

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

Экономический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Маркетинг

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. Цели и задачи дисциплины

Дисциплина «Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве» предназначен для формирования устойчивых навыков студентов в подготовке и проведению индивидуальных и групповых презентаций, умению убедительно и профессионально выступать, осуществлять целенаправленное воздействие в процессе деловых коммуникаций.

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Освоение дисциплины «Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач
		УК-12.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.1 Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение
		ОПК-2.2 Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		ОПК-2.3 Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде
ОПК-5	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-5.1 Определяет области своего воздействия на процесс управления и расставляет приоритеты
		ОПК-5.3 Применяет современные инструменты менеджмента и информационно-коммуникационные технологии для разработки мероприятий по повышению эффективности организации

3. Место дисциплины в составе ОП ВО

Дисциплина «Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Б1 ОП ДВ.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Навыки и современные технологии презентаций».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного		Логистика Маркетинговое администрирование Контент-маркетинг Производственная практика Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных		
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем		<p>Стратегический менеджмент Учет и анализ Экономико-математическое моделирование Управление продуктом Маркетинг взаимоотношений и партнерства Поведение потребителей Маркетинговые исследования Методы исследования рынка Управление проектами Digital marketing Территориальный маркетинг Маркетинговое управление бизнес-процессами Основы внешнеэкономической деятельности Оценка эффективности персонала и оплаты труда Методы и системы морального и материального стимулирования Позиционирование городов мира: поиск идентичности Маркетинговое обоснование старт-ап Стратегии и технологии продаж на рынках повседневных товаров Категорийный маркетинг</p> <p>Маркетинговое администрирование</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			Контент-маркетинг
ОПК-5	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности		Информационные технологии в менеджменте Стратегический менеджмент Экономико-математическое моделирование Управление проектами Персональный брендинг Стили и методы делового этикета Digital marketing Территориальный маркетинг Маркетинговое управление бизнес-процессами Основы внешнеэкономической деятельности Стратегии и технологии продаж на рынках повседневных товаров Категорийный маркетинг Маркетинговое администрирование Контент-маркетинг

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины «Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве» составляет 3 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для очно-заочной форм обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	14	14			
в том числе:					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	14	14			
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	91	91			
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	3	3			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108		
	зач.ед.	3	3		

5. Содержание дисциплины

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Виды учебной работы
1	<p><u>Раздел I.</u> Основы теории убеждения в бизнесе.</p>	<p>Тема 1. Элементы системы убеждения в бизнесе. Социально-психологические основы убеждения. Характеристика и компетенции агента убеждения. Модели аудитории (реципиентов сообщения). Структура и форма сообщения. Определение контекста сообщения.</p> <p>Тема 2. Как добиться убедительности? Базовые элементы убедительного сообщения: знания, чувства, желание, умение. Средства материализации убедительности в процессе сообщения (выступления).</p> <p>Тема 3. Как добиться содержательности? Приёмы и методы повышения содержательности выступления и повышения ценности презентации для аудитории: 1) структурирование и схематизация текста, 2) виды и форматы графики и видео, 3) статика и динамика презентации, 4) решения по цвету и шрифту.</p>	СЗ
2	<p><u>Раздел II.</u> Презентации как способ и форма убеждения.</p>	<p>Тема 4. Презентация как аудио-визуальная система. Виды презентаций, специфика и условия их применения. Основные средства, специфические особенности, условия и границы применения различных видов презентаций. Сущность и виды презентации в форме монолога и диалога. Презентация в форме вопроса. Имитативные формы презентации. Презентация в форме игры.</p> <p>Тема 5. Мультимедийные средства и технологии конструирования презентаций. Offline-пакеты для конструирования презентаций (Microsoft PowerPoint и Apple Keynote): достоинства, недостатки, техника использования. Online-пакеты для конструирования презентаций (Microsoft PowerPoint 365, Prezi). Приемы «выгрузки» Offline презентация в Online. Инструменты создания динамических элементов презентации (AppleScript, Hype 3).</p> <p>Тема 6. Структура и процесс презентации. Сюжет, сценарий и видеоряд презентации. Точки усиления внимания аудитории. Анализ и подготовка аудитории. Средства</p>	СЗ

		психологической и коммуникативной защиты в процессе презентации.	
3	Раздел III. Корпоративный сторителлинг.	<p>Тема 7. Корпоративный сторителлинг в системе коммуникационного менеджмента. Сущность и формы корпоративного сторителлинга. Сторителлинг как искусство манипулирования аудиторией. Элементы невербальной коммуникации.</p> <p>Тема 8. Сторителлинг как медиа технология. Транслирование смысла в процессе повествования историй. Видеоряд, интонация, позы, движения в процессе сторителлинга.</p> <p>Тема 9. Приемы визуализации рассказа в процессе презентации. Видеоряд рассказа как средство воздействия на подсознание. Правила «дзен»: цвета, шрифты, схемы.</p>	СЗ

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. Аудитория 340	Мультимедиа проектор Casio XJ-F100W Экран настенный Digis Dsem-1105
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве <u>21</u> шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. Аудитория 29	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Зал библиотеки

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Крис Андерсон. TED TALKS. Слова меняют мир: первое официальное руководство по публичным выступлениям / пер. с англ. – Москва, Издательство «Э», 2016.
2. Лазарев, Д. Корпоративная презентация: как продать идею за 10 слайдов / Д. Лазарев. - Москва : Альпина Паблишер, 2016.
3. Ивин, А.А. Аргументация в процессах коммуникации: монография / А.А. Ивин. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015.
4. Акаш Кариа. Вдохновляй своей речью: 23 правила сторителлинга от лучших спикеров TED Talks. – Москва, Издательство «Бомбора», 2018.

б) дополнительная литература

1. Лесникова, В.А. Мультимедийная презентация / В.А. Лесникова. - Королев : 6-и., 2013.
2. Кузовенкова А.И. Сторителлинг как новая медиатехнология // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. Выпуск 4 (26), С.138-143.
3. Минаева Л.В. Корпоративный сторителлинг // Вестник университета. 2016. Выпуск 2.
4. Галло, К. iПрезентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса / Кармин Галло; пер. с англ. Михаила Фербера. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
5. Гандапас, Р. К выступлению готов! Презентационный конструктор. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
6. Гандапас, Р. Камасутра для оратора. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

д) Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- *Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН*

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- *ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>*

- *ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>*

- *ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru*

- *ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>*

- *ЭБС «Троицкий мост»*

2. Базы данных и поисковые системы:

- *электронный фонд правовой и нормативно-технической документации*

<http://docs.cntd.ru/>

- *поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>*

- *поисковая система Google <https://www.google.ru/>*

- *реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>*

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве __».

** - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины в ТУИС! <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=16129>*

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

проф., д.э.н., каф. менеджмента

должность, название кафедры



подпись

В.С. Ефремов

инициалы, фамилия

ассистент каф. менеджмента

должность, название кафедры



подпись

И.С. Никитин

инициалы, фамилия

Руководитель программы

проф., д.э.н., каф. менеджмента

должность, название кафедры



подпись

В.С. Ефремов

инициалы, фамилия

зав. кафедрой

менеджмента

название кафедры



подпись

В.С. Ефремов

инициалы, фамилия

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Зав. Каф. Маркетинга, к.э.н.,

профессор



Зобов А.М.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.