

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Российский государственный гуманитарный университет»**  
**(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГИИ  
Международный учебно-научный центр «Высшая школа европейских культур»

## **ТЕХНОЛОГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ КОМПАНИИ**

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

43.04.01 «Сервис»

---

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

«Технологии современного лидерства»

---

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2024

**Технологии самопрезентации представителей компании**

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

доцент, канд. полит. наук, доц. *А.Л. Зверев*

**УТВЕРЖДЕНО**

протокол заседания кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства  
№ 5 от 29.03.2024 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.1. Цель и задачи дисциплины .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2. Структура дисциплины .....	6
3. Содержание дисциплины .....	6
4. Образовательные технологии .....	7
5. Оценка планируемых результатов обучения .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.1 Система оценивания .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины. <b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	
6.1 Список источников и литературы .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». <b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
9. Методические материалы .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ . <b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	
9.3 Иные материалы .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины .....	23

## 1. Пояснительная записка

**1.1. Цель и задачи дисциплины:** цель дисциплины – подготовить специалиста, имеющего профессиональные знания о современных коммуникативных технологиях самопрезентации представителей компании в рамках её продвижения во внешних и внутренних коммуникативных средах.

**Задачи дисциплины:**

- овладеть методами эффективной самопрезентации не только себя как профессионала, но и как представителя современной компании во внешних и внутренних коммуникативных средах;
- сформировать у студентов навыки самопрезентации в различных бизнес-ситуациях, связанных с обеспечением внутренних и внешних коммуникаций;
- сформировать готовность студентов к использованию медийных и немедийных коммуникативных технологий для собственной самопрезентации как представителей компании для её продвижения во внешних и внутренних коммуникативных средах.

## 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания	<p><i>Знать:</i> основные способы распределения собственных ресурсов и их пределы для проведения самопрезентации в качестве представителя современной компании.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать свои ресурсы и их пределы, оптимально их распределяя для успешной самопрезентации в качестве представителя современной компании.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками распределения собственных ресурсов, исходя из пределов, оптимально их использовать для успешной самопрезентации в качестве представителя современной компании.</p>
	УК-6.2. Определяет приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям	<p><i>Знать:</i> собственные приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям в результате проектирования собственной самопрезентации в качестве представителя современной компании.</p> <p><i>Уметь:</i> определять собственные приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям при разработке и проведении самопрезентации в качестве представителя современной компании.</p> <p><i>Владеть:</i> способностью обозначать свои собственные приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям при разработке и проведении самопрезентации в качестве</p>

<p><i>ПК-2.</i> Способен к сервисному сопровождению и информационно-аналитической поддержке подразделений компании</p>	<p><i>ПК-2.1.</i> Организует работу по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании</p>	<p>представителя современной компании.</p> <p><i>Знать:</i> содержание основных коммуникативных технологий организации работы по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании и включение её итогов в собственную самопрезентацию в качестве представителя современной компании.</p> <p><i>Уметь:</i> выделять ключевые характеристики осуществления коммуникативных технологий организации работы по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании и включение её итогов в собственную самопрезентацию в качестве представителя современной компании.</p> <p><i>Владеть:</i> навыком анализа академической и прикладной литературы по исследованиям в области организационного поведения по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании и способностью проводить на этой основе самопрезентацию в качестве представителя современной компании.</p>
	<p><i>ПК-2.2.</i> Осуществляет информационно-аналитическое сопровождение и внутрикорпоративную коммуникативную поддержку компании</p>	<p><i>Знать:</i> основные методы и приемы анализа информационно-аналитического сопровождения и внутрикорпоративной коммуникативной поддержки компании и понимание того как можно его использовать в самопрезентации в качестве представителя современной компании.</p> <p><i>Уметь:</i> применять основные методы и приемы анализа по информационно-аналитическому сопровождению и внутрикорпоративной коммуникативной поддержки компании и использовать его данные в самопрезентации в качестве представителя современной компании.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использования информационно-аналитического сопровождения и внутрикорпоративной коммуникативной поддержки компании в ходе самопрезентации в качестве представителя современной компании.</p>

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии самопрезентации представителей компании» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Медиа-рилейшнз современной компании. Технология организации корпоративных мероприятий.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Технологии создания и публичная презентация бренда компании, Теория и практика PR в современных внутрикорпоративных коммуникациях.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лекции	10
2	Семинары/лабораторные работы	20
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет \_\_\_60\_ академических часа(ов).

## 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	<b>Устная самопрезентация в различных бизнес-ситуациях</b>	Устная самопрезентация. Цели и основные формы. Целевая аудитория. Специфика самопрезентации для различных аудиторий. Прямая и «косвенная» (презентация себя через презентацию проблемы) самопрезентация. Язык и стиль официальных самопрезентаций. Структура самопрезентации. Техника подачи информации. Сигналы внимания (маркеры). Бизнес-ситуации устных самопрезентаций: собеседование, переговоры, представление проектов и др. Правила эффективной устной самопрезентации (определенность цели, соответствующей ситуации, план, основной тезис, структура, переходы-связки. эмоциональный фактор, использование различных сигналов внимания). Приемы, принципы, стратегии убеждения
2	<b>Искусство письменной самопрезентации</b>	Цели и задачи письменных самопрезентаций в бизнес-сообществе. Целевая аудитория письменных самопрезентаций. Типы и формы письменных самопрезентаций (резюме, анкеты, вопросники). Прямая и «косвенная» самопрезентация. Презентация себя через письменное сообщение – доклад, справка, аналитическая записка, проект и др.). Техника подачи информации. Структура, язык и стиль письменной самопрезентации. Правила эффективной письменной самопрезентации Визуальные средства самопрезентации. Цели и возможности использования.
3	<b>Самопрезентация средствами невербальной</b>	Значение невербальной коммуникации в самопрезентации. Язык жестов и поз в публичной самопрезентации.

	<b>коммуникации</b>	Коммуникативные техники передачи невербальных сообщений и техники их «прочтения» аудиторией. Балансовые и небалансовые движения тела как основа восприятия невербальной коммуникации в процессе самопрезентации. Кинетический имидж и специфика его создания в самопрезентации представителей компании.
4	<b>Подготовка самопрезентации в программе Power Point</b>	Цели и возможности использования самопрезентации в программе Power Point. Специфика подбора текста в слайды программы Power Point по самопрезентации. Специфика подбора картинок в слайды программы Power Point по самопрезентации. Специфика подбора видео в слайды программы Power Point по самопрезентации. Шаблоны презентации Power Point и как их правильно использовать в самопрезентации. Использование цвета, графики и анимации в презентации Power Point для целей самопрезентации. Самопрезентации. Роль презентации Power Point в процедуре самопрезентации представителя компании.

#### 4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	<b>Устная самопрезентация в различных бизнес-ситуациях</b>	<i>Лекции 1-2. Семинарские занятия 1-2. Самостоятельная работа</i>	<i>Вводные лекции к курсу Дискуссия Опрос на семинаре Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
2	<b>Искусство письменной самопрезентации</b>	<i>Лекции 3. Семинарские занятия 3-5. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов и доски Опрос на семинаре Моделирование деловых ситуаций и их анализ Консультирование и проверка домашних заданий</i>
3	<b>Самопрезентация средствами невербальной коммуникации</b>	<i>Лекция 4. Семинарские занятия 6-8. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов и доски Опрос на семинаре Контрольная работа Консультирование и проверка домашних заданий, помощь в подготовке к контрольной работе</i>
4	<b>Подготовка самопрезентации в программе Power Point</b>	<i>Лекция 5. Семинарские занятия 9-10. Самостоятельная</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов и доски Опрос на семинаре Деловая игра: «Самопрезентация» Консультирование и проверка домашних заданий</i>

		<i>работа</i>	
--	--	---------------	--

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Система текущего контроля знаний студентов по учебной дисциплине «Лидерство и креативность в индустрии сервиса» выстраивается в соответствии с учебным планом. Она включает в себя проверку материала семинарских занятий – путем устного опроса студентов. Промежуточные аттестации включают в себя проверку всего пройденного материала по каждому разделу курса.

На промежуточную аттестацию отводится 40 баллов. Остальные баллы – в форме текущего контроля (текущая аттестация в форме письменного доклада – 30 баллов, активность студентов во время семинаров – в сумме 30 баллов).

При оценивании работы на *семинарском занятии* учитываются:

- степень раскрытия содержания материала (0-1 балла)
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала (0-0,5 балл);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-0,5 балла).

Оценивание *текущей аттестации* в форме письменной работы происходит по следующим критериям:

- Работа выполнена не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности (1-9 баллов);
- Работа выполнена полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны (10-24 баллов);
- Работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность (25-30 баллов).

При проведении *промежуточной аттестации (зачет)* студент должен ответить в письменной форме на 1 вопрос. Оценивание ответа происходит по следующим критериям:

- Теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (1-10 баллов);
- Теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов (11-24 баллов);
- Теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно (25-34 баллов);
- Теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану (35-40 баллов).

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:



100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлетворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы для *текущей аттестации*. На основании изученных источников и дополнительной литературы студенты должны самостоятельно подготовить и представить письменный доклад об основных идеях и концепциях одного зарубежного или отечественного историка. Выбор персоналии осуществляется самим студентом по согласованию с преподавателем. По желанию студента доклад может сопровождаться презентацией.

Оценочные материалы для *текущей аттестации*. Студент должен в письменной форме ответить на 1 вопроса из следующего списка:

#### *Примерные вопросы*

#### **Примерные вопросы контрольной работы:**

#### **Примерные вопросы к текущей аттестации (контрольных заданий или эссе)**

1. Для чего и зачем нужна устная самопрезентация?
2. Как устанавливать контакт в ходе устной самопрезентации?
3. Прямая и «косвенная» устная самопрезентация: общие и особенные техники и приемы.
4. Речь спикера в устной самопрезентации
5. Прямой и окольный путь убеждения аудитории в устной самопрезентации.
6. Сигналы внимания и техники их использования в устной самопрезентации.
7. Роль голоса в устной самопрезентации.
8. Для чего и зачем нужна письменная самопрезентация?
9. Прямая и «косвенная» письменная самопрезентация: общие и особенные техники и приемы.
10. Техника подачи информации в письменной самопрезентации.
11. Правила эффективной письменной самопрезентации и официальных обращениях.
12. Структура, язык и стиль письменной самопрезентации
13. Язык жестов, поз и мимики в публичной самопрезентации.
14. Что составляет основу кинетического имиджа спикера.
15. Предложите свою визуально-текстовую самопрезентацию в программе Power Point.

#### **Примерные вопросы к экзамену:**

1. Подходы к определению, что является успешной самопрезентацией представителей компании.
2. Какими бывают коммуникационные стратегии самопрезентации представителей компании?
3. Бизнес-ситуации устных самопрезентаций и техники их проведения.
4. Специфика устной самопрезентации для различных аудиторий.
5. Специфика письменной самопрезентации для различных аудиторий.
6. Правила эффективной устной самопрезентации и техники их исполнения.
7. Роль личности в устной самопрезентации как представителя компании.
8. Роль сообщения в устной самопрезентации как представителя компании.
9. Роль сообщения в письменной самопрезентации как представителя компании.
10. Роль стиля изложения текста в письменной самопрезентации как представителя компании.

11. Для чего и в каких случаях нужна письменная самопрезентация как представителя компании?
12. Техники реализации основных форм письменных самопрезентаций: резюме, анкеты, вопросники.
13. Внешнее и текстовое визуальное оформление в письменных самопрезентациях.
14. Специфика самопрезентации в официальных письменных сообщениях: доклад, справка, аналитическая записка
15. Какие письменные самопрезентации могут считаться эффективными?
16. Основные репрезентативные системы невербальной коммуникации в самопрезентации.
17. Жесты отвлекают или привлекают внимание к личности в ходе его самопрезентации? Ответ обоснуйте.
18. Ключевые техники передачи невербальных сообщений в самопрезентации.
19. Основные способы «прочтения» невербальных сообщений в самопрезентации и коммуникативные барьеры в их восприятии.
20. Структура самопрезентации представителей компании.
21. Кинетический имидж и особенности его создания в публичных самопрезентациях.
22. Волнение и тревога в самопрезентации: как с ней справиться.
23. «Враги» диалога выступающего и аудитории в процессе самопрезентации: как их «победить».
24. Коммуникативные стратегии формирования доверия в публичных самопрезентациях.
25. Учет сложившихся имиджа и бренда современной компании в самопрезентации его представителя.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Список источников и литературы:**

#### *Литература:*

##### *Основная:*

##### **учебная:**

- Вылегжанин Д.А. Теория и практика публичных рилейшнз: учебное пособие/ Д. А. Вылепканин. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019;
- Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности: учебник / Л. Н. Федотова. - 5-е изд., перераб. - Москва: Издательство Московского университета, 2014;
- Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва: Аспект Пресс, 2014.

##### **Монографии и статьи:**

- Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003;
- Желязны Д. Бизнес-презентация: Руководство по подготовке и проведению. М., 2004;
- Каптерев А. Хорошая, плохая, продающая. Мастерство презентации 2.0 / Алексей Каптерев. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021;
- Рейнольдс Г. Искусство презентации. Идеи для создания и проведения выдающихся презентаций. М. – СПб., – Киев, 2013;
- Уилкоккс Денис Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ: Пер. с англ. 4-е изд. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2004.

##### *Дополнительная:*

- Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. М.,1993. - 245с.

Гринберг, Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект / Т.Э. Гринберг. Москва: Издательство Московского университета, 2012;

Казаков А.А. Теория установления повестки дня vs фрейминг //Полис. 2015, № 1. С.23-41;

Кузнецов И.Н. Информация (сбор, защита, анализ). Учебное пособие по информационно-аналитической работе. М: Яуза. 2001;

Маркони Дж. PR. Полное руководство. М.: Вершина, 2006. – 256с.

Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб: Питер, 2003. – 432с.

Ольшевский А.С. Негативные PR-технологии. М.: Инфра-М, 2004. – 329с.

Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М., 1998;

Самые успешные PR-кампании в мировой практике /пер. с англ. – М.: Инфра-М / ИМИДЖ-Контакт, 2002. – 310с.

Ушакова Н., Стрижова А. Имиджелогия. – М.: Дашков и Ко, 2009.

#### **Справочные издания:**

Якубайтис Э.А. Информационные сети и системы: Справочная книга. М., 2006.

### **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

#### **Интернет-ресурсы:**

RT (Russia Today, Россия сегодня) - <https://www.rt.com/>

«Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,

Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,

Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,

Лента.ру -<http://www.lenta.ru>,

Вести.ру (<http://www.vesti.ru>,

Страна.ру - <http://www.strana.ru>,

НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,

Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,

Грани.ру - <http://www.grani.ru>,

eLIBRARY.RU;

EastView;

Science Direct;

EBSCO;

Emerald;

SAGE Journals Online;

Springer Link;

Oxford Reference Online Premium;

Oxford English Dictionary;

Селюкова Г.Ф. Конвергенция компьютерных и телевизионных технологий: новые возможности телевидения в США // [http://npi.iip.net/forjour/library/book7/TV\\_tecnol.htm](http://npi.iip.net/forjour/library/book7/TV_tecnol.htm)

**Электронные версии газет, журналов, теле- и радио- программ («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.)**

Радио «Эхо Москвы» - <http://www.echo.msk.ru>,

Радио «Свобода» - <http://www.svoboda.org>).

#### **Контент социальных сетей:**

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

### **6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант
3. Интегрум
4. Медиалогия.

**7. Материально-техническое обеспечение дисциплины** отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ к ЭБС издательства «Юрайт» (biblio-online.ru), архиву исследовательских журналов JSTOR, МНБД Scopus и Web of Science. Персональные компьютеры, оснащенные операционной системой ОС MS Windows (XP и выше), программным обеспечением MS Office 2003–2010, доступом в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Office, Adobe Acrobat , Abbyu Fine Reader, Антивирус Kaspersky, Microsoft Windows XP, MSDN (Microsoft Developer Network , Microsoft Dreamspark, Microsoft Academic Alliance), Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная, Abbyu Lingvo – LMRC1400000946409109093 от 22.01.2010.

Состав программного обеспечения:

*При проведении занятий без специального ПО (только демонстрация презентаций, пп.3-9 необходимо удалить)*

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security
4. Adobe Master Collection
5. AutoCAD
6. Archicad
7. SPSS Statistics
8. ОС «Альт Образование»
9. Visual Studio
10. Adobe Creative Cloud

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

**8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

### **9.1. Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий**

#### **Тема 1. (4 ч.) Устная самопрезентация в различных бизнес-ситуациях**

*Вопросы для дискуссии:*

1. Устная самопрезентация. Цели и основные формы. Целевая аудитория. Специфика самопрезентации для различных аудиторий.

2. Прямая и «косвенная» (презентация себя через презентацию проблемы) самопрезентация. Язык и стиль официальных самопрезентаций. Структура самопрезентации.

3. Бизнес-ситуации устных самопрезентаций: собеседование, переговоры, представление проектов и др.

4. Правила эффективной устной самопрезентации (определенность цели, соответствующей ситуации, план, основной тезис, структура, переходы-связки. эмоциональный фактор, использование различных сигналов внимания).

5. Приемы, принципы, стратегии убеждения в устной самопрезентации

На занятиях также идет обсуждение и защита контрольного задания в виде эссе (см.: *Примерные вопросы к текущей аттестации*).

*Список рекомендованной литературы:**Основная:***учебная:**

Вылегжанин Д.А. Теория и практика публичной речи: учебное пособие / Д. А. Вылегжанин. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019;

Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности: учебник / Л. Н. Федотова. - 5-е изд., перераб. - Москва: Издательство Московского университета, 2014;

Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва: Аспект Пресс, 2014.

**Монографии и статьи:**

Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003;

Желязны Д. Бизнес-презентация: Руководство по подготовке и проведению. М., 2004;

Каптерев А. Хорошая, плохая, продающая. Мастерство презентации 2.0 / Алексей Каптерев. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021;

Рейнольдс Г. Искусство презентации. Идеи для создания и проведения выдающихся презентаций. М. – СПб., – Киев, 2013;

Уилкоккс Денис Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ: Пер. с англ. 4-е изд. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2004.

*Дополнительная:*

Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. М.,1993. - 245с.

Гринберг, Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект / Т.Э. Гринберг. Москва: Издательство Московского университета, 2012;

Казаков А.А. Теория установления повестки дня vs фрейминг //Полис. 2015, № 1. С.23-41;

Кузнецов И.Н. Информация (сбор, защита, анализ). Учебное пособие по информационно-аналитической работе. М: Яуза. 2001;

Маркони Дж. PR. Полное руководство. М.: Вершина, 2006. – 256с.

Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб: Питер, 2003. – 432с.

Ольшевский А.С. Негативные PR-технологии. М.: Инфра-М, 2004. – 329с.

Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М., 1998;

Самые успешные PR-кампании в мировой практике /пер. с англ. – М.: Инфра-М / ИМИДЖ-Контакт, 2002. – 310с.

Ушакова Н., Стрижова А. Имиджелогия. – М.: Дашков и Ко, 2009.

**Справочные издания:**

Якубайтис Э.А. Информационные сети и системы: Справочная книга. М., 2006.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».****Интернет-ресурсы:**

RT (Russia Today, Россия сегодня) - <https://www.rt.com/>  
 «Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,  
 Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,  
 Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,  
 Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,  
 Вести.ру (<http://www.vesti.ru>,  
 Страна.ру - <http://www.strana.ru>,  
 НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,  
 Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,  
 Грани.ру - <http://www.grani.ru>,  
 eLIBRARY.RU;  
 EastView;  
 Science Direct;  
 EBSCO;  
 Emerald;  
 SAGE Journals Online;  
 Springer Link;  
 Oxford Reference Online Premium;  
 Oxford English Dictionary;  
 Селюкова Г.Ф. Конвергенция компьютерных и телевизионных технологий: новые возможности телевидения в США // [http://npi.iip.net/forjour/library/book7/TV\\_tecnol.htm](http://npi.iip.net/forjour/library/book7/TV_tecnol.htm)

**Электронные версии газет, журналов, теле- и радио-программ** («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.)

**Контент социальных сетей:**

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

**Тема 2. (6 ч.) Искусство письменной самопрезентации***Вопросы для дискуссии:*

1. Цели и задачи письменных самопрезентаций в бизнес-сообществе. Целевая аудитория письменных самопрезентаций.
2. Типы и формы письменных самопрезентаций (резюме, анкеты, вопросники).
3. Прямая и «косвенная» самопрезентация. Презентация себя через письменное сообщение – доклад, справка, аналитическая записка, проект и др.).
4. Техника подачи информации. Структура, язык и стиль письменной самопрезентации.
5. Правила эффективной письменной самопрезентации
6. Визуальные средства самопрезентации. Цели и возможности использования.

*Список рекомендованной литературы:*

*Основная:*

**учебная:**

Вылегжанин Д.А. Теория и практика публичных речей: учебное пособие/ Д. А. Вылегжанин. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019;



Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности: учебник / Л. Н. Федотова. - 5-е изд., перераб. - Москва: Издательство Московского университета, 2014;

Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва: Аспект Пресс, 2014.

#### **Монографии и статьи:**

Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003;

Желязны Д. Бизнес-презентация: Руководство по подготовке и проведению. М., 2004;

Каптерев А. Хорошая, плохая, продающая. Мастерство презентации 2.0 / Алексей Каптерев. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021;

Рейнольдс Г. Искусство презентации. Идеи для создания и проведения выдающихся презентаций. М. – СПб., – Киев, 2013;

Уилкоккс Денис Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ: Пер. с англ. 4-е изд. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2004.

#### *Дополнительная:*

Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. М., 1993. - 245с.

Гринберг, Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект / Т.Э. Гринберг. Москва: Издательство Московского университета, 2012;

Казаков А.А. Теория установления повестки дня vs фрейминг //Полис. 2015, № 1. С.23-41;

Кузнецов И.Н. Информация (сбор, защита, анализ). Учебное пособие по информационно-аналитической работе. М: Яуза. 2001;

Маркони Дж. PR. Полное руководство. М.: Вершина, 2006. – 256с.

Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб: Питер, 2003. – 432с.

Ольшевский А.С. Негативные PR-технологии. М.: Инфра-М, 2004. – 329с.

Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М., 1998;

Самые успешные PR-кампании в мировой практике /пер. с англ. – М.: Инфра-М / ИМИДЖ-Контакт, 2002. – 310с.

Ушакова Н., Стрижова А. Имиджелогия. – М.: Дашков и Ко, 2009.

#### **Справочные издания:**

Якубайтис Э.А. Информационные сети и системы: Справочная книга. М., 2006.

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

##### **Интернет-ресурсы:**

RT (Russia Today, Россия сегодня) - <https://www.rt.com/>

«Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,

Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,

Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,

Лента.ру -<http://www.lenta.ru>,

Вести.ру (<http://www.vesti.ru>,

Страна.ру - <http://www.strana.ru>,

НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,

Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,

Грани.ру - <http://www.grani.ru>,

eLIBRARY.RU;

EastView;

Science Direct;

EBSCO;

Emerald;

SAGE Journals Online;  
 Springer Link;  
 Oxford Reference Online Premium;  
 Oxford English Dictionary;  
 Селюкова Г.Ф. Конвергенция компьютерных и телевизионных технологий: новые возможности телевидения в США // [http://npi.iip.net/forjour/library/book7/TV\\_tecno1.htm](http://npi.iip.net/forjour/library/book7/TV_tecno1.htm)

**Электронные версии газет, журналов, теле- и радио-программ** («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.)

**Контент социальных сетей:**

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

**Тема 3. (6 ч.) Самопрезентация средствами невербальной коммуникации**

*Вопросы для дискуссии:*

1. Значение невербальной коммуникации в самопрезентации.
2. Язык жестов и поз в публичной самопрезентации.
3. Коммуникативные техники передачи невербальных сообщений и техники их «прочтения» аудиторией.
4. Балансовые и небалансовые движения тела как основа восприятия невербальной коммуникации в процессе самопрезентации.
5. Кинетический имидж и специфика его создания в самопрезентации представителей компании.

*Список рекомендованной литературы:*

*Основная:*

**учебная:**

Вылегжанин Д.А. Теория и практика публичных рилейшнз: учебное пособие / Д. А. Вылепканин. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019;

Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности: учебник / Л. Н. Федотова. - 5-е изд., перераб. - Москва: Издательство Московского университета, 2014;

Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва: Аспект Пресс, 2014.

**Монографии и статьи:**

Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003;

Желязны Д. Бизнес-презентация: Руководство по подготовке и проведению. М., 2004;

Каптерев А. Хорошая, плохая, продающая. Мастерство презентации 2.0 / Алексей Каптерев. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021;

Рейнольдс Г. Искусство презентации. Идеи для создания и проведения выдающихся презентаций. М. – СПб., – Киев, 2013;

Уилкоккс Денис Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ: Пер. с англ. 4-е изд. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2004.

*Дополнительная:*

Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. М.,1993. - 245с.

Гринберг, Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект / Т.Э. Гринберг. Москва: Издательство Московского университета, 2012;

Казаков А.А. Теория установления повестки дня vs фрейминг //Полис. 2015, № 1. С.23-41;

- Кузнецов И.Н. Информация (сбор, защита, анализ). Учебное пособие по информационно-аналитической работе. М: Яуза. 2001;
- Маркони Дж. PR. Полное руководство. М.: Вершина, 2006. – 256с.
- Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб: Питер, 2003. – 432с.
- Ольшевский А.С. Негативные PR-технологии. М.: Инфра-М, 2004. – 329с.
- Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М., 1998;
- Самые успешные PR-кампании в мировой практике /пер. с англ. – М.: Инфра-М / ИМИДЖ-Контакт, 2002. – 310с.
- Ушакова Н., Стрижова А. Имиджелогия. – М.: Дашков и Ко, 2009.

#### **Справочные издания:**

Якубайтис Э.А. Информационные сети и системы: Справочная книга. М., 2006.

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

##### **Интернет-ресурсы:**

- RT (Russia Today, Россия сегодня) - <https://www.rt.com/>
- «Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,
- Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,
- Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,
- Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,
- Вести.ру (<http://www.vesti.ru>,
- Страна.ру - <http://www.strana.ru>,
- НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,
- Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,
- Грани.ру - <http://www.grani.ru>,
- eLIBRARY.RU;
- EastView;
- Science Direct;
- EBSCO;
- Emerald;
- SAGE Journals Online;
- Springer Link;
- Oxford Reference Online Premium;
- Oxford English Dictionary;
- Селюкова Г.Ф. Конвергенция компьютерных и телевизионных технологий: новые возможности телевидения в США // [http://npi.iip.net/forjour/library/book7/TV\\_tecnol.htm](http://npi.iip.net/forjour/library/book7/TV_tecnol.htm)

**Электронные версии газет, журналов, теле- и радио-программ («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.)**

#### **Контент социальных сетей:**

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

#### **Тема 4. (4 ч.) Подготовка самопрезентации в программе Power Point**

##### *Вопросы для дискуссии:*

1. Цели и возможности использования самопрезентации в программе Power Point.
2. Специфика подбора текста в слайды программы Power Point по самопрезентации.
3. Специфика подбора картинок в слайды программы Power Point по самопрезентации.
4. Специфика подбора видео в слайды программы Power Point по самопрезентации.
5. Шаблоны презентации Power Point и как их правильно использовать в самопрезентации.

6. Использование цвета, графики и анимации в презентации Power Point для целей самопрезентации. и самопрезентации.

7. Роль презентации Power Point в процедуре самопрезентации представителя компании.

На последнем занятии курса студенты участвуют к деловой игре: «Самопрезентация», к которой готовят собственную самопрезентацию в программе Power Point

*Список рекомендованной литературы:*

*Основная:*

**учебная:**

Вылегжанин Д.А. Теория и практика публич рилейшнз: учебное пособие/ Д. А. Вылепканин. - 4-е изл., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019;

Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности: учебник / Л. Н. Федотова. - 5-е изд., перераб. - Москва: Издательство Московского университета, 2014;

Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва: Аспект Пресс, 2014.

**Монографии и статьи:**

Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003;

Желязны Д. Бизнес-презентация: Руководство по подготовке и проведению. М., 2004;

Каптерев А. Хорошая, плохая, продающая. Мастерство презентации 2.0 / Алексей Каптерев. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021;

Рейнольдс Г. Искусство презентации. Идеи для создания и проведения выдающихся презентаций. М. – СПб., – Киев, 2013;

Уилкоккс Денис Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ: Пер. с англ. 4-е изд. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2004.

*Дополнительная:*

Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. М.,1993. - 245с.

Гринберг, Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект / Т.Э. Гринберг. Москва: Издательство Московского университета, 2012;

Казakov А.А. Теория установления повестки дня vs фрейминг //Полис. 2015, № 1. С.23-41;

Кузнецов И.Н. Информация (сбор, защита, анализ). Учебное пособие по информационно-аналитической работе. М: Яуза. 2001;

Маркони Дж. PR. Полное руководство. М.: Вершина, 2006. – 256с.

Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб: Питер, 2003. – 432с.

Ольшевский А.С. Негативные PR-технологии. М.: Инфра-М, 2004. – 329с.

Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М., 1998;

Самые успешные PR-кампании в мировой практике /пер. с англ. – М.: Инфра-М / ИМИДЖ-Контакт, 2002. – 310с.

Ушакова Н., Стрижова А. Имиджелогия. – М.: Дашков и Ко, 2009.

**Справочные издания:**

Якубайтис Э.А. Информационные сети и системы: Справочная книга. М., 2006.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

**Интернет-ресурсы:**

RT (Russia Today, Россия сегодня) - <https://www.rt.com/>

«Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,

Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,

Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,  
 Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,  
 Вести.ру (<http://www.vesti.ru>,  
 Страна.ру - <http://www.strana.ru>,  
 НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,  
 Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,  
 Грани.ру - <http://www.grani.ru>,  
 eLIBRARY.RU;  
 EastView;  
 Science Direct;  
 EBSCO;  
 Emerald;  
 SAGE Journals Online;  
 Springer Link;  
 Oxford Reference Online Premium;  
 Oxford English Dictionary;  
 Селюкова Г.Ф. Конвергенция компьютерных и телевизионных технологий: новые возможности телевидения в США // [http://npi.iip.net/forjour/library/book7/TV\\_tecnol.htm](http://npi.iip.net/forjour/library/book7/TV_tecnol.htm)

**Электронные версии газет, журналов, теле- и радио-программ** («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.)

**Контент социальных сетей:**

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

**Материально-техническое обеспечение семинарских занятий:**

Компьютер с выходом в интернет.

Устройство вывода изображения.

Звуковые колонки.

**9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

**Требования к презентации:**

Распределение тем презентации между студентами осуществляется заблаговременно.

Приступая к подготовке электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения.

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- основная часть (не менее 20 слайдов);
- заключение (вывод).

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- презентация представляет собой графический конспект того материала, который излагается в устном докладе;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- размер шрифта 22-26 (заголовок), 18-22 кегль (обычный текст);
- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз, полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании; при необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения;

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в едином стиле;

- слайды должны быть пронумерованы;
  - использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись (например, последовательное появление элементов диаграммы);
  - при включении видеоряда в презентацию, продолжительность роликов не должна превышать 10-15 секунд;
- списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов, в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии самопрезентации представителей компании» реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

**Цель дисциплины:** подготовить специалиста, имеющего профессиональные знания о современных коммуникативных технологиях самопрезентации представителей компании в рамках её продвижения во внешних и внутренних коммуникативных средах.

**Задачи дисциплины:**

- овладеть методами эффективной самопрезентации не только себя как профессионала, но и как представителя современной компании во внешних и внутренних коммуникативных средах;
- сформировать у студентов навыки самопрезентации в различных бизнес-ситуациях, связанных с обеспечением внутренних и внешних коммуникаций;
- сформировать готовность студентов к использованию медийных и немедийных коммуникативных технологий для собственной самопрезентации как представителей компании для её продвижения во внешних и внутренних коммуникативных средах.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

*УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки*

*УК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания*

*УК-6.2. Определяет приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям*

*ПК-2. Способен к сервисному сопровождению и информационно-аналитической поддержке подразделений компании*

*ПК-2.1. Организует работу по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании*

*ПК-2.2. Осуществляет информационно-аналитическое сопровождение и внутрикорпоративную коммуникативную поддержку компании*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные способы распределения собственных ресурсов и их пределы для проведения самопрезентации в качестве представителя современной компании; собственные приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям в результате проектирования собственной самопрезентации в качестве представителя современной компании; содержание основных коммуникативных технологий организации работы по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании и включение её итогов в собственную самопрезентацию в качестве представителя современной компании; основные методы и приемы анализа информационно-аналитического сопровождения и внутрикорпоративной коммуникативной поддержки компании и понимание того как можно его использовать в самопрезентации в качестве представителя современной компании.

*Уметь:* использовать свои ресурсы и их пределы, оптимально их распределяя для успешной самопрезентации в качестве представителя современной компании; определять

собственные приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям при разработке и проведении самопрезентации в качестве представителя современной компании; выделять ключевые характеристики осуществления коммуникативных технологий организации работы по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании и включение её итогов в собственную самопрезентацию в качестве представителя современной компании; применять основные методы и приемы анализа по информационно-аналитическому сопровождению и внутрикорпоративной коммуникативной поддержки компании и использовать его данные в самопрезентации в качестве представителя современной компании.

*Владеть:* навыками распределения собственных ресурсов, исходя из пределов, оптимально их использовать для успешной самопрезентации в качестве представителя современной компании; способностью обозначать свои собственные приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям при разработке и проведении самопрезентации в качестве представителя современной компании; навыком анализа академической и прикладной литературы по исследованиям в области организационного поведения по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании и способностью проводить на этой основе самопрезентацию в качестве представителя современной компании; навыками использования информационно-аналитического сопровождения и внутрикорпоративной коммуникативной поддержки компании в ходе самопрезентации в качестве представителя современной компании

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетные единицы.