

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bffa79172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ
(МГОУ)

Экономический факультет

Кафедра управления организацией

Согласовано управлением организации и
контроля качества образовательной
деятельности

«9» июня 2021 г.

Начальник управления _____
/ Г.Е. Суслин /

Одобрено учебно-методическим советом

Протокол «9» июня 2021 г. № 6

Председатель _____
/ О.А. Пестикова /



Рабочая программа дисциплины

Презентация проекта

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль:
Управление проектом

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Согласовано учебно-методической комиссией
экономического факультета:

Протокол от «17» июня 2021 г. № 11

Председатель УМКом _____
/ Н.М. Антипина /

Рекомендовано кафедрой управления
организацией

Протокол от «15» июня 2021 г. № 14

Зав. кафедрой _____
/ Т.И. Власова /

Мытищи
2021

Автор-составитель:
доцент кафедры управления организацией МГОУ, кандидат экономических наук
Волков Михаил Михайлович

Рабочая программа дисциплины «Презентация проекта» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России № 970 от 12.08.2020 г.

Дисциплина входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО	5
3. ОБЪЁМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.1. Объём дисциплины	5
3.2. Содержание дисциплины.....	5
4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ	9
5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	10
5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	10
5.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	10
5.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	14
5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	37
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	38
6.1. Основная литература	38
6.2. Дополнительная литература	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	39
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	39
8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	40
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

1.1. Цель и задачи дисциплины

Характерной чертой современного этапа экономического развития России является проведение социально-экономических изменений, направленных на повышение эффективности экономики за счет инновационных преобразований производства. Кроме того, в условиях глобализации мирового рынка и стремительного развития научно-технического прогресса осуществление инновационной деятельности является неперенным условием обеспечения конкурентоспособности любой организации на рынке. Вместе с тем, инновационный процесс всегда сопровождается сопротивлением среды новым преобразованиям. Поэтому, менеджеры, занимающиеся продвижением инноваций и разработкой стратегий в организации должны обладать навыками эффективного убеждения и преодоления консерватизма в управлении для обеспечения инновационного развития фирмы. Изложенное определяет значение данной дисциплины в подготовке студентов по направлению «Менеджмент». Она призвана дать студентам представление о бизнес-презентации как неотъемлемом элементе процесса коммерциализации инноваций, эффективность которого определяется умением сформировать позитивное восприятие предлагаемых инновационных преобразований в организации, способностью четко выразить сущность предложений, построить неопровержимую систему доказательств для продвижения новых идей и успешно преодолеть возможное сопротивление среды. Она должна вооружить специалистов по управлению инновациями знаниями в области бизнес-презентирования применительно к особому объекту – инновационной деятельности.

Цель изучения данной дисциплины – овладение современным методическим инструментарием планирования, организации, представления инновационных проектов, создания целенаправленного восприятия инновационных преобразований и имиджа организации, позитивного разрешения конфликтных ситуаций, связанных с сопротивлением новому, развития навыков профессионального продвижения инновационных преобразований в организации с целью обеспечения ее устойчивости на рынке и способности к саморазвитию.

Основными задачами дисциплины являются:

- ознакомление студентов с практическими навыками проведения деловых выступлений: переговоров с рыночными контрагентами организации, совещаний, круглых столов, конференций и т.п.;
- системное рассмотрение основных концепций и методов бизнес-презентации, включая основы механизма убеждения, построения системы целей, определение ключевых пунктов, структуризации презентации, использование мнемонических методов, стиля презентации;
- изучение конкретных методов планирования, подготовки и проведения бизнес-презентации;
- овладение методами конфликтологии и создания целенаправленного восприятия инновационных проектов;
- обучение приемам и способам выбора стиля поведения перед аудиторией и вербального стиля презентация, места и формы ее проведения,

средств представления информации и установления контакта с аудиторией.

Полученные знания необходимы студентам в их дальнейшей профессиональной деятельности. После успешного завершения обучения они могут работать в качестве сотрудников не только инновационных организаций, но и любых предприятий, фирм, банков, успешное существование которых в условиях конкуренции невозможно без разработки и реализации нововведений.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

ДПК-1 Способность осуществлять поиск и сбор необходимой информации, в т.ч. и зарубежного опыта, использовать методы количественного и качественного ее анализа с использованием современных информационных технологий, в том числе и интеллектуально аналитических систем; применять методы экономического и бизнес-анализа, маркетинговых исследований и стратегического анализа, для оценки проекта и обоснования решений о его выполнении

ДПК-3 Способность осуществлять планирование предметных областей проекта, в том числе инновационных, с использованием различных методологий и стандартов проджект-менеджмента, организовывать выполнение работ проекта в соответствии с техническим заданием, проводить мониторинг и контроль выполнения проекта в соответствии с установленными регламентами с применением современных информационных технологий, программных продуктов в области проджект-менеджмента

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПВО

Дисциплина входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

взаимосвязана с такими дисциплинами как, инновационный менеджмент, управление ресурсами проекта, компетентностный подход к развитию проджект-менеджера и др., в совокупности формирующих базу знаний по проблемам управления проектом.

Изучение курса необходимо для дальнейшего успешного освоения таких дисциплин как: управление инновационным проектом, инвестирование проекта, проектирование бизнес-процессов, управление ресурсами проекта, а также для прохождения преддипломной практики и подготовке к защите выпускной квалификационной работы.

3. ОБЪЁМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объём дисциплины

Показатель объема дисциплины	Форма обучения
	Очная
Объем дисциплины в зачетных единицах	2
Объем дисциплины в часах	72

Контактная работа:	36,2
Лекции	18
Практические	18
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	0,2
Зачет	0,2
Самостоятельная работа	28
Контроль	7,8

Форма промежуточной аттестации: зачет в 3 семестре.

3.2. Содержание дисциплины

По очной форме обучения

Наименование разделов (тем) дисциплины с кратким содержанием	Кол-во часов	
	Лекции	Лабораторные занятия
III семестр		
Тема 1. Убеждение как основа механизма бизнес-презентации Понятие бизнес-презентации и бизнес-презентации инновационных проектов. Процесс и процедура убеждения: вытеснение, замещение, факторы эффективности.	2	2
Тема 2. Концептуальные основы бизнес-презентации Основные принципы бизнес-презентирования; цели, реализуемые посредством эффективной презентации; признаки презентации; цель презентации; факторы, определяющие результат презентации; этапы дистиляции информации: исследование, отбор, организация, наблюдение и ответы; характеристики и приемы презентации как творческого процесса; виды презентаций; причины снижения эффективности презентации.	2	2
Тема 3. Сущность, переменные составляющие и первичные факторы планирования Процесс планирования презентации; преимущества планирования; переменные составляющие планирования: частота проведения презентации, знакомство с аудиторией и предметом, тип презентации, природа презентации, потенциал презентации; первичные факторы планирования: презентатор, аудитория, место проведения презентации, время проведения презентации. Зоны ответственности презентатора. Исходная информация и способ анализа аудитории. Способ планирования места и времени проведения презентации.	1	1
Тема 4. Разработка контрольного листа плана и средств отслеживания обратной связи Назначение контрольного листа плана; состав его частей; график плановых действий; выбор методов отслеживания обратной связи: анкетирование, прямой вопрос, теле-	1	1

фонный звонок, встречи, комбинация форм обратной связи.		
Тема 5. Формирование дерева целей и корневой концепции презентации Характеристика подхода к предмету презентации. Факторы эффективности подхода с точки зрения аудитории: перспектива, убеждение, восприятие. Способы определения перспективности презентации для аудитории. Способы формирования нужного восприятия аудиторией: постановка вопросов, факторы первого впечатления, качества, определяющие уровень личного обаяния. Система целей презентации: основные характеристики цели, первичные цели, вторичные цели, правила построения дерева целей. Корневая концепция презентации и ее значение.	2	2
Тема 6. Структуризация презентации Структура презентации: процесс формирования. Основная часть презентации и ее элементы: ключевые пункты, поддерживающий материал, переходы. Определение ключевых пунктов: правило выбора, цель формулировки, способы развития: свободный набросок, индексные карточки, самоклеющиеся листы. Этапы составления конспекта презентации: критерии отбора материала, определение последовательности материала, маркировка ключевых пунктов с помощью мнемонических методов, подготовка конспекта. Основные правила конспектирования. Формирование системы доказательств как материала, поддерживающего ключевые пункты: конкретные доказательства, концептуальные доказательства. Статистика и результаты исследований, примеры и вербальные иллюстрации, сравнения и контрасты, цитаты, участие аудитории. Введение и обзор: сущность и задачи. Открывающая часть презентации: задачи, формы, длительность, способ оценки эффективности. Заключение: виды и факторы эффективности.	1	1
Тема 7. Характеристика словесного стиля Понятие вербального стиля презентации. Составляющие вербального стиля: словарный запас, структура предложений и их длина, грамматика и синтаксис, скорость речи. Тон сообщения. Требования, предъявляемые к словесному стилю. Базовые составляющие, факторы управления вербального стиля: ясность, правильность, точность, продуманность. Факторы формирования ясности языка. Управление правильностью речи: предметная отнесенность слова, коннотация, импликация, эвфемизмы, обновление словарного запаса, правильные утверждения. Характеристика точности и продуманности словесного стиля.	1	1
Тема 8. Факторы эффективности и формы вербального стиля Факторы эффективности вербального стиля: выразительность, эмоциональность, способность вызвать ответную реакцию, позитивность, подчеркнутость слов и фраз. Формы невыразительного языка: перегруженные прилагательные, клише. Характеристики эмоционально языка. Словарные формы, не вызывающие ответную реакцию: клише, избитые фразы. Характеристика позитивности речи: апелляция к положительным эмоциям. Средства обеспечения подчеркнутости слов и фраз: антитеза, обратная фразировка. Избыточные слова и их применение. Сбалансированность вербального стиля. Формы словесного выражения: ассонанс, кустода, гипербола, ономатопея, юмор, искусство рассказа занимательных историй. Фигуры речи: образность, метафора, сравнения, олицетворение. Факторы, снижающие уровень эффективности вербального стиля.	1	1
Тема 9. Характеристика стиля поведения перед аудиторией Понятие невербального стиля презентации. Критерий и характеристики эффективности. Виды невербального стиля: пассивный, позитивный, агрессивный. Принципы формирования невербального стиля. Составляющие невербального стиля: внешний вид, звуковые сигналы, зрительные сигналы. Значение внешнего вида для эффектив-	1	1

ности презентации. Выбор стиля одежды. Характеристика звуковых сигналов: характеристики голоса (высота, громкость, тон), речевые клише (модуляция голоса, артикуляция, слова-заполнители, акценты, паузы). Способы избавления от сорных слов. Зрительные сигналы: мимика, взгляд, жесты, движения, пантомимика. Профессиональный стиль поведения.		
Тема 10. Искусство ведения дискуссии Причины подготовки к дискуссии перед презентацией. Определение психотипа оппонента: агрессивный, позитивный, демагог, робкий, авторитет, скептик. Поведение презентатора в зависимости от личности собеседника. Правила ведения дискуссии. Формы поведения собеседника и соответствующая им реакция. Этапы подготовки к вопросам. Вопросы во время выступления. Вопросы и ответы в конце презентации. Этапы построения ответа на вопросы. Виды вопросов по содержанию и формы реагирования на них. Виды комментариев аудитории и способы оппонирования.	2	2
Тема 11. Характеристика аудиовизуальных средств Сущность и назначение аудиовизуальных средств. Характеристики эффективности аудиовизуального материала: живописность, красочность, оригинальность, уместность. Цветовые ассоциации. Цветовые комбинации. Правила выбора цветов. Области применения различных видов аудиовизуальных средств: графического материала (диаграммы и схемы, графики, рисуночные диаграммы, иллюстрации), табличного материала, геометрических фигур и символов.	2	2
Тема 12. Принципы выбора и подготовки средств представления информации и места проведения презентации Виды технических средств для демонстрации иллюстрационного материала. Принципы выбора технических средств для иллюстраций: отдача на инвестиции, доступность ресурсов, характер аудитории, место проведения презентации, частота использования технических средств и др. Принципы подготовки аудиовизуальных средств. Принципы использования пособий во время презентации. Факторы, определяющие выбор места проведения презентации. Характеристики выбора места проведения презентации: удобство, приспособленность для целей презентации, соответствие потребностям выступающего. Критерии выбора места проведения презентации. Планирование расположения слушателей и оборудования помещения: условия планирования, выбор схемы оборудования зала. Внешние условия места проведения презентации.	2	2
ИТОГО за III семестр	18	18
ВСЕГО	18	18

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	Формы самостоятельной работы	Методические обеспечения	Формы отчетности
III семестр					
Тема 1. Убеждение как основа механизма бизнес-презентации.	Процесс и процедура убеждения: вытеснение, замещение, факторы эффективности.	2	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Опрос.
Тема 2. Концептуальные основы бизнес-презентации.	Основные принципы бизнес-презентирования. цель презентации, виды презентаций, ны снижения эффективности презентации.	2	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине	Опрос, доклады.
Тема 3. Сущность, переменные составляющие и первичные факторы планирования.	Процесс планирования презентации. Зоны ответственности презентатора. Исходная информация и способ анализа аудитории. Способ планирования места и времени проведения презентации.	4	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы, аналитический обзор новостных сюжетов специализированных изданий.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Опрос, индивидуальное собеседование.
Тема 4. Разработка контрольного листа плана и средств отслеживания обратной связи.	Назначение контрольного листа плана; состав его частей.	2	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Опрос, доклады.
Тема 5. Формирование дерева целей и корневой концепции презентации.	Система целей презентации: основные характеристики цели, первичные цели, вторичные цели, правила построения дерева целей.	2	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Опрос, доклады.
Тема 6. Структуризация презентации.	Структура презентации: процесс формирования.	2	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Опрос, доклады.
Тема 7. Характеристика словесного стиля.	Понятие вербального стиля презентации. Составляющие вербального стиля.	2	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Опрос, индивидуальное собеседование.
Тема 8. Факторы эффективности и формы вербального стиля.	Факторы эффективности вербального стиля. Формы невыразительного языка. Характеристики эмоционально языка.	2	Изучение литературы, разработка ресурсов проекта согласно индивидуальному заданию.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Защита индивидуального задания.
Тема 9. Характеристика стиля поведения перед аудиторией.	Понятие и виды невербального стиля презентации	2	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Опрос, индивидуальное собеседование.
Тема 10. Искусство ведения дискуссии.	Правила ведения дискуссии. Формы поведения собеседника и соответствующая им реакция. Этапы подготовки к вопросам.	2	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы,	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Опрос, доклады.

			аналитический обзор новостных сюжетов специализированных изданий.		
Тема 11. Характеристика аудиовизуальных средств.	Сущность и назначение аудиовизуальных средств. Характеристики эффективности аудиовизуального материала	4	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Опрос, индивидуальное собеседование.
Тема 12. Принципы выбора и подготовки средств представления информации и места проведения презентации.	Виды и принципы выбора технических средств для демонстрации иллюстрационного материала. Характеристики выбора места проведения презентации. Внешние условия места проведения презентации.	2	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Программа курса, учебно-методические и учебные пособия по дисциплине.	Опрос, защита индивидуально выполненной презентации.
ВСЕГО		28			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
ДПК-1 Способность осуществлять поиск и сбор необходимой информации, в т.ч. и зарубежного опыта, использовать методы количественного и качественного ее анализа с использованием современных информационных технологий, в том числе и интеллектуально аналитических систем; применять методы экономического и бизнес-анализа, маркетинговых исследований и стратегического анализа, для оценки проекта и обоснования решений о его выполнении	1. Работа на учебных занятиях (лекции и практические занятия по темам 11-12). 2. Самостоятельная работа.
ДПК-3 Способность осуществлять планирование предметных областей проекта, в том числе инновационных, с использованием различных методологий и стандартов проджект-менеджмента, организовывать выполнение работ проекта в соответствии с техническим заданием, проводить мониторинг и контроль выполнения проекта в соответствии с установленными регламентами с применением современных информационных технологий, программных продуктов в области проджект-менеджмента	1. Работа на учебных занятиях (лекции и практические занятия по темам 11-12). 2. Самостоятельная работа.

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

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
-------------------------	--------------------------	-------------------	----------------------	---------------------	------------------

ДПК-1	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях (лекции и практические занятия по темам 11-12). 2. Самостоятельная работа.	Знать: подходы и современные автоматизированных систем сбора и анализа информации; методы количественного и качественного анализа, маркетинговых исследований и стратегического анализа; обоснования решений по оценке проекта; Уметь: применять на практике методы и системы по сбору и анализу информации о проекте, формировать устав проекта; обосновывать решения по оценке проекта и возможностях его реализации на основе результатов экономического, маркетингового и стратегического анализа;	Опрос и собеседование. Проверка домашних заданий Зачет	41-60 баллов.
	Продвину- тый	1. Работа на учебных занятиях (лекции и практические занятия по темам 11-12). 2. Самостоятельная работа.	Знать: подходы и современные автоматизированных систем сбора и анализа информации; методы количественного и качественного анализа, маркетинговых исследований и стратегического анализа; обоснования решений по оценке проекта; Уметь: применять на практике мето-	Устный доклад, реферат, тестирование. Зачет	61-100 баллов.

			ды и системы по сбору и анализу информации о проекте, формировать устав проекта; обосновывать решения по оценке проекта и возможностях его реализации на основе результатов экономического, маркетингового и стратегического анализа; Владеть: методическим инструментарием бизнес-анализа проекта для экономической оценки и обоснования решения о выполнении проекта.		
ДПК-3	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях (лекции и практические занятия по темам 11-12). 2. Самостоятельная работа.	Знать: методы и подходы управления проектами в разрезе предметных его областей для различных методологий и стандартов управления проектами; Уметь: применять инструменты планирования, проекта, мониторинга и контроля его выполнения на разных стадиях жизненного цикла проекта.	Опрос и собеседование. Проверка домашних заданий Зачет	41-60 баллов.
	Продвину- тый	1. Работа на учебных занятиях (лекции и практические занятия по темам 11-12). 2. Самостоятельная работа.	Знать: методы и подходы управления проектами в разрезе предметных его областей для различных методологий и стандартов управления	Устный доклад, реферат, тестирование. Зачет	61-100 баллов.

			проектами; Уметь: применять инструменты планирования, проекта, мониторинга и контроля его выполнения на разных стадиях жизненного цикла проекта. Владеть: навыками разработки планов по различным предметным областям управления проектом в соответствии с полученным заданием.		
--	--	--	--	--	--

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

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА»

1. Творческий подход к процессу презентирования может быть воспитан:
 - а) серьезным подходом к проведению презентации.
 - б) путем постановки вопросов.
 - в) организацией сообщения.
 - г) путем понимания всех факторов, влияющих на презентацию.
 - д) преодолением трудностей, мешающих эффективному проведению презентации.
2. Цель презентации:
 - а) дистиллировать информацию.
 - б) убедить аудиторию.
 - в) достичь поставленной цели.
 - г) предложить решение.
 - д) информировать аудиторию
3. Процесс планирования управляется:
 - а) демографией.
 - б) вопросами.
 - в) делегацией.
 - г) предположениями.
 - д) окружением.
4. Планирование является неотъемлемой частью процесса презентирования, так как:
 - а) уменьшает объем необходимых исследований.
 - б) демонстрирует аналитические способности.
 - в) предугадывает переменные составляющие, влияющие на оценку презентации.
 - г) стимулирует сотрудничество при подготовке презентации.
 - д) рассматривает факторы, управляющие исходом презентации.
5. В соответствии с правилом Трех:
 - а) у презентатора есть три минуты на привлечение внимания аудитории.
 - б) эффективная презентация содержит по крайней мере один, но не более трех (за редким исключением) ключевых пунктов.
 - в) есть три фактора, которые следует рассмотреть для определения наилучшего подхода.
 - г) тремя часто встречающимися «покупательскими» мотивами являются власть, комфорт и прибыль.

- д) презентатор должен записать три цели: первичную, вторичную и цель аудитории.
6. Факторами, оказывающими наибольшее влияние на подход к предмету (в данной аудитории) являются:
- а) временные рамки и место проведения презентации.
 - б) открывающая часть, введение и заключение.
 - в) цели и корневая концепция.
 - г) перспектива, убеждение и восприятие.
 - д) факторы, определенные на контрольном листе плана.
7. Одно из преимуществ наглядных средств в том, что они:
- а) увеличивают объем запоминаемого материала.
 - б) раскрывают основные идеи выступления.
 - в) компенсируют плохую организацию презентации.
 - г) сводят к минимуму вопросы аудитории.
 - д) демонстрируют художественные способности оратора.
8. Размер аудитории – это один из факторов, которые надо учесть, когда принимаешь решение:
- а) о том, как адаптировать наглядность к данной аудитории.
 - б) сколько денег затратить на наглядные пособия и технические средства.
 - в) использовать ли программы для создания презентационной графики.
 - г) какие формы наглядности и технические средства применять.
 - д) какие цвета использовать в наглядных пособиях.
9. Распространенной причиной сопротивления аудитории является:
- а) плохое освещение в конференц-зале.
 - б) индивидуальный подход.
 - в) самораскрытие.
 - г) сомнение или недоверие.
 - д) использование эмоциональных выражений.
10. Задачи, которые решают эффективные аудиовизуальные средства:
- а) пояснение основных идей предмета презентации.
 - б) выделение наиболее важного материала, который сложен для понимания.
 - в) полное повторение текста презентации.
 - г) создание сильного впечатления.
11. Живописность применительно к иллюстрациям означает:
- а) создание зримых запоминающихся образов.
 - б) красочное оформление материала.
 - в) оригинальное оформление материала.
 - г) использование яркой комбинации цветов.
12. Принципы выбора цвета:
- а) определение количества цветов иллюстрации.
 - б) выбор контрастных цветов.
 - в) последовательность цветов.
 - г) ограниченность использования излишеств исходя из анализа аудитории.
 - д) использование оригинального сочетания цветов.
13. Текст презентации готовится в следующей последовательности:
- а) основная часть, открывающая часть, заключение, обзор, введение.

- б) открывающая часть, введение, основная часть, обзор, заключение.
- в) заключение, открывающая часть, введение, обзор, основная часть.
- г) основная часть, введение, обзор, открывающая часть, заключение.
- д) основная часть, введение, открывающая часть, обзор, заключение.

14. Главная задача аудиовизуальных средств:

- а) фиксировать информацию, поступающую от зрителя.
- б) сделать презентацию более выигрышной по сравнению с презентациями конкурентов.
- в) сделать презентацию более яркой и цветной.
- г) разъяснить статистические данные.
- д) служить вспомогательным материалом для выступления.

15. Аллитерацией является:

- а) формулирование нового значения для названия компании.
- б) система формирования презентации.
- в) повторение одного и того же первого звука в группе слов.
- г) повторение одного и того же слова в заголовке.
- д) метод убеждения аудитории.

16. Вербальная иллюстрация – это:

- а) конкретная форма доказательств.
- б) словесная картинка.
- в) источник информации.
- г) постановка цели.
- д) коммуникационный канал.

17. Наибольший отклик у аудитории находит презентация, которая:

- а) коротка.
- б) эмоциональна.
- в) современна.
- г) поддается количественному определению.
- д) убедительна.

18. Вопрос «Каждая ли идея или информационный объект соотносится с предметом презентации?» является:

- а) вопросом «лакмусового теста».
- б) фактором, усиливающим убедительность.
- в) вопросом исследовательской базы данных.
- г) вопросом открывающей части.
- д) вопросом, который не нужно рассматривать.

19. «Синица в руках лучше, чем журавль в небе» – это выражение является:

- а) разъяснением.
- б) смешанной метафорой.
- в) персонификацией.
- г) жаргоном.
- д) сравнением.

20. Главная причина, по которой следует избегать «высокого штиля», в том, что он не является:

- а) правильным.

- б) ясным.
 - в) забавным.
 - г) зримым.
 - д) относящимся непосредственно к теме.
21. Фраза «Возможно, вы помните, что когда компания расширялась...» является:
- а) прямым обращением.
 - б) самораскрытием.
 - в) прямым вопросом.
 - г) ценностным высказыванием.
 - д) воспоминанием.
22. Невербальный стиль – это:
- а) основательность содержания.
 - б) слуховые и зрительные сигналы.
 - в) подготовка к презентации.
 - г) внушительная осанка.
 - д) энергия и энтузиазм.
23. Внимательное слушание помогает:
- а) дать краткий ответ.
 - б) перефразировать вопрос.
 - в) задать открытый вопрос.
 - г) выразить одобрение.
 - д) сформулировать ответ.
24. «Вы хорошо вникли в ситуацию». Данное обращение является:
- а) перефразировкой.
 - б) возражением.
 - в) комментарием, выражающим согласие.
 - г) одобрением.
 - д) прямым вопросом.
25. Основной характеристикой эффективной письменной презентации является:
- а) читабельность.
 - б) оформление.
 - в) сочетание разных видов оформления.
 - г) структура текста.
 - д) стиль изложения.
26. Из трех каналов, по которым презентатор общается с аудиторией, наибольшее значение имеет:
- а) невербальный сигнал.
 - б) вербальный сигнал.
 - в) ощущения.
 - г) устный сигнал.
 - д) отношения.
27. Эффективная презентация – это презентация:
- а) проведенная с юмором и развлекающая аудиторию.
 - б) привлекающая и удерживающая внимание.
 - в) запоминающаяся и стимулирующая аудиторию к определенным действиям.

- г) дающая ощущение свободы и максимально увеличивающая заметность.
- д) значительная и хорошо сбалансированная.

28. Частота, с которой человек проводит презентацию, является:

- а) обычным препятствием для планирования.
- б) преимуществом планирования.
- в) переменной составляющей, влияющей на объем необходимого планирования.
- г) первичным фактором, определяющим исход презентации.
- д) целью эффективной презентации.

29. Одним из способов получить представление о природе аудитории является:

- а) пересмотр литературы или публикаций, которые читает аудитория.
- б) изучение терминологии контактирующего с вами человека.
- в) формулировка предположений, основанных на личном опыте.
- г) выяснение потенциальной выгоды от презентации.
- д) знакомство со вспомогательными техническими средствами.

30. Чтобы преодолеть препятствия, возникающие в процессе планирования, необходимо:

- а) часто проводить презентации.
- б) подготовить контрольный лист плана.
- в) назначить руководителя презентационного проекта.
- г) написать цели каждой презентации.
- д) подтвердить договоренности о проведении презентации.

31. Одним из способов генерирования идей является:

- а) развитие структурного каркаса сообщения
- б) просмотр контрольного листа плана в поисках идей
- в) свободный набросок
- г) анализ «покупательских» мотивов аудитории
- д) слушание аудиозаписи корневой концепции

32. На презентации по теме детской преступности выступающий привел несколько фактов, характеризующих нарастание опасных тенденций в обществе. Наилучшим способом доведения статистических данных является следующая формулировка:

- а) почти в два раза больше, чем в прошлом году.
- б) 193545 случаев за прошлый год.
- в) слишком много среди подростков.
- г) 53 ребенка преступают закон каждый день, и это только те случаи, о кото-

рых нам становится известно.

- д) увеличение на 34 процента по сравнению с данными трехлетней давности.

33. Основными переменными, которые следует рассмотреть для обеспечения эффективности презентации, являются:

- а) аудитория, предмет, цели, место проведения, временные рамки.
- б) аудитория, предмет, место проведения презентации, продолжительность презентации.

- в) цели, предмет, аудитория, ключевые пункты.

г) ключевые пункты, концептуальные доказательства, конкретные доказательства, иллюстрационный материал.

д) корневая концепция, ключевые пункты, система доказательств.

34. Корневая концепция – это:

а) базовый тезис, обеспечивающий концентрацию на основных положениях выступления.

б) основной тезис.

в) главная цель презентации.

г) определение системы целей для обозначения направления процесса подготовки презентации.

д) первичная цель презентации.

35. Одной из самых эффективных форм вербального выражения является:

а) сравнение.

б) жаргон.

в) рассказ.

г) фигура речи.

д) ударение.

36. «У людей, много занятых на работе, остается мало времени для заботы о семье». В данном случае использован язык, который является:

а) кратким.

б) хорошо продуманным.

в) метафорическим.

г) предубежденным.

д) политически правильным.

37. Оратор, стремящийся к продуктивному общению с аудиторией, прежде всего, заботится о:

а) том, чтобы рассказывать смешные истории.

б) зрителях.

в) последовательности в выступлении.

г) фактах и цифрах как доказательствах.

д) причинах сопротивления аудитории.

38. «Для таких профессионалов, как вы...». Данная фраза является:

а) прямым обращением.

б) самораскрытием.

в) риторическим вопросом.

г) ценностным высказыванием.

д) воспоминанием.

39. Синонимом к термину «стиль поведения на сцене» является выражение:

а) язык презентации.

б) хождение.

в) манера держаться.

г) невербальный стиль.

д) перемещение по сцене.

40. Составляющими невербального стиля являются:

а) самообладание, спокойствие, непринужденность.

б) внешний вид, голос и речевые клише, мимика, жесты, движения.

в) интонация, тембр, громкость, выразительность голоса.

г) мимика, жесты, движения, одежда.

д) звуковые и зрительные сигналы.

41. Возражение можно преодолеть при помощи:

а) дипломатичности.

б) анекдота.

в) тактики промедлений и проволочек.

г) одобрения.

д) ответа по методу «думать-думал-обнаружил» (привлечения третьей стороны).

42. Докладчик: «Если я правильно понял, больше всего вас беспокоит цена». Данное выражение является:

а) перефразировкой.

б) возражением.

в) согласием.

г) одобрением.

д) риторическим вопросом.

43. Главный фактор, который надо учитывать, выбирая, где проводить презентацию, – это:

а) схема планировки.

б) личные предпочтения выступающего.

в) наличие конференц-зала.

г) удобство для зрителей.

д) расположение фирмы клиента.

44. Составляющие вербального стиля:

а) словарный запас, структура предложений и их длина, грамматика и синтаксис, способы передачи сообщения.

б) словарный запас и способы передачи сообщения.

в) язык и способы передачи сообщения.

г) словарный запас и структура предложений.

45. Тон сообщения, соответствующий вербальному стилю:

1 – Всеобъемлющий анализ экономической ситуации в отрасли позволил построить стратегическую карту конкуренции в отрасли/	1 – публицистический/
--	-----------------------

2 – ситуация на нашем рынке позволяет четко выделить группы основных конкурентов/	2 – научный, бюрократический/
---	-------------------------------

3 – у нас тут такая конкуренция, что надо определить свое место на рынке/	3 – разговорный, демократический/
---	-----------------------------------

46. Характеристики эффективного вербального стиля:

а) правильность и ясность языка.

б) ясность и точность языка.

в) правильность, ясность и точность языка.

г) правильность, ясность, выразительность языка.

д) правильность, ясность, выразительность и продуманность языка.

47. Выражение «Человеку свойственно ошибаться, божеству прощать» является:

а) антитезой.

- б) обратной фразировкой.
- в) ассонансом.
- г) параллелизмом.
- д) метафорой.

1. ТЕМАТИКА ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

В результате выполнения домашнего задания у студентов должно быть сформировано исчерпывающее представление о направлениях, формах, результатах, специфике профессиональной деятельности в сфере управления инновациями. Этим определяется тематика домашнего задания в соответствии с программой курса. В домашнем задании разрабатываются бизнес-презентации, связанные с будущей профессиональной деятельностью студентов: формированием национальной инновационной системы, анализом инновационного развития экономики России, как в целом, так и по отраслям промышленности, управлением инновациями в организациях и предприятиях промышленности.

Тема домашнего задания формулируется по общей схеме:

«Разработка бизнес-презентации продвижения инновационного предложения по инновационному развитию организации отрасли».

Индивидуальность *инновационного предложения* определяется выбранным направлением анализа инновационной деятельности.

Например, если в качестве направления исследования выбрана существующая система правового обеспечения инновационной деятельности в РФ, то *инновационным предложением* могут быть *результаты анализа* в виде законодательные ограничения и возможности стимулирования инновационной деятельности.

Возможные темы домашнего задания:

1. Разработка бизнес-презентации *концепции профессиональной деятельности* в сфере венчурного предпринимательства.
2. Разработка бизнес-презентации организации управления инновационной деятельности на предприятиях промышленности.
3. Разработка бизнес-презентации *места и роли специалиста по управлению инновациями* в системе государственного управления.
4. Разработка бизнес-презентации *анализа проблем формирования национальной инновационной системы России*.
5. Разработка бизнес-презентации *результатов анализа инновационной активности* в отраслях промышленности.
6. Разработка бизнес-презентации *сферы профессиональной деятельности* в области управления инновациями.
7. Разработка бизнес-презентации *проблем развития инфраструктуры инновационной деятельности*.
8. Разработка бизнес-презентации *результатов анализа правового обеспечения инновационной деятельности*: законодательные ограничения и пути совершенствования правового обеспечения инновационной деятельности.
9. Разработка бизнес-презентации внедрения *маркетинговых инноваций* для развития венчурных предприятий.

10. Разработка бизнес-презентации *определения направлений развития* национальной инновационной системы РФ.
11. Разработка бизнес-презентации *механизма продвижения* новых технологий в отраслях промышленности.
12. Разработка бизнес-презентации *результатов анализа* развития инновационной инфраструктуры.
13. Разработка бизнес-презентации *определения направлений развития* отраслевой структуры промышленности.
14. Разработка бизнес-презентации *инновационного предложения развития* организации управления инновациями на предприятии.
15. Разработка бизнес-презентации *результатов оценки* научного потенциала для инновационного развития промышленности.
16. Разработка бизнес-презентации *результатов анализа* развития инвестиционного климата в России.
17. Разработка бизнес-презентации видения *профессиональной деятельности* в области венчурного финансирования.
18. Разработка бизнес-презентации *механизма продвижения инновационных продуктов* на рынок.

Представленный состав тем не является исчерпывающим, он определяет возможные области исследования проблем инновационного развития и состав инновационных предложений.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

Структура домашнего задания включает следующие разделы:

Введение

1. Разработка плана презентации
2. Формирование корневой концепции и системы целей
3. Формирование структуры презентации
4. Подготовка системы доказательств и аргументации
5. Разработка иллюстрационного материала
6. Написание текста доклада

Заключение

Во ВВЕДЕНИИ раскрывается актуальность и значимость предлагаемого для презентации инновационного предложения.

Главная задача введения – показать основные преимущества данного предложения для выбранной области бизнес-презентирования, его значение и сущность. Кроме того, необходимо указать возможное сопротивление среды и факторы, препятствующие быстрому продвижению предлагаемой инновации и поставить основные задачи бизнес-презентирования, которые будут решены в домашнем задании.

В качестве области бизнес-презентирования следует рассматривать любые преобразования, направленные на развитие инновационной инфраструктуры. Предметом разработки домашнего задания является инновационная деятельность и система управления ею.

В первом разделе «РАЗРАБОТКА ПЛАНА ПРЕЗЕНТАЦИИ» составляется план подготовки и проведения презентации, включающий три этапа:

1) анализ аудитории, для которой будет проводиться презентация, по следующим аспектам:

- демографический срез (возраст, пол, образование, профессиональные интересы и т.п.);
- владение вопросом, рассматриваемым в презентации;
- сведения, которые хотела бы узнать, уточнить, понять аудитория
- сведения, которые аудитория должна знать;
- существующие противоречия в аудитории по данному вопросу;
- специальная литература, которую читает аудитория;
- лицо, принимающее решение по результатам презентации и др.;

2) анализ предмета презентации и зон ответственности:

- выбор способа планирования;
- сбор и анализ научной и специальной литературы по данному вопросу;
- составление протокола деталей предстоящей презентации;
- определение основных направлений анализа;
- изучение и дистилляция информации;
- график подготовки и проведения презентации;

3) разработка контрольного листа плана:

- анализ места и времени проведения презентации;
- разработка механизма отслеживания обратной связи с аудиторией.
- составление контрольного листа по результатам планирования как обобщение информации по вопросам графика действий, характеристики аудитории, места и времени проведения презентации и вспомогательных средствах.

Во втором разделе «ФОРМИРОВАНИЕ КОРНЕВОЙ КОНЦЕПЦИИ И СИСТЕМЫ ЦЕЛЕЙ» необходимо построить дерево целей презентации, основываясь на определении факторов эффективности презентации.

Факторы эффективности презентации определяются в зависимости от характера инновационного предложения (предмета презентации), аудитории, для которой будет проводиться презентация, длительности выступления и места его проведения.

После определения факторов убедительности презентации в зависимости от предмета, аудитории, места и длительности формулируется система целей презентации в их иерархичности и взаимообусловленности.

Цель презентации – это объект устремлений, положение, которое будет достигнуто в результате выступления.

Основные характеристики цели:

- *достижимость*: обозначает то, что должно быть достигнуто здесь и сейчас;
- *измеряемость*: параметры, по которым можно определить, что результат получен;
- *временные рамки*: продолжительность времени для достижения цели.

Система целей содержит два уровня целей: первичные и вторичные. Объединение целей в систему определяет построение дерева целей.

Дерево целей – инструмент, позволяющий определить соотношение целей и задач организации по важности, установить приоритеты их реализации, устранить их внутреннюю противоречивость.

Дерево целей изображается графически в виде пространственно-ориентированного графа, вершинами которого служат цели, а ребрами – отношения иерархии между целями. Правила построения:

- более важные цели располагаются выше менее важных;
- равнозначные по важности цели располагаются на одном уровне;
- цели, непосредственно зависящие одна от другой, связываются стрелками, при этом стрелки указывают на соподчиненность цели (входимость цели более низкого уровня в цель более высокого уровня).

Определение системы целей обозначает направление процесса подготовки презентации.

Заканчивается глава определением центрального пункта презентации корневой концепции как базового тезиса, отражающего суть презентации и дающего ответ на вопрос: «Что вы услышали в этой презентации?».

В третьем разделе «ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ» определяется структура доклада. Выступление готовится в следующей последовательности его частей:

- Основная часть
- Введение
- Обзор
- Открывающая часть
- Заключение

Основная часть презентации состоит из трех элементов:

1. Ключевые пункты. Это главные идеи, заключенные в основной части и составляющие каркас выступления, открывающие путь к пониманию и принятию аудиторией сообщения.
2. Поддерживающий материал. Информация и идеи, объясняющие и поддерживающие ключевые пункты (система доказательств и аргументов).
3. Переход. Это синтетический, открывающе-закрывающий элемент, входящий во внутреннюю структуру сообщения. Он позволяет связать между собой логически ключевые пункты.

В процессе подготовки основной части необходимо выбрать три ключевых пункта. Выбор ключевых пунктов осуществляется при рассмотрении следующих вопросов.

- Какие пункты наилучшим образом поддержат мои цели?
- Какие пункты наилучшим образом выразят ключевую концепцию?
- Какие пункты побудят аудиторию обратить внимание?

- Какие пункты будут наиболее значимыми для аудитории?
- Какие пункты аудитория обязательно должна запомнить?

Подготовка *системы доказательств* для поддержки основных положений выступления является трудоемким и длительным процессом, основанным на изучении выбранной литературы, ее систематизации и выбора условий и характера использования, поэтому данному вопросу посвящен самостоятельный раздел домашнего задания – четвертый.

Введение и *обзор* представляют собой вводное и заключительное предложения, позволяющие осуществить логичный переход от открывающей части к основной и от последней - к заключению.

Открывающая часть решает две задачи:

- 1) представление выступающего и предмета презентации;
- 2) организация управления аудиторией.

Открывающая часть должна завершаться введением. Открывающая часть должна не только привлечь внимание аудитории, но провозгласить тему сообщения. Она готовится на основе одной или комбинации различных форм выражения, наилучшим образом привлекающих внимание аудитории.

Для оценки эффективности открывающей части можно поставить вопросы.

- Проницательна ли она?
- Есть ли в ней веселость?
- Есть ли в ней напряжение?
- Есть ли в ней вызов?
- Заставляет ли она задуматься?
- Эмоциональна ли она?

Заключение подводит итог сказанному выразительным, кратким утверждением или вопросом, завершающим презентацию на мажорной ноте.

Эффективное заключение побуждает аудиторию поступить согласно воле выступающего. Главным вопросом при подготовке заключения должно быть: «Что должна сделать аудитория?»

В третьей главе необходимо подготовить по три варианта открывающей и закрывающей части выступления, и, соответственно, - по три введения и обзора. Затем надо сделать выбор наилучшей формы начала и окончания доклада бизнес-презентации (представить сравнительную характеристику по соответствующим критериям разрабатываемому инновационному предложению).

В четвертом разделе «ПОДГОТОВКА СИСТЕМЫ ДОКАЗАТЕЛЬСТВ И АРГУМЕНТАЦИЙ» необходимо систематизировать и классифицировать информацию из первичных источников, подтверждающую и объясняющую основные ключевые пункты выступления.

Для построения *системы доказательств ключевых пунктов* презентации необходимо соблюдать основной признак эффективности презентации – ее сбалансированность. В отношении доказательств это означает, что должна быть соблюдена сбалансированность между двумя типами доказательств: *конкретного* (факты: статистика, информация) и *концептуального* (чувства, эмоции, идеи, обращенные к системе ценностей аудитории).

Результаты анализа оформить в виде таблицы:

Табл. – Выбор системы доказательств ключевых пунктов

Содержание доказательства	Тип доказательства	Ключевой пункт	Источник информации

В пятом разделе «РАЗРАБОТКА ИЛЛЮСТРАЦИОННОГО МАТЕРИАЛА» осуществляется подготовка плакатов, таблиц, рисунков и прочих видов вспомогательных средств, которые поддерживают словесное выступление, делают его более запоминаемым и убедительным.

Эффективность иллюстрационного материала достигается, если он решает следующие задачи.

- Поясняет идеи или данные, которые трудно для понимания.
- Выделяет наиболее важное.
- Заостряет внимание аудитории.
- Графически отображает соотношение данных или понятий, сравнения и контрасты, операции, процессы и тенденции.
- Подкрепляет устное сообщение (но не повторяет его).

Эффективность будет утрачена, если иллюстрации используются, чтобы:

- произвести сильное впечатление путем представления подробных таблиц и графиков;
- избежать взаимодействия с аудиторией;
- сделать на их основе не один, а несколько главных выводов;
- представить простые идеи, которые можно выразить словами.

При подготовке иллюстрационного материала необходимо следовать принципам:

1. определить, для каких этапов необходим иллюстрационный материал;
2. оценить соответствие каждой иллюстрации поясняемому ей вопросу;
3. использовать для названий и текстов только ключевые слова. Существуют три базовых типа заголовков:
 - название предмета (для передачи информации);
 - тематический заголовок (для выделения информации, которая должна быть извлечена из материала);
 - заголовок-утверждение (для обоснования основного вывода);
4. проверить эффективность материала:

- легко ли читается: таблицы должны содержать в матрице не более 40 ячеек, рисунки – не более 3 показателей, текст - не более 6-8 строк подпунктов;
- понятен ли материал: разборчивость шрифта с любой точки зала, четкость изображения с любой точки зала;
- точно ли соответствует информации в презентации;
- соблюдена ли последовательность изложения материала;
- необходим ли он: наличие избыточной информации, соответствие требованиям аудитории, цели презентации, теме, временным рамкам.

При разработке иллюстрационного материала следует помнить, что в каждом ключевом пункте соответствующие доказательства должны иметь графическую интерпретацию: графики, таблицы, схемы, алгоритмы и т.п.

Общий объем иллюстрационного материала должен соответствовать количеству аргументов в структуре презентации (не менее 9).

В шестом разделе «НАПИСАНИЕ ТЕКСТА ДОКЛАДА» весь материал собирается в единый текст со ссылками в нем на используемый иллюстрационный материал в соответствующих местах доклада с указанием номера материала. Доклад является ключевым, оценочным элементом домашнего задания, так как отражает все сформированные навыки профессиональной подготовки бизнес-презентации. Это связано с предъявляемыми требованиями к нему. Доклад представляет собой устную часть презентации. Текст доклада должен быть рассчитан на длительность выступления – 10 минут. Основным ограничением в объеме текста доклада является скорость речи. Кроме того, на процесс подготовки доклада влияет сложность предмета исследования. Чем меньше скорость речи и сложнее тема выступления, тем более тщательно следует подходить к тексту доклада.

Доклад корректируется и отрабатывается до тех пор, пока не будет соответствовать отведенным нормативам времени. При этом он должен представлять собой логически завершенную, выражающую корневую концепцию, содержащую убедительное изложение всех ключевых пунктов, реализующую достижение всех поставленных целей конструкцию.

Доклад формируется в следующей последовательности его разделов:

1. Открывающая часть.
2. Введение.
3. Основная часть.
4. Обзор.
5. Заключение.

Основным способом подготовки текста доклада является декламация его вариантов с использованием иллюстрационного материала и исключением из текста лишних, несущественных элементов.

Как показывает практика, в среднем доклад в течение 10 мин. составляет в зависимости от скорости речи порядка 3-5 страниц машинописного текста: шрифт Times New Roman, размер шрифта – 13, полуторный интервал.

3. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

При выполнении домашнего задания студентами допускаются следующие распространенные ошибки.

1. Разработка плана презентации ограничивается только представлением выходного документа – контрольного листа плана. При этом отсутствует анализ аудитории, планирование места презентации, ее длительности и времени проведения.
2. Неправильно сформулированный базовый тезис выступления.
3. Отсутствие системы целей презентации.
4. Неправильно выбранные ключевые пункты презентации в результате отсутствия методов их выбора.
5. Отсутствие системы доказательств основных положений выступления.
6. Банальные и неинтересные открывающая и закрывающая части выступления.
7. Незначительный и неинформационный иллюстрационный материал, снижающий впечатление о значении презентации.

Заключая, можно сказать, что самая распространенная ошибка – это ограничение материала домашнего задания лишь текстом доклада презентации.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

4.1. Сроки выполнения домашнего задания

Домашнее задание является самостоятельной работой студентов при изучении дисциплины «Презентация проекта». Оно является существенным этапом для формирования навыков по подготовке в дальнейшем дипломного проекта студентами. Исходя из этого основным требованием, предъявляемым к домашнему заданию – это выполнение его разделов в строгом соответствии с лекционным материалом в течение семестра с обязательной публичной защитой перед коллективом группы в конце 9-го семестра на дневном отделении и 6-го семестра на вечернем отделении.

4.2. Критерии оценки домашнего задания

Основным критерием при оценке домашнего задания является полнота и глубина проработки и формирования выступления. В ходе выполнения домашнего задания студенты должны продемонстрировать умение хорошо структурировать материал, использовать формы выразительности и убеждения, подготавливать красочный и информационный иллюстрационный материал.

Эффективность доклада определяется не столько его подготовленным содержанием, сколько умением передачи устной информации, то есть владением навыками невербального стиля презентации. Критерий эффективности выступления в том, чтобы то, что аудитория слышит и видит, не расходилось со смыслом, заложенным в

выступление первоначально. Невербальные сигналы на 60-90% определяют, каково будет воздействие оратора на аудиторию. Манера выступать, а именно, стиль поведения оратора на сцене, имеет решающее значение для успеха презентации.

4.3. Принципы поведения во время презентации

Для удовлетворения критериев оценки домашнего задания необходимо во время выступления следовать принципам.

1. Не поворачиваться спиной к аудитории при обращении к иллюстрационному материалу: стоять боком к доске, слайдам и пр.
2. Не опираться на оборудование и не отрывать взгляда от аудитории.
3. Не ходить перед экраном, когда на нем что-то демонстрируется.
4. Синхронизировать словесное сообщение с демонстрацией иллюстрации.
5. Обращаться к наглядному пособию, чтобы разъяснять что-либо или подчеркнуть, но не читать полностью всю информацию, содержащуюся в иллюстрационном материале.
6. Держать визуальный контакт с аудиторией, чтобы поддерживать в ней интерес к выступлению.
7. Не читать текст доклада, а обращаться к нему только для того, чтобы восстановить ход мысли.

4.3. Оформление домашнего задания

Объем домашнего задания должен составлять не менее 20 страниц машинописного текста. Текст должен быть набран через полтора интервала, размер шрифта не менее №13. Поля в соответствии со стандартами делопроизводства составляют: верхнее и нижнее – 2,5 см, левое – 2,5 см, правое – 1 см. Отступ в начале абзаца – 5 символов. Нумерация страниц проставляется в верхнем правом углу.

Рукописное оформление домашнего задания не допускается.

Таблицы и рисунки должны иметь сквозную нумерацию и располагаться только после ссылки на них в тексте. Таблицы и рисунки должны быть озаглавлены, причем названия таблицы должны быть размещены над полем таблицы, а рисунков – внизу под диаграммами.

Домашнее задание должно иметь титульный лист. Пример титульного листа приведен ниже.

ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК ВОПРОСОВ К ОПРОСУ И СОБЕСЕДОВАНИЮ

1. Сформулировать корневую концепцию и озаглавить текст.
2. По тексту дать профессиональный портрет аудитории.
3. По тексту сформулировать ключевые пункты и дать оценку последовательности их изложения.
4. Определить структуру доклада по тексту, дать ее оценку.
5. Сформулировать заключение по докладу и привести обоснование выбора его формы.
6. По тексту определить ключевые пункты и привести систему доказательств (концептуальные и статистические), используемую для их обоснования.
7. Разработать лист раздаточного материала для обоснования корневой концепции текста.

8. Определить первичные и вторичные цели и построить дерево целей по тексту.
9. Проанализировать вербальный стиль выступления.
10. Сформулировать корневую концепцию и сделать маркировку одним из мнемонических методов.
11. Разработать раздаточный материал к тексту.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА УСТНЫХ ДОКЛАДОВ И ДЕЛОВЫХ ИГР

Общение как взаимодействие Формирование первого впечатления

Восприятие начинается с ВНЕШНЕГО ВИДА: особенности физического облика – 82,5%, экспрессии – 13,6%, оформление внешности – 3,9%.

Значимые элементы внешнего облика (по степени убывания):

- рост;
- глаза;
- волосы;
- мимика;
- лицо;
- нос;
- телосложение;
- губы;
- лоб;
- брови;
- подбородок;
- рот;
- прическа;
- уши;
- поза;
- зубы;
- голос и речь;
- украшения;
- жестикуляция;
- особые приметы;
- кожа;
- одежда;
- походка;
- шея;
- руки;
- ноги;
- плечи.

Правила создания благоприятного впечатления:

- по возможности добротная одежда;
- чистота и порядок в одежде;
- использовать преимущественно консервативный стиль в одежде;
- чистота волос;
- поступки, слова и одежда д.б. запоминаемыми;
- наличие при себе дорогих аксессуаров (ручка, карандаш, сумка и т.п.);
- контроль безупречности внешнего вида (чаще смотреть в зеркало перед встречей);
- ваш внешний вид – демонстрация имиджа фирмы.

ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Первое впечатление – сложный психологический феномен, включающий в себя чувственный, логический, эмоциональный компоненты, в который входят значимые особенности облика и поведения человека, оказавшегося объектом познания.

Факторы первого впечатления

Факторы первого впечатления	Характеристика фактора
Фактор привлекательности	Внешняя привлекательность способствует более высокой соц. оценке. Красивые люди по общему мнению более уверенные, счастливые, энергичные, находчивые, утонченные
Фактор превосходства	Человек, превосходящий других по к-л параметру, оценивается гораздо выше и по остальным чертам. Телосложение (рост, размер) – худой и длинный, значит, нервный, честолюбивый, скрытный и т.д. Взгляд – волевой человек не отводит взгляда Поза. Особенности речи и голоса
Фактор отношения к собеседнику	Людей, которые хорошо к нам относятся, мы склонны позитивно оценивать и по другим качествам.

Качества, определяющие уровень личного обаяния.

Качество	Характеристика
Природные качества	Коммуникабельность, эмпатия (способность сопереживать), красноречие
Качества образования и воспитания	Нравственные ценности, психическое здоровье, владение техниками общения, межличностное общение, деловая речь, преодоление конфликтных ситуаций
Жизненный и профессиональный опыт	Использование опыта для обострения интуиции.

Рекомендации для усиления личного обаяния.

1. Ведите себя естественно.
2. Будьте хорошим слушателем. Люди склонны говорить о себе, чем о других.
3. Показывайте Ваше лучшее «Я».
4. Демонстрируйте Ваш интерес к другим.
5. Старайтесь понять и поддержать людей.
6. Поддерживайте людей в их лучших начинаниях.
7. Подчеркивайте общность с вашим собеседником.
8. Не держите злобы.
9. Замечайте все хорошее и говорите только о том, что действительно видите и чувствуете.
10. Не жалуйтесь, но и не похваляйтесь.
11. Не соглашайтесь с чужой самокритикой. Подтвердите усилия другого.
12. Постарайтесь понять причину конфликта, обговорить и устранить ее.
Умейте признать ошибку.
13. Будьте добры к тем, кто занимает более скромное место в жизни.
14. Говорите от первого лица.
15. Чаще произносите имя собеседника.
16. При общении по возможности улыбайтесь, но не переусердствуйте, чтобы не выглядеть глупцом.
17. Произносите комплименты в адрес собеседника, но избегайте лести.
18. *Последнее и главное – делайте все это искренне и открыто, и вас услышат и запомнят!*

Качества, важнейшие для делового общения.

Коммуникабельность – умение устанавливать контакт с собеседником, способность к общению.

Доброжелательность – уважение, симпатия, умение понимать людей даже тогда, когда не одобряешь их поступки, готовность поддержать других.

Аутентичность – способность быть самим собой в контактах с людьми.

Конкретность – умение говорить о своих конкретных переживаниях, мнениях, действиях, готовность отвечать однозначно на вопросы.

Инициативность – способность «идти вперед», брать на себя ответственность.

Непосредственность – умение говорить и действовать напрямую.

Открытость – готовность открыть другим свой внутренний мир, искренность.

Принятие чувства – умение выражать и готовность принимать свои чувства и эмоциональную экспрессию со стороны других.

Креативность – способность к самосовершенствованию и творчеству.

Самопознание – исследовательское отношение к собственной жизни и поведению, готовность принять любую информацию о восприятии себя другими, но при этом быть автором самооценки.

Упражнение 1. **«Интервью»**

Участники разбиваются на две группы, первая – журналисты, вторая – интервьюируемые (спортсмен, политик, актер, бизнесмен). Ответы на вопросы в течение 3–5 минут.

Вопросы к аудитории:

1. Легко ли общаться исходя из определенной роли?
2. Возникали ли барьеры общения и какие? Как они преодолевались?
3. Какие переживания и мысли возникали во время выполнения упражнения?
4. Что оно смогло понять?
5. Какие факторы и правила создания первого благоприятного впечатления использовались?

Упражнение 2. **«Отражение чувств (эмпатия)»**

Участники разбиваются на пары. Один произносит эмоционально окрашенную фразу. Второй участник сначала повторяет словами содержание услышанного, а затем пытается определить чувство, которое, по его мнению, испытывает его партнер в момент произнесения фразы (отражение чувств).

Партнер оценивает точность обоих отражений.

Вопрос:

Легко или сложно выполнять задание?

Упражнение 3. **«Пиктограмма»**

Пиктограмма – это емкое графическое изображение предметов, сообщений и пр. Примеры – расположенные крест-накрест ложка и вилка – это столовая или кафе. Красный крест – пункт медицинской помощи.

Задание: создать пиктограмму на тему:

- «Веселый праздник»
- «Первое впечатление»
- «Глухая старушка»

- «Впечатлительный стратег»
- «Деловое общение»
- «День студентов»
- «День менеджера»

Создать рисунки, рассказать о замысле.

Вопрос: сравнить и обсудить рисунки, определить лучшего.

Упражнение 4.

«Согласованность действий»

Разбить на три команды. Посадить по кругу. По команде ведущего все участники выбрасывают на пальцах какое-нибудь число – 1-5.

Задание: определить, за сколько раз (совместных выбрасываний пальцев) группа придет к одинаковому результату. Всем участникам запрещено переговариваться и подавать друг другу тайные знаки.

Время игры 2 минуты.

Вопросы.

- Что предпринимал каждый из команды для нахождения взаимопонимания?
- Насколько удалось выполнить задание?
- Что вам понравилось в действиях собеседника?
- Какие приемы использовались для поиска общих действий?

ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Основы бизнес-презентирования инновационных проектов.
2. Убеждение как основа механизма бизнес-презентации инновационных проектов.
3. Концептуальные основы бизнес-презентирования.
4. Планирование презентации.
5. Преимущества планирования презентации и переменные составляющие, влияющие на него.
6. Основные параметры планирования.
7. Определение уровня ответственности презентатора.
8. Определение требований аудитории.
9. Выбор места проведения презентации.
10. Составление графика проведения презентации.
11. Разработка контрольного листа плана презентации.
12. Отслеживание обратной связи.
13. Структура и содержание презентации.
14. Определение подхода к предмету презентации.
15. Формирование дерева целей и корневой концепции презентации.
16. Структуризация презентации.
17. Вербальный стиль презентации.
18. Характеристика словесного стиля: тон, скорость, базовые составляющие.
19. Факторы эффективности вербального стиля.
20. Формы словесного выражения.
21. Публичное выступление как способ профессионального воздействия или невербальный стиль презентации.
22. Характеристика стиля поведения перед аудиторией: факторы эффективности невербального стиля, звуковые и зрительные сигналы.
23. Искусство ведения дискуссии: разрешение конфликтной ситуации.
24. Подготовка презентации: выбор средств представления информации и места проведения презентации.
25. Эффективность аудиовизуальных пособий и сравнительная характеристика различных видов средств представления информации.
26. Принципы выбора, подготовки и использования аудиовизуальных средств.
27. Выбор места проведения презентации.

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

Шкала оценивания выполнения теста

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Выполнение теста	Тест выполнено полностью (75%-100%)	15
	Тест выполнен частично (50%-74%)	10
	Тест не выполнен или выполнено менее 50% (0%-49%)	0

Шкала оценивания опроса и собеседования

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Опрос и собеседование	Свободное владение материалом	20
	Достаточное усвоение материала	15
	Поверхностное усвоение материала	10
	Неудовлетворительное усвоение материала	0

Шкала оценивания выполнения домашнего задания

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Выполнение домашнего задания	Домашнее задание выполнено полностью (75%-100%)	10
	Домашнее задание выполнено частично (50%-74%)	5
	Домашнее задание не выполнено или выполнено менее 50% (0%-49%)	0

Шкала оценивания устного доклада

Уровень оценивания		Критерии оценивания	Баллы
Доклад	С предоставлением реферата	Высокий уровень доклада и реферата. Свободное владение материалом доклада	20
		Достаточный уровень доклада и реферата	15
	Без предоставления реферата	Высокий уровень доклада. Свободное владение материалом доклада	10
		Достаточный уровень доклада и реферата	5

Шкала оценивания реферата

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Реферат	Полное усвоение изложенного в реферате материала	15
	Основное усвоение теоретического и практического материала реферата	10
	Знание основных положений реферата	5
	Не усвоены основные положения реферата	0

Шкала оценивания зачета

Уровень оценивания		Критерий оценивания	Баллы
Зачет	Зачтено	Ответ дан на более чем 75% предложенных вопросов	20
		Ответ дан на более чем 50% предложенных вопросов	15
	Не зачтено	Ответ дан на менее чем 50% предложенных вопросов	0

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература

1. Зуб, А.Т. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов. — М.: Юрайт, 2018. — 422 с. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/2966A025-2AC5-4E36-BE06-456F3F9ECE3B/upravlenie-proektami#page/1>
2. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко. — М.: Юрайт, 2018. — 383 с. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/3E4A8BB0-AF83-41F8-B6C9-D8BD411AA056/upravlenie-proektami#page/1>
3. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд. — М. : Юрайт, 2019. — 326 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A0938F9A-4BF6-439E-B48A-95DE9AE4A38F.

6.2. Дополнительная литература

1. Асмолова, М.Л. Искусство презентаций и ведения переговоров [Текст] : учеб.пособие / М. Л. Асмолова. - 2-е изд. - М. : РИОР, 2014. - 247с.
2. Асмолова, М.Л. Деловые комплименты [Текст]: управление людьми при внедрении инноваций : учеб. пособие. - М. : Инфра-М, 2014. - 155с.

3. Гойхман О.Я. Организация и проведение мероприятий: Учебное пособие / Гойхман О.Я. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 136 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=598998>
4. Иванчикова, Т.В. Языковая и речевая компетентность экономистов [Электронный ресурс]: учеб. пособие. - 2-е изд. - М. : Флинта, 2016. - 366 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103522>
5. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник /под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 504 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>
6. Лазарев, Д. Презентация: Лучше один раз увидеть! [Электронный ресурс]. — 3-е изд. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. — 126 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519193>
7. Лашкова, Е.Г. Организация и проведение коммуникационных кампаний [Текст]: учебник для вузов /Е.Г. Лашкова, А.И. Куценко. - М.: Академия, 2014. - 272с.
8. Левкин, В.Е. Тренинг эффективного общения [Электронный ресурс]: учеб. пособие. - М.: Директ-Медиа, 2016. - 142 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450204>
9. Психология и этика делового общения [Электронный ресурс]: учебник / В.Ю. Дорошенко, Л.И. Зотова, В.Н. Лавриненко и др. - 5-е изд. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117118>
10. Семенов, А.К. Этика менеджмента [Электронный ресурс]: учеб.пособие / А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. - 5-е изд. - М. : Дашков и К°, 2016. - 272 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453926>

6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://znanium.com/bookread.php?book=323612>
2. <http://znanium.com/bookread.php?book=328375>
3. <http://znanium.com/bookread.php?book=144586>

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические рекомендации по подготовке и проведению практических занятий по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете;
- Методические рекомендации по подготовке и проведению лекционных занятий по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете;
- Методические рекомендации по организации самостоятельной работы по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете;
- Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете.

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:

Система ГАРАНТ

Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных:

fgosvo.ru pravo.gov.ru

www.edu.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные учебной мебелью, доской, демонстрационным оборудованием.
- помещения для самостоятельной работы, укомплектованные учебной мебелью, персональными компьютерами с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду МГОУ;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, укомплектованные мебелью (шкафы/стеллажи), наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями.