маркетинга Т.С. Максимова Т.С.

Переутверждена: « ___ » 20 ___ г., протокол № ___

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы 12 апреля 2023 г., протокол № 8.

Председатель учебно-методической комиссии института



Резник А.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цели изучения дисциплины: изучение принципов, методов, техники и отработка навыков проведения деловых и научных презентаций.

Задачи изучения дисциплины:

- развитие у студентов творческого мышления и самостоятельности, углубление и закрепление полученных при обучении теоретических и практических знаний;
- представления деловой личности, бренда, продукции компании, научных и бизнес-проектов на всевозможных выставках, конференциях и других мероприятиях;
- разработка и составление мультимедийного контента для использования в презентациях.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Дисциплина «Проведение деловых и научных презентаций» относится к факультативным дисциплинам учебного плана.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин: «Маркетинговые исследования», «Информатика».

Дисциплина «Проведение деловых и научных презентаций» является необходимой при самостоятельном занятии студентом научно-исследовательской работы, подготовке и защите магистерской диссертации по направлению подготовки 38.04.02 – Менеджмент.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-9. Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	ПК-9.1. Демонстрирует знания теоретических основ, принципов и методов научных исследований; знает классификацию методов исследования и условия их применения в научной деятельности, основы применения программно-целевого подхода в процессе принятия управленческих решений; проводит исследования с применением современных техник и методик сбора данных, применяет методы их обработки и анализа, использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении исследовательских задач; организует работу по подготовке и представлению результатов проведенного исследования в виде деловых и научных презентаций	<p>Знать: требования и стандарты к подготовке научных докладов и оформлению публикаций; способы получения, систематизации, формализованного и наглядного представления информации научного и делового характера;</p> <p>Уметь: - обобщать и систематизировать результаты проведенного научного исследования; применять современный маркетинговый инструментарий для анализа информации и подготовки научной и деловой презентации;</p> <p>Владеть: навыками сбора данных, анализа, хранения информации, подготовки аналитических материалов для подготовки научных и деловых презентаций; навыками представления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.</p>

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	72 (2 зач. ед)	72 (2 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего)	24	8
в том числе:		
Лекции	12	4
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	12	4
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	48	64
Форма аттестации	зачет	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Сущность, базовые принципы презентации.

Типы презентаций. Принципы создания презентаций. Планирование презентации. Цели, задачи и особенности презентации.

Тема 2. Структура и технология подготовки презентации.

Цели, задачи и особенности презентации. Структура презентации. Технологии подготовки презентации.

Тема 3. Подготовка к презентации.

Применение средств визуализации презентации. Проведение презентаций. Невербальные выступления при презентации. Средства визуализации. Ораторское мастерство в проведении презентации. Невербальные выступления при презентации.

Тема 4. Особенности учебных, научных и деловых презентаций. Корпоративная аудитория.

Учебная презентация: формулировка целей и задач. Композиция слайдов и выбор соответствующих макетов. Деловая презентация. Виды деловых презентаций: бизнес-презентации, имиджевая презентация, презентация брендов, самопрезентация, PR-презентация. Проведение деловых презентаций в маркетинге для продвижения товаров, услуг и прямых продаж. Проблемы коммерциализации инновационных технологий и способы решения проблем.

Тема 5. Сложные моменты на презентации и приемы управления ситуацией.

Управление слушателями при ответе на сложные вопросы. Управление спором и методы аргументации.

Рекомендации по проведению презентации. Типовые ошибки при проведении презентаций и способы их устранения.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Сущность, базовые принципы презентации	2	2
2.	Структура и технология подготовки презентации.	4	
3.	Подготовка к презентации	2	
4.	Особенности учебных, научных и деловых презентаций. Корпоративная аудитория	2	2
5.	Сложные моменты на презентации и приемы управления ситуацией	2	
Итого:		12	4

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Сущность, базовые принципы презентации	2	2
2.	Структура и технология подготовки презентации	2	
3.	Подготовка к презентации	2	2
4.	Особенности учебных, научных и деловых презентаций. Корпоративная аудитория	4	
5.	Сложные моменты на презентации и приемы управления ситуацией	2	
Итого:		12	4

4.5 Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Сущность, базовые принципы презентации	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	10	13
2	Структура и технология подготовки презентации	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	10	13
3	Подготовка к презентации	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	10	13
4	Особенности учебных, научных и деловых презентаций. Корпоративная аудитория	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	10	13
5	Сложные моменты на презентации и приемы управления ситуацией	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	8	12
Итого:			48	64

4.6. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Проведение деловых и научных презентаций» не предполагаются учебным планом

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного

изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная:

1. Вылегжанина, А.О. Деловые и научные презентации : учебное пособие / А.О. Вылегжанина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 116 с.

2. Борисова, Е.Н. Введение в межкультурную коммуникацию : учебно-методическое пособие / Е.Н. Борисова. - М. : Согласие, 2015. - 96 с. : табл., ил. - (Языковая культура музыканта). [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430106>

б) дополнительная

1. Помазкова, Е.И. Информационные технологии: создание мультимедийных презентаций в Microsoft Power Point. Учебно-методическое пособие/Е.И. Помазкова. –Благовещенск: Амурский гос. ун.т, 2021 – 36с.

2. Кузнецов, И.Н. Бизнес-риторика / И.Н. Кузнецов. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 407 с. : ил. - Библиогр.: с. 343. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495783>

в) методические рекомендации:

1. Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе по учебной дисциплине «Проведение деловых и научных презентаций» для магистрантов 6 курса направления подготовки 38.04.02 – «Менеджмент» (магистерская программа «Маркетинг») / А.В. Герцик, канд. экон. наук, доцент.

г) интернет-ресурсы

1. Министерство образования и науки Российской Федерации. – <http://minobrnauki.ru/>

2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – <http://obrnadzor.gov.ru/>

3. Федеральная служба государственной статистики. – <https://rosstat.gov.ru/>

4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Луганской Народной Республике – <https://www.gkslnr.su/>

5. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru/>

6. Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>
7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы и ресурсы
Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/>

Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» –<https://www.studmed.ru/>
Информационный ресурс библиотеки образовательной организации
Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>
Система дистанционного обучения кафедры экономической кибернетики и прикладной статистики ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля» в среде Moodle – <https://ecpsdahl.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Проведение деловых и научных презентаций» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 https://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплейер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Проведение деловых и научных презентаций»

Описание уровней сформированности и критерии оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-9. Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.	Пороговый	Знать: требования и стандарты к подготовке научных докладов и оформлению публикаций; способы получения, систематизации, формализованного и наглядного представления информации научного и делового характера;
Основной		Базовый	уметь: - обобщать и систематизировать результаты проведенного научного исследования; применять современный маркетинговый инструментарий для анализа информации и подготовки научной и деловой презентации;
Заключительный		Высокий	владеть: навыками сбора данных, анализа, хранения информации, подготовки аналитических материалов для подготовки научных и деловых презентаций; навыками представления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	ПК-9.	Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований, обосновывать актуальность, теоретическую практическую значимость избранной научного исследования.	ПК-9.1. Демонстрирует знания теоретических основ, принципов и методов научных исследований; знает классификацию методов исследования и условия их применения в научной деятельности, основы применения программно-целевого подхода в процессе принятия управленческих решений; проводит исследования с применением современных техник и методик сбора данных, применяет методы их обработки и анализа, использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении исследовательских задач; организует работу по подготовке и представлению результатов проведенного исследования в виде деловых и научных презентаций	Тема 1. Тема 2. Тема 3. Тема 4. Тема 5.	Начальный Основной Заключительный ОФО-1 ЗФО-1

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-9	ПК-9.1.	Знать: требования и стандарты к подготовке науч-	Тема 1. Тема 2. Тема 3.	Собеседование (устный или письменный)

		<p>ных докладов и оформлению публикаций; способы получения, систематизации, формализованного и наглядного представления информации научного и делового характера;</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обобщать и систематизировать результаты проведенного научного исследования; применять современный маркетинговый инструментарий для анализа информации и подготовки научной и деловой презентации; владеТЬ: навыками сбора данных, анализа, хранения информации, подготовки аналитических материалов для подготовки научных и деловых презентаций; навыками представления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада. 	<p>Тема 4. Тема 5.</p>	<p>опрос), презентация (доклад, сообщение), тесты, контрольная работа</p>
--	--	---	----------------------------	---

Перечень вопросов для проведения собеседования (устный или письменный опрос) (пороговый уровень)

1. Целесообразность и научные основы организации презентаций.

2. Роль презентаций в развитии научных концепций, предпринимательства маркетинга и других сфер.
3. Назначение и область применения презентаций.
4. Зарубежный и отечественный опыт подготовки и проведения презентаций.
5. Понятие презентации.
6. Классификация и особенности различных типов презентаций.
7. Функциональная классификация презентаций: научная, деловая, инвестиционная, маркетинговая, самопрезентация, PR-презентация и др.
8. Печатные и электронные (мультимедийные) презентации.
9. Линейные презентации. Интерактивные презентации. Непрерывные презентации.
10. Форматы презентаций.
11. Печатные презентации и электронные презентации.
12. Сущность процесса подготовки презентации.
13. Этапы подготовки презентации. Оценка состояния и структуры аудитории.
14. Выбор структуры и формы представления информации в презентации.
15. Построение логики и переходов по структурным элементам презентации.
16. Информационное обеспечение процесса подготовки презентации.
17. Сбор информации для написания статьи, доклада, магистерской диссертации и др. научного продукта.
18. Назначение и виды деловых презентаций.
19. Устная форма деловой презентации.
20. Подготовка анкеты для самопрезентации.
21. Назначение научных презентаций. Выбор формы научной презентации.
22. Практика проведения научных презентаций.
23. Практика проведения деловых презентаций.
24. Использование программных продуктов для деловой и научной презентации.
25. Термин «презентация» и объем понятия.
26. Термины современной деловой риторики: «навыки публичного выступления» и «навыки проведения деловой презентации».
27. Виды публичных презентаций.
28. Цель побуждающей и цель деловой (информирующей) презентации. Основные недостатки современных отечественных презентаций.
29. Этапы подготовки презентации.
30. Алгоритм-схема подготовки («самонастройка», «вопросы жизни и смерти», структура презентации, основные правила фиксации текста, «коррекция», «заслуженный отдых»).
31. Гармонические законы презентации.
32. Определение доли эмоциональной составляющей презентации.
33. Определение доли фактического материала в презентации.

35. Эмоциональность презентации. Роль низших и высших эмоций в организации презентации, в самонастройке и диалоге с аудиторией.
36. Инструментарий эмоций. Эмоции и чувства. Способы трансляции эмоций. Ошибки при трансляции эмоций.
37. Эмоциональность презентации. Приемы снижения излишнего волнения (дыхание, физическая встряска, « заводящий» жест, аффирмация, фокус внимания, «игры со значимостью», «бочка», «бабочка»).
38. Презентационные слайды.
39. Положительные и отрицательные характеристики слайдпрезентации.
40. Принципы оформления слайдов.
41. Эффективная «зрелищность» презентации (1=30, соответствие предмету, знаки и символы, масштаб иллюстраций, нестандартность видеоряда, узнаваемость, атрибуты шрифта, единство стиля, 20=7, соотношение медиа и текста, принципы анимации).
42. Структура презентации. Закон гармонической композиции презентации. Композиционный рисунок презентации.
43. Варианты риторического исполнения презентации. Приемы организации введения, примеры.
44. Варианты риторического исполнения презентации.
45. Приемы организации основной части и кульминации презентации, примеры.
46. Варианты риторического исполнения презентации. Приемы организации финальной части и заключения презентации, примеры.
47. Аудитория презентации. Индекс ситуативной непредсказуемости выступления.
Снижение волнения, приемы снижения волнения и примеры использования приемов снижения волнения.
48. Аудитория презентации. Принципы ответов на вопросы аудитории (примеры). Аудитория презентации. Речевые стратегии презентации.
49. Приемы вовлечения аудитории в презентацию.
50. Вектор внимания презентатора. Приемы организации внимания аудитории.
51. Презентационные диверсии. Энергетический вампиризм аудитории.
52. Каналы восприятия аудитории. Приемы активизации аудитории в соответствии с каналами восприятия презентации.
53. Основные ошибки презентатора при работе с аудиторией. Анализ основных ошибок (по выбору отвечающего).
54. Энергетика выступления. Шкала энергетики риторического выступления. Составляющие энергетической речи.
55. Основная позиция оратора (физиологические характеристики). Иллюстративная и коммуникационная жестикуляция.

56. Основные характеристики жестов: широта, законченность, симметрия, открытость, соответствие). «Сорные» жесты. «Белый шум». Базовые положения рук оратора.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству собеседование (устный или письменный опрос)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	собеседование (устный или письменный опрос) прошел на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемый вопрос, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	собеседование (устный или письменный опрос) прошел на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемый вопрос, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
3	собеседование (устный или письменный опрос) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	собеседование (устный или письменный опрос) прошел на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Тематика презентаций (докладов, сообщений)

1. Доклад к презентации.
2. Навыки успешной презентации.
3. Аппаратура и технологии для презентаций, конференций.
4. Подготовка к выступлению. Мастерство успешной презентации.
5. Аппаратура и технологии для презентаций, конференций, совещаний и т.п.
6. Программы, используемые для создания презентации.
7. Технология создания компьютерных презентаций с помощью MS Power Point.
8. Презентация, с точки зрения делового этикета. Организация презентации.
9. Планирование экспозиционной части бизнес-плана для его презентации.
10. Социальные мероприятия: презентации и конференции. Назначения, правила и формы организации
11. Создание и применение электронного учебника. Создание мультимедийных презентаций.

12. Стив Джобс и его стиль проведения презентаций.
13. Конфликты и пути их избегания.
14. Как не надо делать презентацию.
15. Методы оценки эффективности презентаций.
16. Технологии создания слайдов.
17. Речевая подготовка презентации.
18. Качественные критерии подготовки презентации.
19. 10 шагов проведения эффективной презентации.
20. Управление мыслями и действиями аудитории.
21. Роль неверbalных коммуникаций в эффективной презентации.
22. Информационные технологии при подготовке и проведения презентаций.
23. Презентация новых разработок: фактор научной новизны.
24. Организация и проведение презентаций в вузе.
25. Организация и проведение презентаций на предприятии.
26. Психологические приемы влияния на собеседников.

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
презентация «доклад, сообщение»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен (о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен (о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен (о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен (о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Тесты

1. Основная задача вступления (введения) публичного выступления:
 - 1) раскрыть основную идею речи;
 - 2) подготовить слушателей к восприятию речи; +
 - 3) сделать комплимент аудитории;
 - 4) все ответы верны.

2. Модульный принцип построения речи:
 - 1) содержание речи разбивается на отдельные микротемы;

- 2) каждая модуль подчиняется правилу трех частей;
 3) содержание речи разбивается на отдельные модули; +
 4) все ответы верны.

3. Термином «речевое мышление» обозначают:

- 1) мышление во время речи; +
 2) передача информации;
 3) зависимость от психического состояния;
 4) все ответы верны.

4. Ключевая фраза речевой презентации:

- а) эмоциональные доводы;
 б) апелляция к выгодам слушателей;
 в) иллюстрация позиции презентатора;
 г) все ответы неверны.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
4	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
3	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
2	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

Контрольная работа (теоретические вопросы и задания)

Вопросы к контрольным работам:

1. Всеобъемлющее искусство мозгового штурма. Разгрузка данных. Управление мозговым штурмом.
2. Пусть цифры поют. Сила числовой графики. Столбиковая диаграмма. Секторная диаграмма. Оформление графиков.
3. Содержательные элементы выступления. Речевые модули; ключевые слова; ключевые фразы; факты и статистика; логические связи и переходы; иллюстрирующие истории.
4. Принципы эффективных переговоров и презентаций. Простота; упорядоченность; краткость; точность; стимулы восприятия; скорость речи.

5. Логические переходы. Их функции. Возможные ошибки при их использовании.

6. Вспомогательные карточки. Функции. Содержание.

7. Как оживить презентацию? 12 элементов.

8. Репетиции. Этапы репетиции: проговаривание содержания, услышать себя, увидеть себя.

9. Структура 60 – секундной коммерческой презентации: кто мы? Ситуация на рынке. УКП: чем мы лучше. Факты и немного цифр. Давайте встретимся. Эмоциональное завершение.

10. Десятиминутная презентация. Вспышка интереса: элемент «неожиданности», элемент «персональная выгода». Финальный аккорд: «итоги», «заключительное слово».

11. Презентация ключевому клиенту. Общие положения. Объем задач. Преимущества. Рекомендованные решения. Финансовый анализ и обоснование затрат. График реализации. Контракт.

12. Внутрифирменные шаблоны презентаций. Итоговый отчет о работе отдела продаж. Презентация инвестиционных проектов. Планы организационных изменений. Постановка новых задач сотрудникам.

13. План действий по созданию продающей презентации. Этапы. Время.

14. Подготовка и использование слайдов.

15. Профессиональное использование речевых средств.

16. Технология повтора.

17. Презентация коммерческого предложения.

18. Виртуальная презентация.

19. Пять «смертных грехов» при выступлении на публике.

20. Неприятные вопросы и как нужно на них реагировать.

21. Искусство общения с публикой. Как произвести хорошее впечатление при проведении дискуссий за круглым столом.

22. Выбор технических средств для проведения презентаций.

23. Искусство передачи смысла сказанного (визуализация; оформление наглядных материалов, графические наглядные пособия, таблицы и рисунки; рассмотрение моделей и продуктов).

24. Отчет о презентации.

Контрольные задания:

«Достоинства и недостатки различных форм презентаций»

Форма презентации	Достоинства	Недостатки	Возможные технические осложнения
Устное сообщения			
С использованием			

досок			
С использованием флипчарта			
С использованием диапозитивов (слайдов)			
С использованием пленок			
С использованием видеоматериалов			
С использованием электронных средств			

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольная работа»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

1. Понятие инновационного маркетинга, его виды.
- 2 Стратегический и оперативный инновационный маркетинг.
3. Концепции современного инновационного маркетинга
4. Организация управления инновациями в организации.
5. Этапы инновационного развития организаций.
- 6. Цель и задачи инновационной деятельности.**
7. Инновации как объекты рынка.
8. Классификация инноваций.

9. Виды и направления использования инновационных технологий в маркетинговой деятельности.
10. Принципы стратегического и оперативного инновационного маркетинга.
11. Элементы комплекса 4 "Р" в системе инновационного маркетинга.
12. Система управления маркетингом.
13. Основные элементы системы управления маркетингом.
14. Место инновационного маркетинга в системе управления маркетингом.
15. Специфика управления инновационным маркетингом на различных этапах жизненного цикла товара.
16. Инновационный маркетинг как инструмент коммерциализации инновационного продукта.
17. Коммерциализация инновационного продукта как процесс превращения инновационного продукта в рыночный товар с целью извлечения прибыли.
18. Инновации в зависимости от степени потенциала: радикальные инновации, комбинаторные инновации, модифицирующие инновации
19. Информационное обеспечение управленческих решений в сфере инновационного маркетинга.
20. Обеспечение информационной поддержки инновационной деятельности.
21. Маркетинговые исследования в системе информационного обеспечения управленческих решений.
22. Методы исследований и методы сбора маркетинговой информации.
23. Анализ данных для информационного обеспечения управленческих решений в сфере инновационного маркетинга.
24. Инновационные стратегии: стратегии проведения НИОКР, стратегии адаптации нововведений.
25. Стратегии проведения НИОКР: лицензионная стратегия, стратегия исследовательского лидерства, стратегия следования жизненному циклу, стратегия параллельной разработки, стратегия опережающей научности.
26. Основные виды стратегий внедрения и адаптации нововведений.
27. Основные источники новых идей.
28. Исследование потребителей. Технологии бенчмаркинга.
29. Творческие методы генерации идей новых товаров.
30. Способы трансформации идей в инновации.
31. Основные методы оценки эффективности инновационного маркетинга.
32. Показатели эффективности инновационного маркетинга.
33. Технология оценки инноваций.

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «зачет»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
«зачтено»	<p>Выставляется, если ответ логически и лексически грамотно изложенный, содержательный и аргументированный ответ, подкрепленный знанием литературы и источников по теме задания, умение отвечать на дополнительно заданные вопросы; незначительное нарушение логики изложения материала, периодическое использование разговорной лексики, допущение не более одной ошибки в содержании задания, а также не более одной неточности при аргументации своей позиции, неполные или неточные ответы на дополнительно заданные вопросы; незначительное нарушение логики изложения материала, периодическое использование разговорной лексики при допущении не более двух ошибок в содержании задания, а также не более двух неточностей при аргументации своей позиции, неполные или неточные ответы на дополнительно заданные вопросы.</p>
«не зачтено»	<p>Выставляется, если в ответе допущено существенное нарушение логики изложения материала, систематическое использование разговорной лексики, допущение не более двух ошибок в содержании задания, а также не более двух неточностей при аргументации своей позиции, неправильные ответы на дополнительно заданные вопросы; существенное нарушение логики изложения материала, постоянное использование разговорной лексики, допущение не более трех ошибок в содержании задания, а также не более трех неточностей при аргументации своей позиции, неправильные ответы на дополнительно заданные вопросы; полное отсутствие логики изложения материала, постоянное использование разговорной лексики, допущение более трех ошибок в содержании задания, а также более трех неточностей при аргументации своей позиции, полное незнание литературы и источников по теме вопроса, отсутствие ответов на дополнительно заданные вопросы.</p>

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)