

ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с
государственными требованиями к
минимуму содержания и уровню
подготовки выпускников по
направлению Реклама и СО



Институт: **Медиа, Рекламы и Кино**
Название института

Кафедра: **Креативных индустрий**
Название кафедры

Автор(ы): **Маилян М.Г.**
Ученое звание, ученая степень, Ф.И.О

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина: Б1.В.ДВ.01.01 ИСКУССТВО ПРЕЗЕНТАЦИИ

Для бакалавриата:

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

ЕРЕВАН

1. Паспорт дисциплины:

Индекс дисциплины: Б1.В.ДВ.01.01

Наименование и код специальности подготовки 42.03.01- «Реклама и СО»

Год обучения: 4

Форма обучения: очная

Семестр: 6

Общее кол-во часов на дисциплину 72

Аудиторное кол-во часов на дисциплину 36 практический занятий и 36 самостоятельных работ

2. Аннотация

Дисциплина «Искусство презентации» способствует формированию у студентов представления, как коммуницировать с клиентами, как презентовать идею или проект, и как создавать продающие слайды. Обязанностями профессионального копирайтера в рекламном агентстве является подготовка к презентациям. Копирайтер должен быть знаком с процессом презентирования идеи или концепции.

Программа также поможет студентам презентабельно представлять свои курсовые и дипломные работы.

2.1. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина «Искусство презентации» тесно взаимосвязана с дисциплиной «Основы делового общения и деловой этикет». Курс дисциплины во многом опирается на знания общелингвистической и профессиональной подготовки студентов: «Основы делового общения и деловой этикет», «Мастерство копирайтинга».

2.2. Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины (что должен знать, уметь и владеть студент для прохождения данной дисциплины)

Для полного освоения курса дисциплины «Искусство презентации» студент должен владеть следующими основными знаниями, умениями и навыками:

- Иметь базовые знания о структуре речи.
- Владеть основными навыками психологических особенностей общения в больших и малых организациях разных сфер деятельности;
- навыки работы с компьютером;
- базовые навыки создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы;

2.3. Предварительное условие для прохождения (дисциплина(ы), изучение которых является необходимой базой для освоения данной дисциплины)

Курс дисциплины «Искусство презентации» во многом опирается на знания о сторителлинге. Также для успешного усвоения данной дисциплины необходимы фундаментальные знания в области психологии.

3. Содержание

3.1. Цели задачи дисциплины

Цель курса – дать студентам базовый комплекс знаний и умений, необходимый для работы в сфере рекламной коммуникации. По итогу курса студенты получают арсенал знаний об инструментах для создания презентаций, например “Power Point”. Сформируется представление о сторителлинге, о создании и обработки текстов и речи во время презентации, а также умение логически строить устную и письменную речь.

3.2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины (какие компетенции (знания, умения и навыки) должны быть сформированы у студента ПОСЛЕ прохождения данной дисциплины)

После прохождения курса дисциплины «Искусство презентации» студентами должны быть освоены следующие знания и навыки:

- Теоретическая и методологическая основа построения продающих презентаций
- Умение формировать и продвигать концепцию или идею;
- Умение разработать правильное содержание презентации;
- Владение навыками профессионального общения, соблюдая нормы и требования профессиональной этики;

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- владение основными методами, способами и средствами создания презентаций, готовность к созданию презентаций (ОК-12);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- Владение навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- способностью организовать подготовку к выпуску презентационных материалов (ПК-28);
- способностью подготовить, организовать и провести деловые встречи с клиентами;

3.3. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Курс «Искусство презентации» рассчитан на один семестр – 36 аудиторных часов; кредит- 2. Курс изучается в форме практических занятий. В конце семестра студенты сдают зачет.

4. Содержание разделов и тем дисциплины

Раздел 1. Публичные выступления и продвижение

Тема 1. Основы риторики и ее применения

Связь риторики с дисциплиной «Искусство презентации». Тип и характер ораторской речи. Стилистически правильное строение презентацию. Красноречие как способ убеждения. Как логически правильно строить речь. Ораторская речь. Использование ораторских элементов: логос, пафос, этос.

Кто работает над созданием презентаций. Профессиональные обязанности копирайтера. Личностные качества копирайтера, необходимые для его профессиональной деятельности.

ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет

Тема 2. Что такое ПИТЧ?

Краткая форма презентации идеи. Последовательность работ по созданию материала для презентации. Питч и его виды. Для кого делается. Презентации для стартап идеи, для инвестиций. Существует несколько видов данного рода выступлений: Elevator pitch, Idea pitch, Funding pitch. Структура питч презентаций. Процесс работы над презентацией.

Тема 3. Продажа идеи

Презентация как средство маркетинговой коммуникации. Внимание аудитории. Цель выступления. Внешний имидж, артистизм и энергия.

5 типов презентации проекта: представление основной идеи и первичной концепции проекта, презентация проекта потенциальным инвесторам, презентация проекта проектной команде, регулярные презентации промежуточных результатов проекта, презентация результатов проекта и полученных уроков в ходе его реализации.

Раздел 2. Презентации как инструмент рекламы и маркетинга

Тема 4. Мультимедийные презентации:

Презентация как способ продать продукт. Мультимедиа – новая форма, воплощении идеи в цифровом виде. Комбинации мультимедиа: медиатекст, гипертекст, двухмерная и трехмерная графика, анимация, движущееся изображение, музыка и звуковые эффекты. Мультимедийные презентации. Форматы мультимедийной презентации: Canva, PowerPoint. Тренды 21ого века.

Тема 5. Представление работ на рекламных фестивалях

Построение и структура кейса рекламной работы.

Международные рекламные фестивали. Культурные индикаторы: язык, одежда, ритуалы, история. Официальные и неофициальные формы общения с мировыми игроками. Базовые представления о конкурентах в мире.

Раздел 3. Теоретические и практические основы создания презентаций

Тема 6. Структура построения презентаций: сторителлинг

Работа над ключевыми элементами презентации. Фундамент сторителлинга как основа презентации: главное действующее лицо, место и контекст, цель, сюжет. Проблема, решение, пример.

«Слайдомент» новый термин для презентаций. Показатели, влияющие на качество текста: благозвучие, грамотность, релевантное графическое обрамление текста, уместное использование стилистических приемов, требуемое количество знаков, читабельность и логичность.

Тема 7. Корпоративная этика как элемент презентации

Профессиональная этика. Этика бизнеса. Основные концепции в этике бизнеса. Проблемы

макροэтики корпоративной культуры. Обучение этичному поведению в рекламном отделе. Стимулирование и мотивация работников с помощью соответствия этики организации. Как представиться перед клиентом и оставить правильное первое впечатление.

5. Теоретический блок

5.1. Учебно-методическое обеспечение

а) Базовые учебники

1. Алексей Каптерев «Мастерство презентации», изд.-во «Манн, Иванов и Фербер», 2017
2. Аристотель «Риторика», изд.-во «Э», 2017
3. Головин И.Б. Основы культуры речи. изд.-во«Высшая школа», 1988
4. Анашкина Н.А. Рекламный образ. Под ред. Л.М. Дмитриевской. М.: ЮНИТИ-ДАНА,2010
5. Бедышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. М.: изд. Дашков и К., 2008.
6. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: М.: Юнити, 2008
7. Иванова К.И. Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов. 3-е изд. Питер 2010
8. [«Бренд в социальных сетях»](#)
9. [«Возможности презентации проекта»](#), Султанов Анварович
10. [«Возникновение ораторского искусства»](#), Леякова Е.С.
11. [«Как понять свою аудиторию? Правила создания идеального контента»](#)

Дополнительная литература

12. Головин И.Б. Основы культуры речи. изд.-во«Высшая школа», 1988
 13. Храпов В. В, «Маркетинговые исследования при выводе нового продукта», 2007
 14. Ю. В. Рождественский, «Теория риторики», 1997
 15. [«Конспект по подготовке Pitch-выступления»](#), NataliyaT
 16. [«Личность оратора и искусство красноречия»](#)
- ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет*
17. [«Обзор риторических идей»](#), Михаил Пселл
 18. [«Особенности взаимодействия оратора и его аудитории»](#)

19. [«Пафос, логос, этос — секреты аргументации от Аристотеля»](#), Евгений Буянов
20. [«Питчинг: наживка для продюсера»](#), Hal Croasmun
21. [«Правила хорошего питча: как надо и не надо разговаривать с потенциальным инвестором»](#), Кирилл Бигай
22. [«Риторика Древней Греции»](#)
23. [«Риторика – Искусство красноречия»](#)
24. [«Скажи шаблонам прощай»: 10 лайфхаков для создания убойных презентаций»](#), Николай Пере
25. [«Корпоративная презентация: Как продать идею за 10 слайдов»](#), Дмитрий Лазарев

6. Методический блок

6.1. Методика преподавания, обоснование выбора данной методики

Преподавание учебной дисциплины «Искусство презентации» строится на сочетании лекций, семинарских, а также самостоятельной работы студентов.

На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы содержания дисциплины. Лекции проводятся в интерактивной форме с участием студентов в обсуждении, обеспечением «обратной связи» между преподавателем и студентами.

6.2. Методические рекомендации для студентов

Рабочей программой дисциплины «Искусство презентации» предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 36 часов. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- изучение и усвоение лекционного материала,
- подготовку к контрольным работам и тестам,
- изучение дополнительной литературы по разделам, указанным лектором,
- подготовку к практическим занятиям,
- работу с Интернет-ресурсами,
- подготовку к зачету.

Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников. При самостоятельной работе следует прочитать рекомендованную литературу и при необходимости составить краткий конспект основных положений, терминов, сведений, требующих запоминания и являющихся основополагающими в этой теме и для освоения последующих разделов курса. Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы.