

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 23.12.2024 11:30:33

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины
Презентация фирмы, товаров и услуг**

Направление 43.03.01 Сервис

Направленность 43.03.01.01 Управление в индустрии гостеприимства и туризма

Для набора 2024 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Антикризисное и корпоративное управление**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	44	44	44	44
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Панфилова Е.А.

Зав. кафедрой: к.э.н., доц. Синюк Т.Ю.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Суржиков М.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения дисциплины формирование у обучающихся знаний, умений и навыков относительно презентации сервисных услуг на основе подготовки маркетинговых материалов, маркетингового анализа, консультирования в индустрии гостеприимства
-----	--

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способность осуществлять подготовку маркетинговых материалов, проводить маркетинговый анализ, консультирование участников сервисной деятельности в рамках организации и развития проекта в индустрии гостеприимства

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

современных технологий в области маркетинга для осуществления процесса сервиса (соответствует индикатору ПК 1.1)

Уметь:

демонстрировать знание современных технологий в области маркетинга для осуществления процесса сервиса (соответствует индикатору ПК 1.2)

Владеть:

навыками формулировки предложения по применению современных технологий в области маркетинга для осуществления процесса сервиса (соответствует индикатору ПК 1.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теоретико-методологические основы формирования презентации фирмы, работ и услуг

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Тема 1.1. Понятие и значение презентации Определение презентации Цели и задачи презентации Сущность и типология презентаций Цель и задачи дисциплины. Связь с другими дисциплинами. Презентация в бизнесе и ее значение. Типы презентаций и их выбор / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
1.2	Тема 1.1. Понятие и значение презентации Определение презентации Цели и задачи презентации Сущность и типология презентаций Цель и задачи дисциплины. Связь с другими дисциплинами. Презентация в бизнесе и ее значение. Типы презентаций и их выбор / Пр /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
1.3	Тема 1.2 Основные виды презентаций Презентация фирмы Презентация товара Презентация услуг Презентация – информация, презентация – продажа, презентация - демонстрация Цели подготовки презентации: убеждающие, информативные, развлекательные. Оценка эффективности оратора / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
1.4	Тема 1.2 Основные виды презентаций Презентация фирмы Презентация товара Презентация услуг Презентация – информация, презентация – продажа, презентация - демонстрация Цели подготовки презентации: убеждающие, информативные, развлекательные. Оценка эффективности оратора / Пр /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23

Раздел 2. Подготовка к презентации					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	Тема 2.1 Исследование аудитории Определение целевой аудитории Методы исследования аудитории Сущность понятия «Аудитория». Размер аудитории. Зависимость размера аудитории от целей презентации. Вопросы для анализа аудитории. Анализ возможной реакции публики. Основные разделы вопросов по характеристике аудитории. Уровень понимания аудитории. Отношения презентующего с публикой. / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
2.2	Тема 2.1 Исследование аудитории Определение целевой аудитории Методы исследования аудитории Сущность понятия «Аудитория». Размер аудитории. Зависимость размера аудитории от целей презентации. Вопросы для анализа аудитории. Анализ возможной реакции публики. Основные разделы вопросов по характеристике аудитории. Уровень понимания аудитории. Отношения презентующего с публикой. / Пр /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
2.3	Тема 2.2 Сбор информации Анализ товаров и услуг Конкурентный анализ / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
2.4	Тема 2.2 Сбор информации Анализ товаров и услуг Конкурентный анализ / Пр /	5	0	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
2.5	Тема 2.3 Создание структуры презентации . Введение, основная часть, заключение Принципы построения логики изложения / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
2.6	Тема 2.3 Создание структуры презентации . Введение, основная часть, заключение Принципы построения логики изложения / Пр /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
2.7	Тема 2.4 Подготовка материалов Визуальные материалы (презентации, буклеты) Аудиовизуальные элементы / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
2.8	Тема 2.4 Подготовка материалов	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3,

	Визуальные материалы (презентации, буклеты) Аудиовизуальные элементы / Пр /				Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
Раздел 3. Технологии и методы проведения презентации и технология формирования презентации фирмы, работ и услуг					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
3.1	Тема 3.1 Ораторское мастерство Основы ораторского мастерства Работа с голосом и телом / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
3.2	Тема 3.1 Ораторское мастерство Основы ораторского мастерства Работа с голосом и телом / Пр /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
3.3	Тема 3.2 Использование технологий Инструменты для создания презентаций (LibreOffice Impress и др.) Аудиовизуальное оборудование Раздел подготовки презентации. Развитие речи или презентации. Наглядные средства для иллюстрирования речи. Секреты хорошего выступления, презентации. Период задавания вопросов. Структура, содержание презентации, стиль презентации. Сопровождение презентации. Ситуативное управление. Показатели возникновения контакта с аудиторией. Повседневная подготовка к выступлениям. / Лек /	5	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
3.4	Тема 3.2 Использование технологий Инструменты для создания презентаций (LibreOffice Impress и др.) Аудиовизуальное оборудование Раздел подготовки презентации. Развитие речи или презентации. Наглядные средства для иллюстрирования речи. Секреты хорошего выступления, презентации. Период задавания вопросов. Структура, содержание презентации, стиль презентации. Сопровождение презентации. Ситуативное управление. Показатели возникновения контакта с аудиторией. Повседневная подготовка к выступлениям. / Пр /	5	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
Раздел 4. Презентация товара и продукта/услуг					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
4.1	Тема 4.1 Виды презентаций продукта. Классификация презентаций по объекту: презентация товаров, услуг, проектов. Классификация презентаций по месту проведения / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
4.2	Тема 4.1 Виды презентаций продукта. Классификация презентаций по объекту: презентация товаров, услуг, проектов. Классификация презентаций по месту проведения / Пр /	5	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
4.3	Тема 4.2 Техники презентации продукта Сторителлинг. 4U: Useful	5	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3,

	— Unique — Ultra-Specific — Urgent Модель гамбургера / Лек /				Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
4.4	Тема 4.2 Техники презентации продукта Сторителлинг. 4U: Useful — Unique — Ultra-Specific — Urgent Модель гамбургера / Пр /	5	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
4.5	Тема 4.3 Этапы презентации продукта. Типичные ошибки презентации товара Этапы разработки презентации» Подготовительный этап разработки презентации. Определение цели. Сбор первичной информации при подготовке презентации. Маркетинговые исследования. Определение типа презентации. / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
4.6	Тема 4.3 Этапы презентации продукта. Типичные ошибки презентации товара Этапы разработки презентации» Подготовительный этап разработки презентации. Определение цели. Сбор первичной информации при подготовке презентации. Маркетинговые исследования. Определение типа презентации. / Пр /	5	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23

Раздел 5. Презентация фирмы

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
5.1	Тема 5.1 Виды и форматы презентаций работы компании Типовая структура презентации вашей компании / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13, Л2.14, Л2.15, Л2.16, Л2.17, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
5.2	Тема 5.1 Виды и форматы презентаций работы компании Типовая структура презентации вашей компании / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
5.3	Тема 5.2 Пошаговый план создания презентации компании Ключевые инструменты для создания презентации фирмы Изучение стратегий и тактик самопрезентации. Уклонение, самовозвышение, самопринижение. Изучение создания качественного портфолио для своей компании. Основные сведения о компании, необходимые для создания портфолио / Лек /	5	2	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
5.4	Тема 5.2 Пошаговый план создания презентации компании Ключевые инструменты для создания презентации фирмы Изучение стратегий и тактик самопрезентации. Уклонение, самовозвышение, самопринижение.	5	4	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6,

	Изучение создания качественного портфолио для своей компании. Основные сведения о компании, необходимые для создания портфолио / Пр /				Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
5.5	Подготовка индивидуального проекта Разработка презентации компании Подготовка презентации товара/услуги / Ср /	5	44	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23
5.6	/ Экзамен /	5	36	ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.13, Л2.18, Л2.19, Л2.20, Л2.21, Л2.22, Л2.23

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Кеннеди Д., Мэтьюс Д.	Жесткие презентации: как продать что угодно кому угодно: практическое руководство	Москва: Альпина Паблишер, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570350 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Шевченко-Савлакова Н. М.	Методика создания интерактивных презентаций в PowerPoint (для педагогов-психологов, преподавателей психологии): учебно-методическое пособие	Минск: РИПО, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599802 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Кузьменко Наталья	Презентация на миллион: от идеи до инвестора.	Санкт-Петербург: Питер, 2021	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=373524 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Мазилкина, Е. И.	Искусство успешной презентации: практическое пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019	https://www.iprbookshop.ru/79633.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Катунин, Г. П.	Создание профессиональных презентаций: учебное пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019	https://www.iprbookshop.ru/80923.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.6	Мамина, Р. И.	Искусство самопрезентации: учебное пособие	Санкт-Петербург: Петрополис, 2017	https://www.iprbookshop.ru/84662.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.7	Черняк, Е. Ф.	Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры: курс лекций для обучающихся по направлению подготовки 51.03.05 «режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) выпускника «бакалавр»	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2019	https://www.iprbookshop.ru/95571.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.8	Гостева, Л. З.	Методы и технологии подготовки эффективных презентаций: учебное пособие	Благовещенск: Амурский государственный университет, 2017	https://www.iprbookshop.ru/103890.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.9	Панфилова А. П.	Презентации и переговоры в профессиональной деятельности: практикум	Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2021	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691810 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Медведева, Е. И.	Мифодизайн в рекламе технических инноваций: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2021	https://www.iprbookshop.ru/102240.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Карцева Е. А.	Реклама и PR. Смена стратегий в новую эпоху: монография	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602505 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Федоткина, Е. В., Серпикова, М. Б., Шехурдина, Т. А.	Техники публичного выступления: учебное пособие для студентов всех направлений подготовки рут (миит)	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2021	https://www.iprbookshop.ru/122140.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Паллотта, В. И., Сичкарь, Т. В.	Графический дизайн в рекламно-выставочной коммуникации. В 2 частях. Ч.1: учебное пособие	Москва: Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, 2022	https://www.iprbookshop.ru/126942.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Трищенко Д. А.	Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/518451 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Щербаков С.	Таргетированная реклама. Точно в яблочко	Санкт-Петербург: Питер, 2022	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=356945 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.7	Селезнева Л. В.	Написание рекламных текстов: учебное пособие для спо	Москва: Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/519472 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.8	Осина, О. Н., Найденова, М. В.	Теория и практика рекламных коммуникаций: учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2023	https://www.iprbookshop.ru/131671.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.9	Корниенко С. Ф., Третьякова Н. В., Бондаренко В. А., Осовцев В. А., Пономарева А. М., Костоглодов Д. Д., Ерохина Т. Б., Писарева Е. В., Иванченко О. В., Миргородская О. Н., Дзотцоева К. А., Хачатурян Н. Р., Дадаян Н. А.	Основы PR и рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов бакалавриата направлений 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 38.03.06 "Торговое дело"	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2022	57
Л2.10	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.11	Макарова Т. Л., Самсонова Н. Д.	Роль цвета в современном рекламном образе: семантика и прагматика: монография	Москва: Директ-Медиа, 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696519 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.12	Шевченко Д. А.	Введение в коммуникативные специальности: журналистика, реклама и связи с общественностью: учебник	Москва: Директ-Медиа, 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701349 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.13	Федоткина Е. В., Серпикова М. Б., Шехурдина Т. А.	Техники публичного выступления: учебное пособие для студентов всех направлений подготовки РУТ (МИИТ): учебное пособие	Москва: Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2021	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703003 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.14	Иващенко А. С.	Визуальные коммуникации в ребрендинге компаний: студенческая научная работа	Ухта: б.и., 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=704947 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.15	Колоколов А.	Заставьте данные говорить: как сделать бизнес- дашборд в Excel : руководство по визуализации данных: практическое пособие	Москва: Альпина Паблицер, 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707462 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.16	Бондаренко В. А., Дадаян Н. А., Дзотцоева К. А., Ерохина Т. Б., Корниенко С. Ф., Бондаренко В. А.	Основы PR и рекламной деятельности: учебное пособие для студентов бакалавриата направлений 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», 38.03.06 «Торговое дело»: учебное пособие	Ростов-на-Дону: Издательско- полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708613 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.17	Кузьмин П. А., Луканина Т. В., Павловская Е. Э., Типикин В. В., Павловская Е. Э.	Дизайн-проект элементов визуального стиля социокультурного события: учебно-методическое пособие по дисциплине «Дизайн-проектирование»: учебно-методическое пособие	Екатеринбург: Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ), 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710309 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.18	Морозова Н. С., Морозов М. А.	Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/544660 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.19	Душкина М. Р.	Технологии рекламы и связей с общественностью: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/555773 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.20	Душкина М. Р.	Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/545416 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.21	Кольшикина Т. Б., Маркова Е. В., Шустина И. В.	Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/545458 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.22	Семенова Л. М.	Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/542134 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.23	Евстафьев В. А., Тюков М. А.	Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе : учебное пособие. - 2-е изд.	Москва: Дашков и К, 2024	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=393108 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "Консультант +"

ИСС "Гарант" <http://www.internet.garant.ru/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>

База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru/database/>

Портал открытых данных РФ <https://data.gov.ru/>

База статистических данных Росстата <http://www.gks.ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-1: Способность осуществлять подготовку маркетинговых материалов, проводить маркетинговый анализ, консультирование участников сервисной деятельности в рамках организации и развития проекта в индустрии гостеприимства			
Знать- современных технологий в области маркетинга для осуществления процесса сервиса	<p>Умение точно описывать современные технологии в области маркетинга (SEO, SMM, контент-маркетинг, big data и др.).</p> <p>Знание актуальных трендов и новшеств в сфере маркетинга. Осознание того, как различные системы и инструменты (CRM-системы, email-маркетинг, аналитика) влияют на процесс сервиса.</p> <p>Знание методов применения технологий для улучшения клиентского опыта</p>	<p>Умение приводить примеры успешного применения технологий в маркетинге и их влияния на процесс обслуживания клиентов</p> <p>Соответствие представленного контента направлению компании и ключевым услугам/товарам.</p> <p>Обоснованность выборки информации на основании целевой аудитории.</p> <p>Актуальность материалов (новизна, современные тренды)</p>	<p>Э – экзамен 1 – 112</p> <p>ПЗ – практические задания 1-7</p> <p>О – опрос 1-15</p> <p>Р – рефераты с презентацией 1-56</p> <p>Т - тест</p>
Уметь -. современных технологий в области маркетинга для осуществления процесса сервиса	<p>Способность использовать современные маркетинговые инструменты для анализа рынка и потребностей клиентов.</p> <p>Умение вести маркетинговые</p>	<p>Умение приводить примеры и отстаивать свою позицию, а также пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям</p> <p>Способность разрабатывать индивидуальные</p>	<p>Э – экзамен 1 – 112</p> <p>ПЗ – практические задания 1-7</p> <p>О – опрос 1-15</p> <p>Р – рефераты с презентацией</p>

	<p>кампании с использованием различных онлайн-ресурсов и платформ.</p> <p>Умение использовать современные инструменты аналитики (Google Analytics, Yandex.Metrica и др.)</p>	<p>предложения на основе анализа данных</p> <p>Эстетическая привлекательность слайдов (цветовая гамма, шрифты, изображения).</p> <p>Умеренная загрузка слайдов текстом и графикой.</p> <p>Использование инфографики и других визуальных элементов для улучшения восприятия.</p>	<p>1-56</p> <p>T - тест</p>
<p>Владеть - навыками формулировки предложения по применению современных технологий в области маркетинга для осуществления процесса сервиса</p>	<p>Умение генерировать новые идеи и подходы для внедрения технологий в сервисный процесс.</p> <p>Способность находить нестандартные решения для проблем клиентов</p>	<p>Соответствие представленной информации материалам учебной литературы и сведениям из информационных ресурсов Интернет;</p> <p>обоснованность выполнения кейсов</p> <p>Способность проводить презентации и защищать свои идеи перед аудиторией</p> <p>Наличие примеров, исследований, статистики, подтверждающих данные</p> <p>Визуальная привлекательность и профессионализм оформления слайдов</p>	<p>Э – экзамен</p> <p>1 – 112</p> <p>ПЗ – практические задания</p> <p>1-7</p> <p>О – опрос</p> <p>1-15</p> <p>Р – рефераты с презентацией</p> <p>1-56</p> <p>T - тест</p>

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

экзамен: 84-100 баллов (оценка «отлично»);

67-83 баллов (оценка «хорошо»);

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»);

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»).

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. Объяснить сущность презентации и ее значение бизнесе
2. Раскройте типы презентаций и их выбор
3. Опишите подготовительный этап разработки презентации
4. Определить ключевые цели презентации
5. Сбор первичной информации при подготовке презентации
6. Определение типа презентации
7. Планирование презентации: определение длительности и времени проведения
8. Объясните процедуру выбора аудитории и места проведения презентации
9. Обоснование структуры, определение ведущих презентацию, разработчиков, бюджета и сроков выполнения проекта
10. Опишите процесс составления схемы презентации
11. Разработка сценария: вступление, структура основной части, заключение
12. Продемонстрируйте схему «6 П» и ее применение
13. Роль ведущего в проведении презентации
14. Раскройте принципы создания имиджа ведущего
15. Требования к речи ведущего
16. Приемы усиления выразительности речи
17. Использование разговорной речи
18. Раскройте приемы подачи материала
19. Продемонстрируйте приемы установления контакта с аудиторией
20. Раскройте приемы убеждения клиентов
21. Составление схемы презентации
22. Разработка сценария – вступление, структура основной части, заключение
23. Схема «6 П» и ее применение
24. Подведение итогов презентации
25. Анализ основных положений презентации проекта
26. Сбор первичной информации при подготовке презентации
27. Определение типа презентации
28. Планирование презентации: определение длительности и времени проведения. Выбор аудитории и мест проведения
29. Разработка сценария: вступление, структура основной части, заключение
30. Особенности формирования презентации сервисного предприятия
31. Какие функции выполняет презентация?
32. Какова основная цель презентации?
33. В чем заключается значение презентации в бизнесе?
34. Какие задачи решает презентация фирмы?
35. В чем различие между презентацией товара и услуг?
36. Как презентация влияет на принятие решения клиентом?
37. Какие факторы определяют успешность презентации?
38. Основные виды презентаций
39. Какие существуют основные виды презентаций?
40. В чем особенности презентации фирмы?
41. Какие элементы должны присутствовать в презентации товара?

42. Какова природа презентации услуг?
43. Какова цель презентации новых продуктов?
44. В чем отличие маркетинговой презентации от презентации для инвесторов?
45. Что такое целевая аудитория?
46. Как определить целевую аудиторию для презентации?
47. Какие методы можно использовать для исследования аудитории?
48. Каковы ключевые вопросы, которые нужно задать при исследовании аудитории?
49. Как сбор информации о целевой аудитории влияет на презентацию?
50. В чем заключается важность понимания потребностей аудитории?
51. Как проводить анализ товаров компании?
52. Что такое конкурентный анализ?
53. Какие методы используются для конкурентного анализа?
54. Как поведение конкурентов влияет на стратегию вашей компании?
55. Как понять, какие услуги наиболее интересуют клиентов?
56. Какие аспекты необходимо учитывать при анализе услуг?
57. Какова структура презентации?
58. Как правильно написать введение для презентации?
59. Какие элементы важны в основной части презентации?
60. Каковы основные функции заключения в презентации?
61. Каковы принципы построения логики изложения в презентации?
62. Какие ошибки можно допустить при составлении структуры презентации?
63. Какие визуальные материалы могут быть использованы в презентации?
64. Как выбрать наиболее подходящие аудиовизуальные элементы?
65. Какова роль графиков и диаграмм в презентации?
66. Какие основные аспекты ораторского мастерства вы знаете?
67. Как речь и голос могут повлиять на восприятие вашей презентации?
68. Какова роль невербального общения в ораторском мастерстве?
69. Какие техники помогают улучшить уверенность оратора?
70. Какие инструменты вы можете использовать для создания презентации?
71. Какова эффективность использования PowerPoint для презентаций?
72. Какие альтернативные инструменты существуют для создания визуализаций?
73. Как использовать аудиовизуальное оборудование во время презентации?
74. Как его возможности влияют на общее восприятие аудитории?
75. Какие ошибки стоит избежать при использовании технологий?
76. Виды презентаций продукта
77. Каково различие между презентацией товара и презентацией проекта?
78. Какие факторы нужно учитывать при подготовке презентации услуг?
79. Как определить формат презентации в зависимости от целевой аудитории?
80. Как презентация может варьироваться в зависимости от места проведения?
81. Техники презентации продукта
82. Что такое сторителлинг и как он работает в контексте презентации?
83. Как применяется модель 4U (Useful, Unique, Ultra-Specific, Urgent) в презентациях?
84. В чем суть модели гамбургера?
85. Каковы этапы презентации продукта?
86. Какие типичные ошибки встречаются в презентации товара?
87. Как исправить ошибки в процессе презентации?
88. Виды и форматы презентаций работы компании
89. Какие форматы презентаций используются в работе компании?
90. Какова типовая структура презентации вашей компании?
91. Как выбрать правильный формат для вашей презентации?
92. Почему важно адаптировать формат презентации под целевую аудиторию?
93. Какова роль корпоративной идентичности в презентации?

94. Пошаговый план создания презентации компании
95. Какова структура пошагового плана создания презентации?
96. Какие ключевые элементы должны быть включены в презентацию компании?
97. Как определить цель презентации компании?
98. Какие факторы следует учитывать при планировании времени презентации?
99. Как заранее подготовить ответы на возможные вопросы от аудитории?
100. Ключевые инструменты для создания презентации фирмы
101. Какие инструменты наиболее эффективны для презентации фирмы?
102. Как создать визуально привлекательную презентацию?
103. Как эффективно использовать картинки и графику в вашей презентации?
104. Как правильно использовать шрифты и цветовые схемы?
105. Каковы основные правила поведения на сцене во время презентации?
106. Как сделать презентацию более интерактивной?
107. Как вовлечь аудиторию в процесс презентации?
108. Как использовать технологии обратной связи в ходе презентации?
109. Как управлять временем во время презентации?
110. Как подготовиться к возможным вопросам от аудитории?
111. Какие ключевые софты можно использовать для создания инфографики?
112. Отличие линейно-функциональной от процессно-ориентированной модели управления.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» (84-100 баллов) выставляется, если изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- оценка «хорошо» (67-83 баллов) - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;
- оценка «удовлетворительно» (50-66 баллов) - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- оценка «неудовлетворительно» (0-49 баллов) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

1. Презентация – это:

- А. общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного, например, книги, журнала, кинофильма, телепрограммы, организации.
- В. сочетание компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда, которые организованы в единую среду.
- С. обмен сведениями с помощью языка или жестов.

2. Целью презентации проекта является:

- А. информирование людей о каком-либо проекте, определение обратной реакции;
- В. создание имиджа фирмы среди деловых кругов, создание или воссоздание благоприятного образа фирмы, реклама имени фирмы;
- С. создание знания о новой марке, товаре или услуге на целевом рынке, ознакомление потребителей с новыми возможностями.

3. Различают:

- А. презентацию товара.
- В. презентацию проекта.
- С. презентацию плана будущих работ.
- Д. презентацию объема и содержания выполненных работ (отчет);
- Е. презентацию общественной организации;
- Ф. все выше перечисленные.

4. Напишите три общие цели публичного выступления:

- А.
- В.
- С.

5. Вербальное аргументированное воздействие на партнера по общению называется:

- А. заражение;
- В. убеждение;
- С. внушение.

6. Правила активного слушания предполагают:

- А. невербальное участие в разговоре.
- В. перефразирование и резюмирование.
- С. отходить от темы, подлежащей обсуждению

7. Вербальное общение:

- А. общение с помощью жестов;
- В. общение с друзьями;
- С. общение с помощью слов.

8. Ораторское искусство - это:

- А. искусство публичного выступления, с целью убеждения;
- В. обмен сведениями с помощью языка или жестов;
- С. общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного, например, книги, журнала, кинофильма, телепрограммы, организации.

2. Инструкция по выполнению

В каждом вопросе теста необходимо отметить один правильный ответ из ряда предложенных вариантов. Время выполнения теста – 20 мин.

3. Критерии оценки:

- 5 баллов выставляется студенту, если студент ответил правильно на 100-85% заданий теста;
- 4 балла, если студент ответил на 84-69 % заданий;
- 3-2 балла, если студент ответил на 68-50% заданий;
- 1-0 балла, если студент ответил менее, чем на 50 % заданий.

Опрос

1. Что такое презентация и каковы ее основные цели в бизнесе?
2. Какова структура эффективной презентации? Из каких частей она состоит?
3. Какие техники подготовки к презентации могут повысить ее успешность?
4. Как определить целевую аудиторию для вашей презентации?
5. В чем разница между устной и письменной презентацией?
6. Какие приемы можно использовать для привлечения внимания слушателей с первых минут?
7. Как важно использовать визуальные элементы в презентации? Какие они могут быть?
8. Каковы лучшие практики оформления слайдов для презентации?
9. Как правильно выбрать и использовать шрифты в презентации?
10. Какова роль рассказа или истории (сторителлинга) в презентации?
11. Каковы основные ошибки, которых следует избегать при создании презентации?
12. Как использовать эмоциональные элементы в презентации для воздействия на аудиторию?
13. Что такое SWOT-анализ и как его можно использовать в презентации фирмы?
14. Какие типы презентаций существуют и в чем их отличия?
15. Как адаптировать свою презентацию в зависимости от формата (онлайн, оффлайн)?

Критерии оценивания: 25 - балльная шкала. Обучающийся должен ответить на 5 вопросов. Каждый ответ оценивается максимум в 5 баллов.

- «6 -5 баллов» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно.
- «4-1 балла», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса
- «0 баллов», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Практические задания

Задание 1: Создание презентации для нового продукта

Описание: Разработайте презентацию для запуска нового продукта вашей фирмы. Определите целевую аудиторию, ключевые преимущества продукта и способы его продвижения.

Требования:

Структура из 10–15 слайдов.

Включите слайд с анализом конкурентного окружения.

Используйте визуальные элементы (графики, изображения, схемы).

Задание 2: Анализ успешной презентации

Описание: Найдите и проанализируйте одну успешную презентацию – это может быть TED Talk, бизнес-презентация или конференция. Определите, что делает эту презентацию эффективной, и представьте свои рекомендации.

Требования:

Напишите краткий обзор (1-2 страницы) о презентации.

Укажите ключевые элементы, которые привлекли ваше внимание (структура, визуальные материалы, взаимосвязь с аудиторией).

Предложите, как можно улучшить данную презентацию.

Задание 3: Проведение обратной связи

Описание: Проведите презентацию на выбранную вами тему перед небольшой группой (5-7 человек). После завершения, соберите обратную связь от участников.

Требования:

Продолжительность презентации – не более 10 минут.

Запишите ключевые моменты обратной связи.

Подготовьте письменный отчет о том, что вы узнали, и как собираетесь улучшить свои навыки.

Задание 4: Эффективное использование визуальных средств

Описание: Создайте постер или слайд для презентации, используя различные визуальные средства (инфографика, диаграммы, фотографии) для передачи информации о вашем продукте или услуге.

Требования:

Разработайте один постер или слайд, максимально используя визуальные элементы.

Обоснуйте выбор каждого элемента (почему выбраны конкретные изображения, шрифты, цвета).

Подготовьте краткое устное выступление, чтобы представить свой постер.

Задание 5: Подготовка к выступлению

Описание: Выберите тему для презентации. Подготовьте текст выступления, включая вступление, основную часть и заключение. Затем выполните репетицию своего выступления.

Требования:

Напишите текст выступления объемом 1-2 страницы.

Проведите 2-3 репетиции, записывая себя на видео.

Напишите краткий отчет о том, что удалось, а что требовало улучшения.

Задание 6: Ролевая игра «Презентация перед инвесторами»

Описание: Разработайте сценарий для презентации перед потенциальными инвесторами. Определите финансовые потребности компании, планируемую прибыль и способы возврата инвестиций.

Требования:

Создайте презентацию из 8-10 слайдов.

Подготовьте ответы на возможные вопросы инвесторов.

Проведите «жизненную» презентацию, имитируя реальное взаимодействие с инвесторами (можно с участием однокурсников).

Задание 7: Презентация туристического продукта

Описание: Разработайте презентацию для нового туристического пакета, который ваша компания планирует запустить. Определите целевую аудиторию, уникальные особенности и преимущества вашего продукта.

Требования:

Структура из 10-15 слайдов.

Включите описание маршрута, основные достопримечательности, стоимость и особенности размещения.

Используйте карты, фотографии, графики и другие визуальные элементы для привлечения внимания.

Задание 8: Анализ конкуренции

Описание: Проведите анализ конкурентов в сфере гостеприимства, выбрав две-три компании в вашем регионе. Подготовьте презентацию с выводами о сильных и слабых сторонах их услуг.

Требования:

Сравнительный анализ, включающий SWOT-аналитику (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы).

Создайте информативный слайд с таблицей сравнений.

Подготовьте рекомендации по улучшению услуг вашей компании на основе анализа.

Задание 9: Проведение маркетингового исследования

Описание: Организуйте и проведите небольшое опросное исследование среди потенциальных клиентов о предпочитаемых туристических услугах и ожидаемых ценах. Обработайте результаты и подготовьте презентацию.

Требования:

Определите, какие вопросы необходимо включить в опрос (как минимум 5).

Разработайте отчет с графиками и диаграммами, иллюстрирующими результаты.

Подготовьте выводы и рекомендации для вашей компании на основе собранных данных.

Задание 10: Презентация гостиничного сервиса

Описание: Подготовьте подробную презентацию о сервисах и услугах одной из гостиниц в вашем регионе. Фокусируйтесь на уникальных аспектах и преимуществах гостиницы.

Требования:

Структура презентации должна включать следующие разделы: общее описание, размещение, удобства, рестораны, мероприятия и акции.

Используйте фотографии и видео из гостиницы для повышения вовлеченности аудитории.

Включите отзывы клиентов и краткий анализ рейтингов.

Задание 11: Разработка рекламной кампании

Описание: Создайте презентацию, в которой вы предложите идею рекламной кампании для продвижения туристических услуг вашей компании. Определите целевую аудиторию и каналы проживания рекламы.

Требования:

Опишите концепцию кампании и основные сообщения.

Подготовьте образцы рекламных материалов (макеты, графики).

Выберите критерии для оценки эффективности рекламной кампании.

Критерии оценивания: 40 – балльная шкала, студент может выполнить не более 4-х заданий. Каждый ответ оценивается максимум в 10 баллов.

- «10 баллов» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

- «6-9 баллов», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

- «3-5 балла», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

- «0-2 балла», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Темы рефератов с презентацией

1. Роль презентации в продвижении туристических услуг на современном рынке.

2. Эффективные методы презентации туристических продуктов для целевой аудитории.
3. Влияние визуальных элементов на восприятие туристических предложений.
4. Применение технологий виртуальной реальности для презентации гостиничных услуг.
5. Анализ успешных кейсов презентации туристических компаний.
6. Психология восприятия: как эмоции влияют на выбор туристического продукта.
7. Разработка эффективной маркетинговой стратегии для услуг гостиничного бизнеса.
8. Использование социальных медиа для продвижения туристических услуг.
9. Оценка результативности презентации в сфере гостеприимства.
10. Использование storytelling для создания привлекательной презентации туристических услуг.
11. Организация и проведение вебинаров для презентации товаров и услуг в индустрии гостеприимства.
12. Влияние культурных различий на процесс презентации услуг в международном туризме.
13. Подготовка презентации для привлечения инвесторов в гостиничный бизнес.
14. Разработка программы лояльности и её презентация клиентам.
15. Пример успешной презентации проекта гостиницы на выставках.
16. Роль отзывов клиентов в формировании презентации услуг.
17. Презентация специальных предложений в сфере туристических услуг.
18. Использование инфографики в презентации данных о туристическом потоке.
19. Этические аспекты презентации и рекламы в индустрии гостеприимства.
20. Применение мультимедийных инструментов при презентации услуг.
21. Световое оформление и его влияние на восприятие презентации.
22. Роль профессиональной фотосъемки в создании привлекательных презентаций.
23. Использование мобильных приложений для презентации услуг гостиничного бизнеса.
24. Создание интерактивных презентаций для туристических агентств.
25. Как брендинг влияет на успешность презентации туристических услуг.
26. Организация участия компании в выставках и ярмарках: эффективность презентуемых услуг.
27. Роль персонализированных предложений в процессе презентации услуг.

28. Презентация новых туристических маршрутов для различных сегментов рынка.
29. Оценка конкурентоспособности гостиничных услуг через призму презентации.
30. Влияние экономических факторов на формат и содержание презентаций в индустрии гостеприимства.
31. Роль ведущего в проведении презентации.
32. Создание имиджа ведущего.
33. Требования к речи ведущего.
34. Приемы усиления выразительности речи.
35. Использование разговорной речи
36. Приемы подачи материала
37. Приемы установления контакта с аудиторией
38. Приемы убеждения клиентов
39. Составление схемы презентации
40. Разработка сценария – вступление, структура основной части, заключение
41. Подведение итогов презентации
42. Анализ основных положений презентации проекта
43. Сбор первичной информации при подготовке презентации
44. Определение типа презентации
45. Планирование презентации: определение длительности и времени проведения. Выбор аудитории и мест проведения
46. Разработка сценария: вступление, структура основной части, заключение
47. Организация личных продаж предприятия сервиса.
48. Управление имиджем организации/продукта сервисного предприятия.
49. PR-деятельность как инструмент маркетинга в сфере сервиса.
50. Разработка рекламной компании предприятия сервиса.
51. Применение аромамаркетинга с целью презентации услуг.
52. Управление поведением потребителей по средствам презентации товаров и услуг.
53. Разработка проекта рекламной компании туристской фирмы.
54. Организация выставочной деятельности туроператора.
55. Организация и проведение выставок-ярмарок организации в деятельности по связям с общественностью
56. Организация и проведение PR-кампании на предприятии общественного питания

Критерии оценивания: 30 – балльная шкала. Каждый реферат оценивается максимум в 10 баллов. *Студент может выполнить не более 3х рефератов.*

- «8 – 10 баллов» выставляется обучающемуся, если он выполнил все требования, содержащиеся в методических указаниях;

- «5 – 7 баллов» если реферат не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему и его доклад не содержит презентации;
- «2 – 4 балла» если реферат не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему, его доклад не содержит презентации, приводится только одна точка зрения на проблему;
- «0 – 1 балл» если реферат не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему, его доклад не содержит презентации, приводится только одна точка зрения на проблему, суть проблемы раскрыта не полностью.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в зачётном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются основные определения презентации, основные виды презентаций, методы исследования аудитории, конкурентный анализ, техники презентации продукта, сторителлинг. 4U: Useful — Unique — Ultra-Specific — Urgent, модель гамбургера, виды и форматы презентаций работы компании, типовая структура презентации вашей компании.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки по применению современных технологий в области маркетинга для осуществления процесса сервиса, способность проводить презентации и защищать свои идеи перед аудиторией. Закрепляются знания студентов по ряду теоретических вопросов. Подготовка к практическому занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т.е. с обращения к планам практических занятий, ознакомлению. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- письменно решить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Студент должен готовиться к предстоящему лабораторному занятию по всем, обозначенным в рабочей программе дисциплины вопросам.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.