

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.06.2025 16:57:51  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

**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)

**2023 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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.2. Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений УК-1.3. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования
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
ПКО-1	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием комплекса маркетинга	ПКО-1.2. Владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры ПКО-1.4. Знает основы оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)

### 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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Учебная практика	Микроэкономика Информационные технологии в менеджменте Концепции современного естествознания Микроэкономика Методы исследования рынка Мировая экономика Навыки и современные технологии презентаций Тайм-менеджмент Техника самокоучинга HR-брендинг Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе Логистика Прикладные маркетинговые исследования Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг) Управление маркетинговыми проектами Производственная практика Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать,		Экономико-математическое моделирование Информационные технологии в менеджменте

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	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		Креативность и инновации в бизнесе Нейромаркетинг Тайм-менеджмент Техника самокоучинга HR-брендинг Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг) Управление маркетинговыми проектами Маркетинговое администрирование Контент-маркетинг Маркетинг услуг Государственная итоговая аттестация
ПКО-1	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга		Экономика предприятия Маркетинговые исследования Поведение потребителей Креативность и инновации в бизнесе Нейромаркетинг Тайм-менеджмент Техника самокоучинга HR-брендинг Социальные сети в системе делового и персонального общения Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе Логистика Прикладные маркетинговые исследования Производственная практика Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины «Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве» составляет 2 зачетные 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.	32	32			
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27	27			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72		
	зач.ед.	2	2		

## 5. Содержание дисциплины

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

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Виды учебной работы
1	<b>Раздел I. Основы теории убеждения в бизнесе.</b>	<p><b>Тема 1. Элементы системы убеждения в бизнесе.</b> Социально-психологические основы убеждения. Характеристика и компетенции агента убеждения. Модели аудитории (реципиентов сообщения). Структура и форма сообщения. Определение контекста сообщения.</p> <p><b>Тема 2. Как добиться убедительности?</b> Базовые элементы убедительного сообщения: знания, чувства, желание, умение. Средства материализации убедительности в процессе сообщения (выступления).</p> <p><b>Тема 3. Как добиться содержательности?</b> 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><b><u>Раздел II.</u></b>  <b>Презентации как способ и форма убеждения.</b></p>	<p><b>Тема 4. Презентация как аудио-визуальная система.</b>  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.  <b>Тема 5. Мультимедийные средства и технологии конструирования презентаций.</b>  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).  <b>Тема 6. Структура и процесс презентации.</b>  Сюжет, сценарий и видеоряд презентации. Точки усиления внимания аудитории. Анализ и подготовка аудитории. Средства психологической и коммуникативной защиты в процессе презентации.</p>	СЗ
3	<p><b><u>Раздел III.</u></b>  <b>Корпоративный сторителлинг.</b></p>	<p><b>Тема 7. Корпоративный сторителлинг в системе коммуникационного менеджмента.</b>  Сущность и формы корпоративного сторителлинга. Сторителлинг как искусство манипулирования аудиторией. Элементы невербальной коммуникации.  <b>Тема 8. Сторителлинг как медиа технология.</b>  Транслирование смысла в процессе повествования историй. Видеоряд, интонация, позы, движения в процессе сторителлинга.  <b>Тема 9. Приемы визуализации рассказа в процессе презентации.</b>  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](http://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 БУП

Кафедра менеджмента.

Наименование БУП



подпись

В.С. Ефремов

инициалы, фамилия



**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**  
Заведующий кафедрой  
маркетинга, к.э.н., профессор



А.М. Зобов

---

должность, название кафедры

---

подпись

---

инициалы, фамилия