

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева

Институт экономики и управления (ИНЭУ)

сокращенное и полное наименование института

Кафедра «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» (СОМиК)

сокращенное и полное наименование кафедры

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Технологии самопрезентаций»

наименование дисциплины

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код и полное наименование направления подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Уровень образования

бакалавриат

бакалавриат, магистратура, специалитет

Форма обучения очная, заочная

Нижегород, 2015

Разработчики/составители методических рекомендаций по выполнению практических работ по дисциплине «Технологии самопрезентаций»:

кандидат социологических наук, Сухенко Н.В.

ученое звание, степень, фамилия, инициалы

Кафедра «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» (СОМиК)

Дата, подпись 17 03 09 2015 г.

Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Технологии самопрезентаций» рассмотрены на заседании кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» (СОМиК)

наименование кафедры

Протокол № 11 от «03» 09 2015 г.

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Зайцева Елена Анатольевна

ученое звание, степень фамилия, имя, отчество

Дата, подпись 03 09 2015 Е.А. Зайцева

Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Технологии самопрезентаций» согласованы с председателем методической комиссии по профилю подготовки, специальности (или председателем предметной комиссии)

Заведующий кафедрой Е.А. Зайцева

должность

к.э.н., доцент Зайцева Е.А.

ученое звание, степень, фамилия, инициалы

03 09 2015

дата, подпись

Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Технологии самопрезентаций» утверждены Ученым советом образовательно-научного института «Экономики и управления»

Протокол №27 от «14» 09 2015 г.

СОГЛАСОВАНО:

Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Технологии самопрезентаций» зарегистрированы в УМУ под учетным номером 4321

Начальник МО УМУ _____

личная подпись

А.В. Горностаева

расшифровка подписи

« »

дата

2015 г.

ведущий сотрудник Зайцева (Н.А. Зайцева) 17.05.2016

Введение

Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Технологии самопрезентаций» направления подготовки бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» для всех форм обучения разработана с учетом ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «29» марта 2010 г. № 221 и в соответствии с «Положением об учебно-методическом комплексе дисциплины», утвержденного приказом ректором НГТУ № 2 от 22 апреля 2015г.

Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Технологии самопрезентаций» направления подготовки бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» для всех форм обучения содержат общую часть по выполнению практических работ по данной дисциплине и методические рекомендации по выполнению контрольных работ для студентов.

1. Цели и задачи освоения дисциплины «Технологии самопрезентаций»

Основное внимание при разработке структуры учебной дисциплины уделяется формированию у бакалавров необходимого уровня знаний и профессионально-практических навыков для решения профессиональных задач.

Цель курса – является формирование у студентов знаний, умений и владений в сфере презентационных технологий.

Задачи курса:

- познакомить студентов с современными концепциями ораторского искусства, самопрезентации, storytelling, опираясь на базовые понятия психологии управления, маркетинга и управления персоналом;
- дать характеристику лично-центрированных технологий;
- сформировать навыки, необходимые при трудоустройстве (эффективное прохождение собеседований, нестандартная личностная самопрезентация и др.);
- способствовать раскрытию духовно-творческого потенциала личности обучаемого.

Дисциплина «Технологии самопрезентаций» (Б1.ДВ.1) представляет собой дисциплину по выбору базовой части цикла Б1. Дисциплина базируется на курсах цикла дисциплин бакалавриата: «Психология», «Введение в профессию». Усвоенные знания в дальнейшем служат основой для изучения последующих дисциплин, связанных с использованием инструментов рекламы и PR для организации системы продвижения.

Таблица 1. Общая трудоемкость, виды занятий, форма аттестации

Семестр	Общая трудоемкость, часов (ЗЕТ)	Лекции часов	Практические занятия, часов	Лабораторные работы, часов	СРС, часов	КСР	Курсовой проект	Контрольная работа
Очная форма обучения								
Форма аттестации: зачёт (2 семестр)								
1	72 (2)	17	17	-	38		-	-
Заочная форма обучения								
Форма аттестации: зачёт (2 семестр)								
1	72 (2)	8	4	-	30		-	-

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общекультурные и общепрофессиональные компетенции:

ОК-2 - умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

ОК-3 - способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность;

ОК-6 – стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;

ОК-7 – знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии;

ОК-9 – использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы;

ПК-5 – владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения

ПК-9 – обладание базовыми навыками общения, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты образования.

Бакалавр должен знать:

– основные приёмы построения и аргументации устной и письменной речи для осуществления презентации и самопрезентации как при личной встрече, так и опосредованно для формирования и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных структур и организаций (ОК-2, ПК-9);

– теорию и методы принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях, возникающих в процессе проведения презентаций, учитывая нормы, принципы и правила поведения человека в обществе, в том числе и конкурентные отношения, этические принципы профессиональной деятельности, основанные как на кодексах, так и закреплённые в законодательных актах (ОК-4,7);

– приемы, методы, технологии саморазвития, самопрезентации, включающие в себя тренировку навыков публичных выступлений при решении профессиональных задач (ОК-6);

– виды речи, правила речевого этикета и ведения диалога в различных ситуациях, законы композиции и стиля различных текстов, приемы убеждения в профессиональной и иных сферах при презентации компании, её руководства, продуктов или услуг (ПК-5, ПК-9).

Бакалавр должен уметь:

– логически верно и аргументировано выстраивать устную и письменную речь при осуществлении презентации и самопрезентации как онлайн, так и в оффлайн средах (ОК-2);

– находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, возникающих в течении презентации и носящих как технический, организационный характер, так и человеческий фактор, и позиционировать и презентовать себя и других (в том числе и проекты, компанию) в быстро изменяющихся условиях (ОК-4, ОК-6);

– критически оценивать свои достоинства и недостатки, включающие речевые особенности и невербальные характеристики, намечая пути и выбирая средства развития достоинств и устранения недостатков путём постоянных практических занятий по постановке голоса, жестов и др. (ОК-7);

– правильно вести диалог с различными группами, выстраивать устную и письменную речь с использованием различных приёмов и технологий, применять приемы убеждения в преимуществах своего продукта, услуги, компании при презентации для формировании и развитии деловых и межличностных отношений с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-5, ПК-9),

– взаимодействовать со СМИ, информационными, рекламными и консалтинговыми агентствами для осуществления более корректной презентации своей компании во внешней и внутренней средах (ПК-9).

Бакалавр должен владеть:

– приёмами аргументации и логики в устной и письменной речи при осуществлении презентации компании, товаров, услуг, идей, команды и самопрезентации как в повседневной жизни, так и в профессиональной среде (ОК-2);

– методами принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях при организации специальных событий и мероприятий, умением заранее прогнозировать риски и их нейтрализовать (ОК-4);

– навыками презентации и самопрезентации как в оффлайн, так в онлайн режиме, способностью критично относиться к окружающей действительности, обладать навыками рефлексии и технологиями профессионального совершенствования для усиления вербальной и невербальной составляющих коммуникации (ОК-6, ОК-7);

– навыками написания текстов разных по стилю и композиции для различных целевых аудиторий; технологиями убеждения для осуществления контактов с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами при соблюдении основных требований к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ПК-5, ПК-9).

2. Тематический план освоения дисциплины на практических занятиях

Тематический план освоения дисциплины на практических занятиях представлен в табл. 2.

Таблица 2. Тематический план освоения дисциплины на практических занятиях студентов очного отделения

№ раздела	№ занятия	Тема	Кол-во часов
1	2	3	4
1	1	Основные термины и понятия курса	2
	2	Концепции эго-маркетинга	2
	3	Сущностные черты и особенности самопрезентации	2
2	4	Завоевание аудитории	2
	5	Взаимодействие с окружением	3
	6	Создание собственного имиджа	2
	7	Креативность – залог успеха	2
	8	Техники и технологии саморазвития	2
ИТОГО			17

Таблица 2. Тематический план освоения дисциплины на практических занятиях студентов заочного отделения

№ раздела	№ занятия	Тема	Кол-во часов
1	2	3	4
1	1	Основные термины и понятия курса	
	2	Концепции эго-маркетинга	
	3	Сущностные черты и особенности самопрезентации	
2	4	Завоевание аудитории	1

№ раздела	№ занятия	Тема	Кол-во часов
	5	Взаимодействие с окружением	1
	6	Создание собственного имиджа	1
	7	Креативность – залог успеха	1
	8	Техники и технологии саморазвития	
ИТОГО			4

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме выполнения индивидуальных и групповых заданий и окончательный контроль в форме дифференцированного зачёта, защиты проекта, который принимает преподаватель, проводивший лекционные занятия с данными студентами.

3. Правила выполнения практических работ (заданий).

Студент должен:

- строго выполнять весь объем самостоятельной подготовки, представленный в методических указаниях по самостоятельной работе;
- выполнять на практическом занятии индивидуальные и групповые задания, предусмотренные данными методическими указаниями, по каждой теме;
- ответить на вопросы контрольной работы – текущий контроль.

4. Задания и последовательность выполнения практических работ и самостоятельной работы студентов

Практическая работа № 1

Тема: Основные термины и понятия курса

Цель: разобраться в концептуальных толкованиях и сущностных основах технологий самопрезентации.

Задачи:

1. Сформировать знания:

- основных приёмов построения и аргументации устной и письменной речи для осуществления презентации и самопрезентации как при личной встрече, так и опосредованно для формирования и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных структур и организаций (ОК-2, ПК-9);

– теории и методов принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях, возникающих в процессе проведения презентаций, учитывая нормы, принципы и правила поведения человека в обществе, в том числе и конкурентные отношения, этические принципы профессиональной деятельности, основанные как на кодексах, так и закреплённые в законодательных актах (ОК-4,7);

- приемов, методов, технологий саморазвития, самопрезентации, включающих в себя тренировку навыков публичных выступлений при решении профессиональных задач (ОК-6);

- видов речи, правил речевого этикета и ведения диалога в различных ситуациях, законов композиции и стиля различных текстов, приемов убеждения в профессиональной и иных сферах при презентации компании, её руководства, продуктов или услуг (ПК-5, ПК- 9).

2. Сформировать умения:

– логически верно и аргументировано выстраивать устную и письменную речь при осуществлении презентации и самопрезентации как онлайн, так и в оффлайн средах (ОК-2);

– находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, возникающих в течении презентации и носящих как технический, организационный характер, так и человеческий фактор, и позиционировать и презентовать себя и других (в том числе и проекты, компанию) в быстро изменяющихся условиях (ОК-4, ОК-6);

– критически оценивать свои достоинства и недостатки, включающие речевые особенности и невербальные характеристики, намечая пути и выбирая средства развития достоинств и устранения недостатков путём постоянных практических занятий по постановке голоса, жестов и др. (ОК-7);

– правильно вести диалог с различными группами, выстраивать устную и письменную речь с использованием различных приёмов и технологий, применять приемы убеждения в преимуществах своего продукта, услуги, компании при презентации для формирования и развития деловых и межличностных отношений с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-5, ПК-9),

– взаимодействовать со СМИ, информационными, рекламными и консалтинговыми агентствами для осуществления более корректной презентации своей компании во внешней и внутренней средах (ПК-9).

3. Сформировать навыки владения:

– приёмами аргументации и логики в устной и письменной речи при осуществлении презентации компании, товаров, услуг, идей, команды и самопрезентации как в повседневной жизни, так и в профессиональной среде (ОК-2);

– методами принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях при организации специальных событий и мероприятий, умением заранее прогнозировать риски и их нейтрализовать (ОК-4);

– навыками презентации и самопрезентации как в оффлайн, так в онлайн режиме, способностью критично относиться к окружающей действительности, обладать навыками рефлексии и технологиями профессионального совершенствования для усиления вербальной и невербальной составляющих коммуникации (ОК-6, ОК-7);

– навыками написания текстов разных по стилю и композиции для различных целевых аудиторий; технологиями убеждения для осуществления контактов с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами при соблюдении основных требований к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ПК-5, ПК-9).

Задание:

1. Задание: проанализировать историю возникновения ораторского искусства, основных приёмов ораторского мастерства.

Технология: группа разбивается на подгруппы, каждая из которых выбирает конкретного оратора. Далее студентами проводится тщательный анализ его выступлений, основных риторических приёмов. После выполнения задания подгруппы отчитываются о результатах работы. Под руководством преподавателя проводится обсуждение результатов, полученных студентами в результате работы в подгруппах.

Этапы выполнения задания:

1. Подгруппа даёт краткую характеристику выбранного оратора.

2. Проводится анализ его риторических приёмов с использованием конкретных примеров.

3. Делаются выводы о специфике развития ораторского искусства.

Самостоятельная работа к разделу № 1 «Основные термины и понятия курса»

1. Написать контрольную работу по темам:

1. Самопрезентация, как фактор формирования позитивного имиджа малого предприятия.

2. Роль самопрезентации при формировании благоприятного имиджа делового человека.

3. Виды проектирования имиджа: гипотетическое, теоретическое, частных преобразований, инновационное (на конкретных примерах).

2. Индивидуальные задания.

Задание: Подготовить презентацию о самых вдохновляющих ораторах современности.

Цель: проанализировать критерии и приёмы написания речи и эффективного выступления.

Этапы выполнения задания:

1. Студент собирает информацию по ораторам, выбирает конкретное лицо.
2. Далее отбирает приведенные в свободном доступе примеры его выступлений.
3. Создание презентации с целью отражения методов и инструментов, применяемых оратором в выступлении.
4. В тексте презентации должен быть проанализирован практический опыт выступлений как российских, так и иностранных ораторов.

Практическая работа № 2

Тема: Концепции эго-маркетинга.

Цель: проанализировать принципы формирования и основы функционирования продвижения личности.

Задачи:

1. Сформировать знания:

- основных приёмов построения и аргументации устной и письменной речи для осуществления презентации и самопрезентации как при личной встрече, так и опосредованно для формирования и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных структур и организаций (ОК-2, ПК-9);

– теории и методов принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях, возникающих в процессе проведения презентаций, учитывая нормы, принципы и правила поведения человека в обществе, в том числе и конкурентные отношения, этические принципы профессиональной деятельности, основанные как на кодексах, так и закреплённые в законодательных актах (ОК-4,7);

- приемов, методов, технологий саморазвития, самопрезентации, включающих в себя тренировку навыков публичных выступлений при решении профессиональных задач (ОК-6);

- видов речи, правил речевого этикета и ведения диалога в различных ситуациях, законов композиции и стиля различных текстов, приемов убеждения в профессиональной и иных сферах при презентации компании, её руководства, продуктов или услуг (ПК-5, ПК- 9).

2. Сформировать умения:

– логически верно и аргументировано выстраивать устную и письменную речь при осуществлении презентации и самопрезентации как онлайн, так и в оффлайн средах (ОК-2);

– находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, возникающих в течении презентации и носящих как технический, организационный характер, так и человеческий фактор, и позиционировать и презентовать себя и других (в том числе и проекты, компанию) в быстро изменяющихся условиях (ОК-4, ОК-6);

– критически оценивать свои достоинства и недостатки, включающие речевые особенности и невербальные характеристики, намечая пути и выбирая средства развития достоинств и устранения недостатков путём постоянных практических занятий по постановке голоса, жестов и др. (ОК-7);

– правильно вести диалог с различными группами, выстраивать устную и письменную речь с использованием различных приёмов и технологий, применять приемы убеждения в преимуществах своего продукта, услуги, компании при презентации для формирования и развитии деловых и межличностных отношений с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-5, ПК-9),

– взаимодействовать со СМИ, информационными, рекламными и консалтинговыми агентствами для осуществления более корректной презентации своей компании во внешней и внутренней средах (ПК-9).

3. Сформировать навыки владения:

– приёмами аргументации и логики в устной и письменной речи при осуществлении презентации компании, товаров, услуг, идей, команды и самопрезентации как в повседневной жизни, так и в профессиональной среде (ОК-2);

– методами принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях при организации специальных событий и мероприятий, умением заранее прогнозировать риски и их нейтрализовать (ОК-4);

– навыками презентации и самопрезентации как в оффлайн, так в онлайн режиме, способностью критично относиться к окружающей действительности, обладать навыками рефлексии и технологиями профессионального совершенствования для усиления вербальной и невербальной составляющих коммуникации (ОК-6, ОК-7);

– навыками написания текстов разных по стилю и композиции для различных целевых аудиторий; технологиями убеждения для осуществления контактов с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами при соблюдении основных требований к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ПК-5, ПК-9).

Задание:

Деловая игра. Разработка основных составляющих имиджа для конкретной персоны.

Цель – развить у бакалавров навыки системного мышления и планирования в профессиональной деятельности, используя имеющиеся параметры.

Этапы:

- преподаватель предоставляет на выбор несколько персонажей, с подробным описанием биографии, характеристикой личности, карьерных ожиданий;

- бакалавры берут в качестве примера любого человека (предоставляют его краткое описание);

- разработать основные составляющие имиджа;

- составить этапы внедрения и апробации предоставленных рекомендаций;

- обосновать релевантность предложенных мероприятий;

- обсуждение полученных результатов в группе.

Самостоятельная работа к разделу 2 «Эго-маркетинг»

Напишите контрольную работу по следующим темам:

1. Визитная карточка. Ее презентационные возможности.

2. Имиджмейкер как профессионал, создающий нужный имидж.

3. Корпоративный имидж и корпоративная репутация.

Практическая работа № 3

Тема: Сущностные черты и особенности самопрезентации

Цель: иметь полное представление о специфике формирования персонального образа и ореолах восприятия.

Задачи.

1. Сформировать знания:

- основных приёмов построения и аргументации устной и письменной речи для осуществления презентации и самопрезентации как при личной встрече, так и опосредованно для формирования и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных структур и организаций (ОК-2, ПК-9);

- теории и методов принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях, возникающих в процессе проведения презентаций, учитывая нормы, принципы и правила поведения человека в обществе, в том числе и конкурентные отношения, этические принципы профессиональной деятельности, основанные как на кодексах, так и закреплённые в законодательных актах (ОК-4,7);

- приемов, методов, технологий саморазвития, самопрезентации, включающих в себя тренировку навыков публичных выступлений при решении профессиональных задач (ОК-6);

- видов речи, правил речевого этикета и ведения диалога в различных ситуациях, законов композиции и стиля различных текстов, приемов убеждения в профессиональной и иных сферах при презентации компании, её руководства, продуктов или услуг (ПК-5, ПК- 9).

2. Сформировать умения:

- логически верно и аргументировано выстраивать устную и письменную речь при осуществлении презентации и самопрезентации как онлайн, так и в оффлайн средах (ОК-2);

- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, возникающих в течении презентации и носящих как технический, организационный характер, так и человеческий фактор, и позиционировать и презентовать себя и других (в том числе и проекты, компанию) в быстро изменяющихся условиях (ОК-4, ОК-6);

- критически оценивать свои достоинства и недостатки, включающие речевые особенности и невербальные характеристики, намечая пути и выбирая средства развития достоинств и устранения недостатков путём постоянных практических занятий по постановке голоса, жестов и др. (ОК-7);

- правильно вести диалог с различными группами, выстраивать устную и письменную речь с использованием различных приёмов и технологий, применять приемы убеждения в преимуществах своего продукта, услуги, компании при презентации для формирования и развитии деловых и межличностных отношений с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-5, ПК-9),

- взаимодействовать со СМИ, информационными, рекламными и консалтинговыми агентствами для осуществления более корректной презентации своей компании во внешней и внутренней средах (ПК-9).

3. Сформировать навыки владения:

- приёмами аргументации и логики в устной и письменной речи при осуществлении презентации компании, товаров, услуг, идей, команды и самопрезентации как в повседневной жизни, так и в профессиональной среде (ОК-2);

- методами принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях при организации специальных событий и мероприятий, умением заранее прогнозировать риски и их нейтрализовать (ОК-4);

- навыками презентации и самопрезентации как в оффлайн, так в онлайн режиме, способностью критично относиться к окружающей действительности, обладать навыками рефлексии и технологиями профессионального совершенствования для усиления вербальной и невербальной составляющих коммуникации (ОК-6, ОК-7);

- навыками написания текстов разных по стилю и композиции для различных целевых аудиторий; технологиями убеждения для осуществления контактов с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми

агентствами при соблюдении основных требований к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ПК-5, ПК-9).

Задание.

В процессе работы в подгруппах решить задачу по исследованию навыков, компетенций и требований, предъявляемых к специалисту по рекламе и связям с общественностью.

Технология: Учебная группа делится на несколько подгрупп, которым необходимо, используя материалы сайтов, связанных с трудоустройством, проанализировать основные требования к специалистам по рекламе и PR, предъявляемые в различных сферах, связанных с основами самопрезентации (публичные выступления, копирайтинг, спичрайтинг и др.).

Этапы: взять в качестве примера любой ресурс, связанный с трудоустройством специалистов или любую компанию, функционирующую в сфере малого и среднего бизнеса, предоставить краткую характеристику компании; проанализировать какие есть вакансии на данном ресурсе, связанные с профессиональной сферой, провести анализ требований, предъявляемых к кандидатам (как профессиональных, так и личностных), описать акценты, на которые необходимо будет делать упор при осуществлении самопрезентации. Каждая подгруппа в процессе обсуждения приходит к единому мнению и озвучивает результат задания.

Самостоятельная работа к разделу 3 «Сущностные черты и особенности самопрезентации»

Напишите контрольную работу по следующим темам:

1. Ключевые требования, предъявляемые к специалисту по рекламе и PR.
2. Виды коммуникативных (вербальных и невербальных) презентаций.
3. Особенности производства текстов для устных выступлений и письменных материалов.

Практическая работа № 4

Тема: Завоевание аудитории.

Цель: иметь представление о специфике целевых контактных аудиторий, инструментах сегментации потребителей.

Задачи.

1. Сформировать знания:

- основных приёмов построения и аргументации устной и письменной речи для осуществления презентации и самопрезентации как при личной встрече, так и опосредованно для формирования и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных структур и организаций (ОК-2, ПК-9);

- теории и методов принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях, возникающих в процессе проведения презентаций, учитывая нормы, принципы и правила поведения человека в обществе, в том числе и конкурентные отношения, этические принципы профессиональной деятельности, основанные как на кодексах, так и закреплённые в законодательных актах (ОК-4,7);

- приемов, методов, технологий саморазвития, самопрезентации, включающих в себя тренировку навыков публичных выступлений при решении профессиональных задач (ОК-6);

- видов речи, правил речевого этикета и ведения диалога в различных ситуациях, законов композиции и стиля различных текстов, приемов убеждения в профессиональной и иных сферах при презентации компании, её руководства, продуктов или услуг (ПК-5, ПК- 9).

2. Сформировать умения:

– логически верно и аргументировано выстраивать устную и письменную речь при осуществлении презентации и самопрезентации как онлайн, так и в оффлайн средах (ОК-2);

– находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, возникающих в течении презентации и носящих как технический, организационный характер, так и человеческий фактор, и позиционировать и презентовать себя и других (в том числе и проекты, компанию) в быстро изменяющихся условиях (ОК-4, ОК-6);

– критически оценивать свои достоинства и недостатки, включающие речевые особенности и невербальные характеристики, намечая пути и выбирая средства развития достоинств и устранения недостатков путём постоянных практических занятий по постановке голоса, жестов и др. (ОК-7);

– правильно вести диалог с различными группами, выстраивать устную и письменную речь с использованием различных приёмов и технологий, применять приемы убеждения в преимуществах своего продукта, услуги, компании при презентации для формирования и развития деловых и межличностных отношений с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-5, ПК-9),

– взаимодействовать со СМИ, информационными, рекламными и консалтинговыми агентствами для осуществления более корректной презентации своей компании во внешней и внутренней средах (ПК-9).

3. Сформировать навыки владения:

– приёмами аргументации и логики в устной и письменной речи при осуществлении презентации компании, товаров, услуг, идей, команды и самопрезентации как в повседневной жизни, так и в профессиональной среде (ОК-2);

– методами принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях при организации специальных событий и мероприятий, умением заранее прогнозировать риски и их нейтрализовать (ОК-4);

– навыками презентации и самопрезентации как в оффлайн, так в онлайн режиме, способностью критично относиться к окружающей действительности, обладать навыками рефлексии и технологиями профессионального совершенствования для усиления вербальной и невербальной составляющих коммуникации (ОК-6, ОК-7);

– навыками написания текстов разных по стилю и композиции для различных целевых аудиторий; технологиями убеждения для осуществления контактов с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами при соблюдении основных требований к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ПК-5, ПК-9).

Задание.

В процессе работы в подгруппах определить характеристики основных целевых контактных аудиторий определённых товаров/услуг.

Цель: чётко выделять и характеризовать портрет современных потребителей различных товаров/услуг.

Этапы:

- взять в качестве примера любую компанию, предоставить её краткое описание, охарактеризовать её ассортиментное предложение;

- выбрать конкретный товар/услугу;

- предоставить описание основных целевых аудиторий, включающее их демографические, социальные, психологические характеристики;

- составить характеристику основных контактных аудиторий, предоставить их описание;

- провести презентацию;

- обсуждение полученных результатов в группе.

Самостоятельная работа к разделу 4 «Завоевание аудитории».

Напишите контрольную работу по следующим темам:

1. Элементы личного имиджа: габитарный, вербальный, кинетический, средовый, овеществленный.
2. Понятие имиджа общественной сферы / идеи / проекта / движения.
3. Структура и понятие имиджа территории.

Практическая работа № 5

Тема: Взаимодействие с окружением.

Цель: проанализировать психологические трудности при взаимодействии с партнёром, партнёрами, с аудиторией, конфликтные ситуации во взаимодействии и способы их разрешения, этику речевого взаимодействия.

Задачи.

1. Сформировать знания:

- основных приёмов построения и аргументации устной и письменной речи для осуществления презентации и самопрезентации как при личной встрече, так и опосредованно для формирования и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных структур и организаций (ОК-2, ПК-9);

– теории и методов принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях, возникающих в процессе проведения презентаций, учитывая нормы, принципы и правила поведения человека в обществе, в том числе и конкурентные отношения, этические принципы профессиональной деятельности, основанные как на кодексах, так и закреплённые в законодательных актах (ОК-4,7);

- приемов, методов, технологий саморазвития, самопрезентации, включающих в себя тренировку навыков публичных выступлений при решении профессиональных задач (ОК-6);

- видов речи, правил речевого этикета и ведения диалога в различных ситуациях, законов композиции и стиля различных текстов, приемов убеждения в профессиональной и иных сферах при презентации компании, её руководства, продуктов или услуг (ПК-5, ПК- 9).

2. Сформировать умения:

– логически верно и аргументировано выстраивать устную и письменную речь при осуществлении презентации и самопрезентации как онлайн, так и в оффлайн средах (ОК-2);

– находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, возникающих в течении презентации и носящих как технический, организационный характер, так и человеческий фактор, и позиционировать и презентовать себя и других (в том числе и проекты, компанию) в быстро изменяющихся условиях (ОК-4, ОК-6);

– критически оценивать свои достоинства и недостатки, включающие речевые особенности и невербальные характеристики, намечая пути и выбирая средства развития достоинств и устранения недостатков путём постоянных практических занятий по постановке голоса, жестов и др. (ОК-7);

– правильно вести диалог с различными группами, выстраивать устную и письменную речь с использованием различных приёмов и технологий, применять приемы убеждения в преимуществах своего продукта, услуги, компании при презентации для формировании и развитии деловых и межличностных отношений с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-5, ПК-9),

– взаимодействовать со СМИ, информационными, рекламными и консалтинговыми агентствами для осуществления более корректной презентации своей компании во внешней и внутренней средах (ПК-9).

3. Сформировать навыки владения:

– приёмами аргументации и логики в устной и письменной речи при осуществлении презентации компании, товаров, услуг, идей, команды и самопрезентации как в повседневной жизни, так и в профессиональной среде (ОК-2);

– методами принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях при организации специальных событий и мероприятий, умением заранее прогнозировать риски и их нейтрализовать (ОК-4);

– навыками презентации и самопрезентации как в оффлайн, так в онлайн режиме, способностью критично относиться к окружающей действительности, обладать навыками рефлексии и технологиями профессионального совершенствования для усиления вербальной и невербальной составляющих коммуникации (ОК-6, ОК-7);

– навыками написания текстов разных по стилю и композиции для различных целевых аудиторий; технологиями убеждения для осуществления контактов с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами при соблюдении основных требований к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ПК-5, ПК-9).

Задание:

Семинар – тренинг: умение работать в кризисных ситуациях.

Цель – развить у бакалавров навыки презентационной деятельности, умения работать с возражениями и адекватно реагировать на критические замечания.

Этапы:

- преподаватель предоставляет на выбор несколько персонажей, участвующих в кризисной ситуации;

- в группе происходит распределение ролей, каждый знакомится со своей инструкцией;

- в процессе диалога каждый из участников должен добиться свои цели, демонстрируя навыки эффективного взаимодействия (цели в представленных рекомендациях различны);

- провести презентацию;

- обсуждение полученных результатов в группе.

Самостоятельная работа к разделу 5 «Взаимодействие с окружением».

Написать контрольную работу по темам:

1. Манипуляции и «грязные технологии» в деловом общении.

2. Особенности делового общения с иностранными партнёрами (презентационные, устные и письменные коммуникации).

3. Конкуренция: этические и психологические проблемы.

Индивидуальные задания:

Проведите исследование тему «Манипулятивные приёмы в деловом общении».

Для проведения исследования: сформируйте рабочие группы (2-4 человека), определите исследовательские роли, организуйте сбор информации. Сбр информации можно проводить в сети Интернет. Результаты представить в табличной форме, включающей следующие сведения: источник сообщения, участники общения, манипулятивные приёмы и т.д. На основании полученных результатов необходимо сделать вывод об основных приёмах, используемых для подтверждения своей точки зрения.

Практическая работа № 6

Тема: Создание собственного имиджа.

Цель: иметь представление об основных способах проектирования имиджа.

Задачи.

1. Сформировать знания:

- основных приёмов построения и аргументации устной и письменной речи для осуществления презентации и самопрезентации как при личной встрече, так и опосредованно для формирования и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных структур и организаций (ОК-2, ПК-9);

– теории и методов принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях, возникающих в процессе проведения презентаций, учитывая нормы, принципы и правила поведения человека в обществе, в том числе и конкурентные отношения, этические принципы профессиональной деятельности, основанные как на кодексах, так и закреплённые в законодательных актах (ОК-4,7);

- приемов, методов, технологий саморазвития, самопрезентации, включающих в себя тренировку навыков публичных выступлений при решении профессиональных задач (ОК-6);

- видов речи, правил речевого этикета и ведения диалога в различных ситуациях, законов композиции и стиля различных текстов, приемов убеждения в профессиональной и иных сферах при презентации компании, её руководства, продуктов или услуг (ПК-5, ПК-9).

2. Сформировать умения:

– логически верно и аргументировано выстраивать устную и письменную речь при осуществлении презентации и самопрезентации как онлайн, так и в оффлайн средах (ОК-2);

– находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, возникающих в течении презентации и носящих как технический, организационный характер, так и человеческий фактор, и позиционировать и презентовать себя и других (в том числе и проекты, компанию) в быстро изменяющихся условиях (ОК-4, ОК-6);

– критически оценивать свои достоинства и недостатки, включающие речевые особенности и невербальные характеристики, намечая пути и выбирая средства развития достоинств и устранения недостатков путём постоянных практических занятий по постановке голоса, жестов и др. (ОК-7);

– правильно вести диалог с различными группами, выстраивать устную и письменную речь с использованием различных приёмов и технологий, применять приемы убеждения в преимуществах своего продукта, услуги, компании при презентации для формирования и развитии деловых и межличностных отношений с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-5, ПК-9),

– взаимодействовать со СМИ, информационными, рекламными и консалтинговыми агентствами для осуществления более корректной презентации своей компании во внешней и внутренней средах (ПК-9).

3. Сформировать навыки владения:

– приёмами аргументации и логики в устной и письменной речи при осуществлении презентации компании, товаров, услуг, идей, команды и самопрезентации как в повседневной жизни, так и в профессиональной среде (ОК-2);

– методами принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях при организации специальных событий и мероприятий, умением заранее прогнозировать риски и их нейтрализовать (ОК-4);

– навыками презентации и самопрезентации как в оффлайн, так в онлайн режиме, способностью критично относиться к окружающей действительности, обладать навыками рефлексии и технологиями профессионального совершенствования для усиления вербальной и невербальной составляющих коммуникации (ОК-6, ОК-7);

– навыками написания текстов разных по стилю и композиции для различных целевых аудиторий; технологиями убеждения для осуществления контактов с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами при соблюдении основных требований к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ПК-5, ПК-9).

Задание:

Задача: В процессе работы в выделенных подгруппах проанализировать текущий имидж публичной персоны.

Технология: Учебная группа делится на несколько подгрупп, которым необходимо, используя теоретический материал лекции, проработать основные составляющие текущего имиджа персоны.

Студенты, в результате совместной работы в подгруппах должны написать и озвучить результат задания. В процессе обсуждения полученных результатов с преподавателем, учебная подгруппа должна ответить на дополнительные вопросы и защитить результат своей работы.

Самостоятельная работа к разделу 6 «Создание собственного имиджа».

Написать контрольную работу по темам:

1. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т. п.).
2. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
3. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
4. Мифологизация как инструмент формирования имиджа.

Индивидуальные задания:

Проведите мини-опрос на тему «Что вы знаете о ...?».

Для проведения опроса: сформируйте рабочие группы (2-4 человека), определите исследовательские роли (интервьюер, ассистент, аналитик), организуйте сбор информации. В качестве темы опроса выберите любое публичное лицо.

Охватите в опросе представителей различных возрастных и социальных групп. Для этого заранее определите место и время сбора информации, а также - количество собеседников в каждой подгруппе. Ниже приводится приблизительная опросная карта: Возраст 16-18 19-25 26-35 36-45 46-55 56-65 66 и старше мужчины женщины

Четко фиксируйте дату опроса, суть ответов и характер реакции ваших собеседников. Обобщая материалы своего опроса, покажите сходство и различия в ответах между собой. Выкажите предположения о том, что влияет на формирование общественного мнения о данной персоне. Подумайте, важно ли общественное мнение для PR и как оно влияет на популярность.

Практическая работа № 7

Тема: Креативность – залог успеха.

Цель: иметь представление об анализе креативности при подготовке и проведении презентаций, возможностям креативного специалиста при взаимодействии с социальным окружением, признакам креативности.

Задачи.

1. Сформировать знания:

- основных приёмов построения и аргументации устной и письменной речи для осуществления презентации и самопрезентации как при личной встрече, так и

опосредованно для формирования и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных структур и организаций (ОК-2, ПК-9);

- теории и методов принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях, возникающих в процессе проведения презентаций, учитывая нормы, принципы и правила поведения человека в обществе, в том числе и конкурентные отношения, этические принципы профессиональной деятельности, основанные как на кодексах, так и закреплённые в законодательных актах (ОК-4,7);

- приемов, методов, технологий саморазвития, самопрезентации, включающих в себя тренировку навыков публичных выступлений при решении профессиональных задач (ОК-6);

- видов речи, правил речевого этикета и ведения диалога в различных ситуациях, законов композиции и стиля различных текстов, приемов убеждения в профессиональной и иных сферах при презентации компании, её руководства, продуктов или услуг (ПК-5, ПК- 9).

2. Сформировать умения:

- логически верно и аргументировано выстраивать устную и письменную речь при осуществлении презентации и самопрезентации как онлайн, так и в оффлайн средах (ОК-2);

- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, возникающих в течении презентации и носящих как технический, организационный характер, так и человеческий фактор, и позиционировать и презентовать себя и других (в том числе и проекты, компанию) в быстро изменяющихся условиях (ОК-4, ОК-6);

- критически оценивать свои достоинства и недостатки, включающие речевые особенности и невербальные характеристики, намечая пути и выбирая средства развития достоинств и устранения недостатков путём постоянных практических занятий по постановке голоса, жестов и др. (ОК-7);

- правильно вести диалог с различными группами, выстраивать устную и письменную речь с использованием различных приёмов и технологий, применять приемы убеждения в преимуществах своего продукта, услуги, компании при презентации для формирования и развитии деловых и межличностных отношений с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-5, ПК-9),

- взаимодействовать со СМИ, информационными, рекламными и консалтинговыми агентствами для осуществления более корректной презентации своей компании во внешней и внутренней средах (ПК-9).

3. Сформировать навыки владения:

- приёмами аргументации и логики в устной и письменной речи при осуществлении презентации компании, товаров, услуг, идей, команды и самопрезентации как в повседневной жизни, так и в профессиональной среде (ОК-2);

- методами принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях при организации специальных событий и мероприятий, умением заранее прогнозировать риски и их нейтрализовать (ОК-4);

- навыками презентации и самопрезентации как в оффлайн, так в онлайн режиме, способностью критично относиться к окружающей действительности, обладать навыками рефлексии и технологиями профессионального совершенствования для усиления вербальной и невербальной составляющих коммуникации (ОК-6, ОК-7);

- навыками написания текстов разных по стилю и композиции для различных целевых аудиторий; технологиями убеждения для осуществления контактов с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами при соблюдении основных требований к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ПК-5, ПК-9).

Задание:

Задача: В процессе работы в выделенных подгруппах разработать нестандартную презентацию в различных условиях.

Технология: Учебная группа делится на несколько подгрупп, которым необходимо, разработать план креативной презентации при различных условиях, например, трудоустройстве на работу, презентации проекта, проведении переговоров. Каждая группа проводит защиту своего проекта.

Студенты, в результате совместной работы в подгруппах должны написать и озвучить результат задания. В процессе обсуждения полученных результатов с преподавателем, учебная подгруппа должна ответить на дополнительные вопросы и защитить результат своей работы.

Самостоятельная работа к разделу 7 «Креативность – залог успеха».

Написать контрольную работу по темам:

1. Имидж творческого человека: элементы, стратегии продвижения.
2. Использование юмора в презентациях.
3. Технологии развития творческого мышления.

Практическая работа № 8

Тема: Техники и технологии саморазвития.

Цель: формирование представлений о принципах успешного поведения, развития способности к самообладанию, техник развития самообладания.

Задачи.

1. Сформировать знания:

- основных приёмов построения и аргументации устной и письменной речи для осуществления презентации и самопрезентации как при личной встрече, так и опосредованно для формирования и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных структур и организаций (ОК-2, ПК-9);

– теории и методов принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях, возникающих в процессе проведения презентаций, учитывая нормы, принципы и правила поведения человека в обществе, в том числе и конкурентные отношения, этические принципы профессиональной деятельности, основанные как на кодексах, так и закреплённые в законодательных актах (ОК-4,7);

- приемов, методов, технологий саморазвития, самопрезентации, включающих в себя тренировку навыков публичных выступлений при решении профессиональных задач (ОК-6);

- видов речи, правил речевого этикета и ведения диалога в различных ситуациях, законов композиции и стиля различных текстов, приемов убеждения в профессиональной и иных сферах при презентации компании, её руководства, продуктов или услуг (ПК-5, ПК- 9).

2. Сформировать умения:

– логически верно и аргументировано выстраивать устную и письменную речь при осуществлении презентации и самопрезентации как онлайн, так и в оффлайн средах (ОК-2);

– находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, возникающих в течении презентации и носящих как технический, организационный характер, так и человеческий фактор, и позиционировать и презентовать себя и других (в том числе и проекты, компанию) в быстро изменяющихся условиях (ОК-4, ОК-6);

– критически оценивать свои достоинства и недостатки, включающие речевые особенности и невербальные характеристики, намечая пути и выбирая средства развития достоинств и устранения недостатков путём постоянных практических занятий по постановке голоса, жестов и др. (ОК-7);

– правильно вести диалог с различными группами, выстраивать устную и письменную речь с использованием различных приёмов и технологий, применять приемы убеждения в преимуществах своего продукта, услуги, компании при презентации для формирования и развитии деловых и межличностных отношений с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-5, ПК-9),

– взаимодействовать со СМИ, информационными, рекламными и консалтинговыми агентствами для осуществления более корректной презентации своей компании во внешней и внутренней средах (ПК-9).

3. Сформировать навыки владения:

– приёмами аргументации и логики в устной и письменной речи при осуществлении презентации компании, товаров, услуг, идей, команды и самопрезентации как в повседневной жизни, так и в профессиональной среде (ОК-2);

– методами принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях при организации специальных событий и мероприятий, умением заранее прогнозировать риски и их нейтрализовать (ОК-4);

– навыками презентации и самопрезентации как в оффлайн, так в онлайн режиме, способностью критично относиться к окружающей действительности, обладать навыками рефлексии и технологиями профессионального совершенствования для усиления вербальной и невербальной составляющих коммуникации (ОК-6, ОК-7);

– навыками написания текстов разных по стилю и композиции для различных целевых аудиторий; технологиями убеждения для осуществления контактов с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами при соблюдении основных требований к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ПК-5, ПК-9).

Задание.

1. Семинар – тренинг: Разработка индивидуального плана развития с использованием инструментов коучинга.

Цель – развить у бакалавров навыки системного мышления и возможности для личностного развития.

Этапы:

- распределиться по группам;
- на основании модели GROW сформулировать цель, описать существующее положение дел, сформулировать возможности;
- оценить представленный план;
- провести презентацию;
- обсуждение полученных результатов в группе.

Самостоятельная работа к разделу 8 «Техники и технологии саморазвития».

Напишите контрольную работу по следующим темам:

1. Создание благоприятных условий для самопрезентации.
2. Развитие способности к самообладанию. «У всех на виду». «Круги внимания».
3. Принципы успешного поведения.

5. Структура отчета по практической работе

На занятиях проводится обсуждение результатов работы подгрупп и формулируются выводы. Результаты работы обсуждаются всей группой студентов в процессе дискуссии, полученные выводы формулируются всеми студентами. Преподаватель в заключении подводит общие итоги работы. В течение практического занятия студенты выполняют одну или несколько работ (заданий) под руководством преподавателя в соответствии с изучаемым содержанием учебного материала.

6. Оформление индивидуальной практической работы.

Отчет о проведении задания по практической работе печатается на листах белой бумаги формата А4 с одной стороны. Страницы нумеруются арабскими цифрами, номер страницы ставится внизу по центру без знаков препинания. Первой страницей считается титульный лист, но на нем номер страницы не ставится. Титульный лист оформляется согласно требованиям и должен содержать такие данные, как наименование учебного заведения, название темы реферата, фамилию и инициалы студента и руководителя. Страницы нумеруются, начиная со второй. Разделы должны иметь порядковую нумерацию. В тексте работы на страницах оставляются поля согласно требованиям вуза.

Если в работе имеются наглядные материалы (схемы, графики, диаграммы, чертежи), то они обозначаются «Рисунок»; название приводится под рисунком. Рисунки помещаются в соответствии с логикой изложения и нумеруются последовательно арабскими цифрами в пределах каждой главы (например, первый рисунок в первой главе будет обозначен: Рисунок 1.1). Таблицы нумеруются также арабскими цифрами в пределах главы (например, первая таблица второй главы имеет обозначение: Таблица 2.1). Заголовок таблицы должен отражать ее содержание и размещаться над таблицей.

7. Требования и процедура выставления окончательной оценки студенту по работе и порядок выполнения пропущенных работ по уважительным и неуважительным причинам

Текущий контроль знаний проводится с помощью сдачи контрольных работ, эссе, выполнения индивидуальных и групповых заданий на занятии.

Для подготовки к промежуточной аттестации (экзамен) студентам необходимо выполнить все контрольные работы, выполнять индивидуальные и групповые задания и регулярно посещать практические занятия. Промежуточная аттестация (экзамен) проводится путем собеседования по вопросам к экзамену и защиты программы социологического исследования.

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающегося содержится в УМКД № ____ по дисциплине «Технологии самопрезентаций» утвержденного «_» __20

8. Список литературы

8.1 Основная литература

№ п/п	Автор(ы)	Заглавие	Издательство, год издания	Назначение, вид издания, гриф	Кол-во экз. в библиотеке
1	Кривонос А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А.	Основы теории связей с общественностью	СПб.: Питер, 2011. - 376 с.	Учебник- ISBN 978-5-49807 Рекомендовано	16
2	М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко	Теория коммуникации : Учебник для бакалавров	М. : Юрайт, 2012. - 416 с.	ISBN 978-5-9916-1656-0 Рекомендовано	1
3	И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов	Реклама и связи с общественностью : Учебник для бакалавров	М. : Юрайт, 2013. - 553 с.	ISBN 978-5-9916-3170-9 Рекомендовано	5

4	Коноваленко В.А. / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : Учебник для бакалавров	М. : Юрайт, 2013. - 384 с.	ISBN 978-5-9916-2851-8 Рекомендовано	5
5	М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко	Теория коммуникации : Учебник для бакалавров	М. : Юрайт, 2014. - 416 с.	ISBN 978-5-9916-3143-3 Рекомендовано	5
6	Ким М.Н.	Основы теории журналистики : Учеб.пособие для бакалавров	- СПб. : Питер, 2013. - 287 с.	ISBN 978-5-496-00283-7 Рекомендовано	4
7	М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко	Деловые коммуникации : Учебник для бакалавров	Рос.экон.ун-т им.Г.В.Плеханова - М. : Юрайт, 2014. - 469 с.	ISBN 978-5-9916-3373-4 Рекомендовано	5
6	Муромцева А.В.	Искусство презентации. Основные правила и практические рекомендации	М. : Флинта; Наука, 2013. - 111 с.	- ISBN 978-5-9765-1005-0; 978-5-02-037318-1 Рекомендовано	5

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы)	Заглавие	Издательство, год издания	Назначение, вид издания, гриф	Кол-во экз. в библиотеке
1..	Касьянов Ю.В.	PR-кампания своими силами	СПб.: Питер, 2008. - 186 с.	CD-ROM. - (Готовые маркетинговые решения). - ISBN 978-5-91180-570-8.	1
2.	Бердышев С.Н.	Организация выставочной деятельности	М.: Дашков и К°, 2008. - 228 с.	Учеб.пособие- ISBN 978-5-394-00136-9	5
3	Душкина М.Р.	PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология	СПб.: Питер, 2010. - 560 с.	Учеб.пособие- ISBN 978-5-49807-787-1.	3
4.	Кондратьев Э.В. , Абрамов Р. Н. / Под общ. ред. С.Д. Резника	Связи с общественностью	М.: Академический Проект, 2008. - 510 с.	Учеб.пособие ISBN 978-5-8291-0985-1. Рекомендовано	25
5.	Чумиков А.Н. , Бочаров М. П.	Связи с общественностью. Теория и практика	М.: Дело, 2008. - 558 с.	Учебник МГУ им.М.В.Ломоносова. (Классический университетский	20

				учебник). - ISBN 978-5-7749-0515-7. Рекомендовано	
6	Ворошилов В.В.	Журналистика	М.: КНОРУС, 2010. - 491 с.	Учебник С.-Петербург.гос.ун-т сервиса и экономики. ISBN 978-5-406-00745-7. Рекомендовано	5
7	Ворошилов В.В.	Современная пресс-служба	С.-Петербург.гос.ун-т сервиса и экономики. - М.: КНОРУС, 2009. - 222 с.	Учебник- ISBN 978-5-390-00246-9. Рекомендовано	5
8	Гнетнев А.И, Филь М. С.	Современная пресс-служба	Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 414 с.	Учебник. - ISBN 978-5-222-16235-4. Рекомендовано	7
9	Барежев В.А, Малькевич А. А.	Организация и проведение PR-кампаний	СПб. : Питер, 2010. - 167 с.	Учеб.пособие- ISBN 978-5-49807-195-4. Рекомендовано	1

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,
необходимых для освоения дисциплины**

Ресурсы системы федеральных образовательных порталов:

1. Федеральный портал. Российское образование. <http://www.edu.ru/>
2. Российский образовательный портал. <http://www.school.edu.ru/default.asp>
3. Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент. <http://ecsocman.hse.ru/>

Научно-техническая библиотека НГТУ
<http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/bibl.html>

Электронные библиотечные системы

Электронный каталог книг <http://library.nntu.nnov.ru/>
Электронный каталог периодических изданий <http://library.nntu.nnov.ru/>
Электронная библиотечная система Издательство «Лань» - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>

Электронная библиотечная система «Консультант студента» - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>

Персональные библиографические указатели ученых НГТУ
http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/bibl_uch.html Доступ онлайн

Электронная библиотека eLIBRARY.RU
<http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/news.html>

Центр дистанционных образовательных технологий НГТУ Электронная библиотека: <http://do.gendocs.ru/docs/index-240368.html>

<http://www.intuit.ru/studies/courses/12247/1179/lecture/19715?page=2>

Профессиональные издания.

1. Чечулин А.В. Коммуникационные технологии в социальной сфере: Научно-методические материалы. - СПб.: ООО "Книжный Дом", 2007. - 120 с.

<http://www.gaudeamus.omskcity.com/> режим доступа – свободный;

2. Шпаковская С.В., Шпаковский В.О. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. - Пенза: Пенз. гос. ун-т, 2006. - 83 с.
<http://www.gaudeamus.omskcity.com/> режим доступа – свободный;
3. Калиберда Е.Г. Связи с общественностью в сфере экономики /Е.Г. Калиберда – М.: Логос-М, 2008, 328 с.
http://bukvabiz.ru/reklama_i_pr_knigi_i_uchebniki_skachat_besplatno/ режим доступа – свободный;
4. Харитонов М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях /М.В. Харитонов – М.: Речь, 2008, 198 с.
http://bukvabiz.ru/reklama_i_pr_knigi_i_uchebniki_skachat_besplatno/ режим доступа – свободный.