

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 16.05.2026 13:29:06
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02.13 Бизнес-презентация маркетинговых проектов

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Маркетинг

(наименование образовательной программы)

Очно-заочная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2026

Донецк

Автор-составитель РПД:

Берко Анна Константиновна, канд.экон.наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна, канд.экон.наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02.13 Бизнес-презентация маркетинговых проектов одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 6 от «03» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения
образовательной программы**

Дисциплина Б1.О.02.13 Бизнес-презентация маркетинговых проектов обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных и общепрофессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС	Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970)	УК-2.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.6.	Целенаправленно использует академические знания и умения для достижения целей проекта	УК-2.6. З-1. Знает теоретические основы и практические методики подготовки и проведения бизнес-презентаций маркетинговых проектов. УК-2.6. У-2. Умеет целенаправленно применять академические знания для создания и представления бизнес-презентации маркетингового проекта
	ОПК-2.	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.2.	Применяет современные цифровые технологии в процессе сбора, передачи, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач	ОПК-2.2. З-1. Знает современные цифровые технологии и инструменты для сбора, передачи, обработки и анализа маркетинговых данных. ОПК-2.2. У-1. Умеет подбирать оптимальные цифровые технологии и сервисы под конкретную управленческую задачу, использовать цифровые инструменты для сбора, обработки, анализа и наглядного представления данных в маркетинге.

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

4,00 з.е., 144 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 43 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 16 ак.час на лекции и 16 ак.час на практические занятия. 83 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.О.02.13 Бизнес-презентация маркетинговых проектов реализуется на 6-м семестре 3-го курса после изучения дисциплин:

- Стратегический менеджмент
- Анализ маркетинговой среды
- Основы маркетингового планирования
- Маркетинговые исследования

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Катт эк	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Бизнес-презентация как инструмент маркетинговых коммуникаций	9	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	Опрос, тестирование, задание открытого типа	
Тема 2	Структура и логика построения презентации маркетингового проекта	9	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	Опрос, тестирование, задание открытого типа	
Тема 3	Цифровые инструменты для создания презентаций	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	Опрос, тестирование, задание открытого	

														типа, контрольная точка
Тема 4	Визуализация маркетинговых данных: принципы и инструменты	9	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 5	Сторителлинг и сценарное мастерство в бизнес-презентации	9	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 6	Интерактивные форматы презентаций и дистанционные выступления	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	Опрос, тестирование, задание открытого типа, контрольная точка
Тема 7	Ораторское мастерство и управление аудиторией	9	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	Опрос, тестирование, с задание открытого типа
Тема 8	Работа с возражениями и ответы на вопросы аудитории	7	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 9	Презентация финансово-экономической части маркетингового проекта	9	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	Опрос, тестирование, задание открытого типа, контрольная точка
Тема 10	Командная презентация и распределение	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	Опрос, тестирование, задание открытого

	ролей													типа
Тема 11	Оценка эффективности бизнес-презентации маркетингового проекта	9	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 12	Защита итогового маркетингового проекта (презентация)	15	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	13	Опрос, задание открытого типа, контрольная точка
Промежуточная аттестация		144	0	0	0	0	0	0	2	9	0	18	0	Экзамен
Итого			16	0	0	16	0	0	2	9	0	18	83	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Бизнес-презентация как инструмент маркетинговых коммуникаций (УК-2.6)

Понятие и виды бизнес-презентаций: внешние (для инвесторов, клиентов, партнеров) и внутренние (для руководства, сотрудников). Роль презентации в процессе продвижения маркетингового проекта. Целевая аудитория презентации: портрет слушателя, ожидания, уровень подготовки. Основные ошибки при подготовке и проведении бизнес-презентаций. Этические нормы и правила делового общения при презентации проекта.

Тема 2. Структура и логика построения презентации маркетингового проекта (УК-2.6)

Классическая структура презентации: введение, основная часть, заключение. Принцип «пирамиды Минто»: от главного вывода к деталям. Ключевые блоки презентации маркетингового проекта: проблема, решение, рынок, конкуренты, маркетинговая стратегия, финансы, команда, призыв к действию. Создание сценария презентации: хронометраж, логические переходы. Правила подготовки текста выступления и работы с заметками.

Тема 3. Цифровые инструменты для создания презентаций (ОПК-2.2)

Обзор программного обеспечения для создания презентаций: PowerPoint, LibreOffice Impress, отечественные офисные пакеты (Р7-Офис, МойОфис). Сравнительный анализ возможностей и ограничений инструментов. Интеграция презентационных инструментов с другими цифровыми сервисами (электронные таблицы, CRM, BI-системы). Использование шаблонов и корпоративных стилей оформления. Технические аспекты: форматы файлов, совместимость, подготовка к онлайн-показу.

Тема 4. Визуализация маркетинговых данных: принципы и инструменты (ОПК-2.2)

Принципы эффективной визуализации данных: простота, наглядность, точность. Типы визуализации: графики (линейные, столбчатые, круговые), диаграммы, инфографика, таблицы, дашборды. Выбор типа визуализации в зависимости от цели и типа данных. Инструменты для визуализации: встроенные средства PowerPoint, электронные таблицы, специализированное ПО для визуализации (DataWrapper, отечественные BI-системы). Правила оформления слайдов: композиция, цветовая гамма, шрифты, анимация.

Тема 5. сторителлинг и сценарное мастерство в бизнес-презентации (УК-2.6)

Понятие сторителлинга в бизнес-коммуникациях. Структура истории: экспозиция, конфликт, развитие, кульминация, развязка. Адаптация сторителлинга для презентации маркетингового проекта. Типы историй: история бренда, история клиента, история проблемы, история успеха. Приемы вовлечения аудитории: риторические вопросы, метафоры, примеры, визуальные образы.

Тема 6. Интерактивные форматы презентаций и дистанционные выступления (ОПК-2.2)

Особенности онлайн-презентаций: отличия от очных выступлений. Инструменты для дистанционных презентаций: отечественные платформы для видеоконференцсвязи (VK Звонки, SberJazz, Яндекс.Телемост). Интерактивные

элементы: опросы, голосования, чат, квизы, виртуальные доски. Организация пространства при онлайн-выступлении: камера, свет, фон, звук. Управление вниманием аудитории в дистанционном формате.

Тема 7. Ораторское мастерство и управление аудиторией (УК-2.6)

Основы ораторского искусства: дикция, темп, громкость, интонация, паузы. Невербальная коммуникация: поза, жесты, мимика, зрительный контакт. Методы управления вниманием аудитории: риторические приемы, смена активности, удержание интереса. Психология восприятия информации: каналы восприятия (визуалы, аудиалы, кинестетики). Работа с волнением и стрессом перед выступлением: техники саморегуляции.

Тема 8. Работа с возражениями и ответы на вопросы аудитории (УК-2.6)

Типология возражений в бизнес-коммуникациях: реальные и ложные, рациональные и эмоциональные. Методы работы с возражениями: «Да, но...», «Согласие и аргумент», «Вопрос на вопрос», «Переформулирование». Подготовка к вопросам аудитории: прогнозирование сложных вопросов, заготовки ответов. Техники поведения при отсутствии ответа на вопрос: «Я не знаю, но...», «Давайте разберемся вместе». Управление конфликтными ситуациями во время презентации.

Тема 9. Презентация финансово-экономической части маркетингового проекта (ОПК-2.2)

Финансовые показатели в маркетинговом проекте: ROI, ROMI, NPV, IRR, срок окупаемости, точка безубыточности. Правила презентации финансовых данных: от общего к частному, от простого к сложному. Визуализация финансовых показателей: динамика, структура, сравнение. Бюджет маркетингового проекта: структура, обоснование, эффективность. Аргументация инвестиционной привлекательности проекта для инвестора или руководства.

Тема 10. Командная презентация и распределение ролей (УК-2.6)

Особенности командной презентации: синхронность, распределение ролей, единый стиль. Роли в презентационной команде: лидер, эксперт, технический специалист, модератор. Организация переходов между выступающими: речевые связки, жесты, позиционирование. Репетиция командной презентации: цели, формат, критерии оценки. Разрешение конфликтов внутри команды при подготовке к презентации.

Тема 11. Оценка эффективности бизнес-презентации (УК-2.6, ОПК-2.2)

Критерии оценки эффективности презентации: достижение цели, удовлетворенность аудитории, вовлеченность. Инструменты обратной связи: анкетирование, опросы, наблюдение, анализ вопросов. Количественные и качественные показатели оценки презентации. Самооценка выступающего: анализ видеозаписи, рефлексия. Использование цифровых инструментов для сбора обратной связи (отечественные сервисы опросов и анкетирования).

Тема 12. Защита итогового маркетингового проекта (презентация) (УК-2.6, ОПК-2.2)

Подготовка к защите проекта: финальная доработка презентации, репетиции. Структура итоговой презентации: проблема, решение, рынок, конкуренты, маркетинговая стратегия, финансы, команда, результаты и прогноз.

Требования к итоговой презентации: хронометраж (10-15 минут), количество слайдов (10-15), визуальное оформление. Работа комиссии: критерии оценки, процедура вопросов, подведение итогов.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.02.13 Бизнес-презентация маркетинговых проектов входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74			D	P/ Passed
60-69	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.02.13 Бизнес-презентация маркетинговых проектов используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

опрос, тестирование, задание открытого типа

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Бизнес-презентация как инструмент маркетинговых коммуникаций (УК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Что такое бизнес-презентация и чем она отличается от публичного выступления?
2. Какие виды бизнес-презентаций существуют? Приведите примеры.
3. Как определить целевую аудиторию презентации и учесть ее ожидания?
4. Назовите основные ошибки при подготовке и проведении бизнес-презентаций.
5. Какие этические нормы необходимо соблюдать при презентации

маркетингового проекта?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой вид презентации предназначен для привлечения финансирования в проект?

- А) внутренняя презентация для руководства
- Б) инвестиционная презентация (питч)
- В) отчетная презентация
- Г) обучающая презентация

2. Что из перечисленного является наиболее важным при определении структуры презентации?

- А) количество слайдов
- Б) ожидания и уровень подготовки аудитории
- В) личные предпочтения выступающего
- Г) цветовое оформление

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

1. Проанализируйте видеозапись реальной бизнес-презентации (по ссылке, предоставленной преподавателем). Выявите 5 сильных сторон и 5 ошибок выступающего. Составьте чек-лист «10 ошибок начинающего презентатора».

2. Составьте портрет целевой аудитории для презентации маркетингового проекта по выбранному направлению (инвесторы, руководство компании, потенциальные клиенты).

Тема 2. Структура и логика построения презентации маркетингового проекта (УК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Из каких основных элементов состоит классическая структура презентации?

2. В чем суть принципа «пирамиды Минто» при построении презентации?

3. Какие ключевые блоки должна содержать презентация маркетингового проекта?

4. Что такое сценарий презентации и как его составить?

5. Как рассчитать оптимальный хронометраж выступления?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой блок презентации маркетингового проекта отвечает на вопрос «Почему клиенту это нужно?»

- А) финансы
- Б) проблема и решение

- В) команда
- Г) призыв к действию

2. Согласно принципу «пирамиды Минто», изложение материала должно начинаться с:

- А) деталей и фактов
- Б) исторической справки
- В) главного вывода
- Г) биографии выступающего

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

1. Разработайте структурную схему презентации для выбранного маркетингового проекта (не менее 8 блоков). Опишите содержание каждого блока.

2. Напишите сценарий 5-минутного выступления (питч) для презентации маркетингового проекта. Укажите хронометраж по слайдам.

Тема 3. Цифровые инструменты для создания презентаций (ОПК-2.2)

Вопросы для опроса:

1. Какие программы для создания презентаций вы знаете?
2. Каковы преимущества и недостатки PowerPoint?
3. Какие возможности предоставляют облачные редакторы презентаций?
4. Как интегрировать презентационные инструменты с электронными таблицами?
5. Какие форматы файлов презентаций наиболее универсальны?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой формат файла является стандартным для презентаций PowerPoint?
 - А) .docx
 - Б) .pptx
 - В) .xlsx
 - Г) .pdf
2. Какой инструмент позволяет создать презентацию с нелинейной структурой и масштабируемым полотном?
 - А) PowerPoint
 - Б) LibreOffice Impress
 - В) специализированные программы с нелинейной навигацией
 - Г) текстовый редактор

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

1. Создайте презентацию из 5 слайдов в PowerPoint (или альтернативном редакторе) на тему «Мой маркетинговый проект». Используйте корпоративный

шаблон оформления.

2. Заполните таблицу «Сравнительный анализ инструментов для создания презентаций» по критериям: доступность, функциональность, удобство, возможности совместной работы.

Тема 4. Визуализация маркетинговых данных: принципы и инструменты (ОПК-2.2)

Вопросы для опроса:

1. Назовите основные принципы эффективной визуализации данных.
2. Какие типы графиков и диаграмм используются для визуализации маркетинговых данных?
3. Как выбрать правильный тип визуализации в зависимости от цели?
4. Каковы правила оформления слайдов с данными?
5. Что такое инфографика и для каких целей она используется в презентациях?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой тип диаграммы лучше всего подходит для отображения доли рынка конкурентов?
 - А) линейный график
 - Б) круговая диаграмма
 - В) столбчатая диаграмма
 - Г) точечная диаграмма
2. Какой принцип визуализации данных означает, что информация должна быть понятна без дополнительных пояснений?
 - А) простота
 - Б) наглядность
 - В) точность
 - Г) эстетичность

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

1. Визуализируйте следующие маркетинговые данные: объем продаж по кварталам (1 кв. – 1,2 млн руб., 2 кв. – 1,5 млн руб., 3 кв. – 1,8 млн руб., 4 кв. – 2,1 млн руб.). Выберите подходящий тип диаграммы и создайте ее в редакторе презентаций.
2. Создайте инфографику для презентации маркетингового проекта, отражающую 3-5 ключевых преимуществ продукта или услуги.

Тема 5. Сторителлинг и сценарное мастерство в бизнес-презентации (УК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Что такое сторителлинг в бизнес-коммуникациях?

2. Из каких элементов состоит структура истории?
3. Какие типы историй можно использовать в бизнес-презентации?
4. Какие приемы вовлечения аудитории вы знаете?
5. Как адаптировать сторителлинг для презентации маркетингового проекта?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой элемент структуры истории содержит описание проблемы, с которой столкнулся герой?
 - А) экспозиция
 - Б) конфликт
 - В) кульминация
 - Г) развязка
2. Какой прием вовлечения аудитории предполагает обращение, не требующее буквального ответа?
 - А) метафора
 - Б) риторический вопрос
 - В) пример
 - Г) визуальный образ

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания, проанализируйте предложенную ситуацию. Дайте развернутый обоснованный ответ.

1. Вы готовите презентацию маркетингового проекта для инвесторов. Придумайте «историю клиента», которая наглядно продемонстрирует актуальность проблемы, которую решает ваш проект. Опишите структуру истории.
2. Проанализируйте фрагмент реальной бизнес-презентации (видео по ссылке от преподавателя). Выделите использованные приемы сторителлинга. Оцените их эффективность.

Тема 6. Интерактивные форматы презентаций и дистанционные выступления (ОПК-2.2)

Вопросы для опроса:

1. В чем особенности онлайн-презентаций по сравнению с очными?
2. Какие отечественные платформы для видеоконференцсвязи можно использовать для дистанционных презентаций?
3. Какие интерактивные элементы можно включить в онлайн-презентацию?
4. Как правильно организовать пространство для дистанционного выступления?
5. Как удерживать внимание аудитории в онлайн-формате?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный

ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой элемент НЕ рекомендуется использовать в онлайн-презентации для удержания внимания аудитории?

- А) интерактивные опросы
- Б) длинные текстовые слайды
- В) чат для вопросов
- Г) смену видов деятельности

2. При организации пространства для онлайн-выступления источник света должен находиться:

- А) за спиной выступающего
- Б) сбоку от выступающего
- В) перед выступающим (на уровне глаз)
- Г) не имеет значения

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

1. Подготовьте чек-лист «Как подготовиться к онлайн-презентации» (не менее 10 пунктов), включающий рекомендации по технической настройке, организации пространства и работе с аудиторией.

2. Создайте план интерактивной онлайн-презентации: укажите, на каких слайдах и какие интерактивные элементы вы будете использовать (опросы, голосования, чат, квизы).

Тема 7. Ораторское мастерство и управление аудиторией (УК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Какие параметры речи влияют на восприятие информации аудиторией?
2. Что такое невербальная коммуникация и как она влияет на успех презентации?
3. Какие методы управления вниманием аудитории вы знаете?
4. Как определить каналы восприятия аудитории (визуалы, аудиалы, кинестетики)?
5. Какие техники помогают справиться с волнением перед выступлением?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой элемент невербальной коммуникации наиболее важен для установления доверия с аудиторией?

- А) громкость голоса
- Б) зрительный контакт
- В) частота смены позы
- Г) скорость речи

2. Для кого из типов аудитории наиболее важны визуальные образы и графики?

- А) визуалы
- Б) аудиалы
- В) кинестетики
- Г) дигиталы

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания, проанализируйте предложенную ситуацию. Дайте развернутый обоснованный ответ.

1. Вы заметили, что во время вашего выступления часть аудитории смотрит в телефоны, а несколько человек перешептываются. Какие методы управления вниманием вы примените, чтобы вернуть интерес аудитории?

2. Проанализируйте видеозапись собственного выступления (или выступления однокурсника). Оцените невербальное поведение: позу, жесты, мимику, зрительный контакт. Выделите сильные стороны и зоны роста.

Тема 8. Работа с возражениями и ответы на вопросы аудитории (УК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Какие виды возражений возникают в бизнес-коммуникациях?
2. Назовите основные методы работы с возражениями.
3. Как подготовиться к вопросам аудитории заранее?
4. Что делать, если вы не знаете ответа на вопрос?
5. Как вести себя в конфликтной ситуации во время презентации?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой метод работы с возражениями предполагает согласие с частью возражения и последующую аргументацию?

- А) «Вопрос на вопрос»
- Б) «Согласие и аргумент»
- В) «Переформулирование»
- Г) «Игнорирование»

2. Что рекомендуется делать, если вы не знаете ответа на вопрос аудитории?

- А) промолчать
- Б) ответить наугад
- В) честно признаться, что не знаете, и предложить выяснить
- Г) перевести тему

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания, проанализируйте предложенную ситуацию. Дайте развернутый обоснованный ответ.

1. Инвестор задает вопрос: «Ваш проект интересный, но рынок уже насыщен аналогичными продуктами. Почему вы думаете, что сможете занять свою нишу?» Подготовьте ответ, используя метод «Согласие и аргумент».

2. Составьте список из 10 прогнозируемых вопросов к презентации вашего

маркетингового проекта. Для каждого вопроса напишите вариант ответа.

Тема 9. Презентация финансово-экономической части маркетингового проекта (ОПК-2.2)

Вопросы для опроса:

1. Какие финансовые показатели используются для оценки эффективности маркетингового проекта?
2. Что показывает показатель ROMI и как его рассчитать?
3. Как правильно презентовать финансовые данные аудитории?
4. Из каких элементов состоит бюджет маркетингового проекта?
5. Как аргументировать инвестиционную привлекательность проекта?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой показатель оценивает возврат инвестиций в маркетинг?
А) ROI
Б) ROMI
В) NPV
Г) IRR
2. При презентации финансовых данных рекомендуется:
А) показывать все расчеты на одном слайде
Б) начинать с общего вывода, затем переходить к деталям
В) использовать только таблицы без графиков
Г) избегать визуализации

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

1. Рассчитайте ключевые финансовые показатели для маркетингового проекта (исходные данные предоставляются преподавателем). Результаты оформите в виде таблицы.
2. Создайте 2-3 слайда с визуализацией финансовых показателей проекта: бюджет, прогноз продаж, ROMI. Используйте диаграммы и инфографику.

Тема 10. Командная презентация и распределение ролей (УК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. В чем особенности командной презентации?
2. Какие роли распределяются в презентационной команде?
3. Как организовать плавные переходы между выступающими?
4. Каковы цели и формат репетиции командной презентации?
5. Как разрешать конфликты внутри команды при подготовке к презентации?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта

ответа.

1. Какая роль в командной презентации отвечает за начало и завершение выступления, а также за связки между частями?

- А) эксперт
- Б) лидер
- В) технический специалист
- Г) модератор

2. Что НЕ рекомендуется делать при переходе между выступающими?

- А) использовать речевые связки
- Б) жестом передавать слово коллеге
- В) зачитывать текст с листа
- Г) вставать с места для передачи слова

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

1. Распределите роли в вашей команде для защиты маркетингового проекта. Обоснуйте выбор ролей для каждого участника.

2. Разработайте сценарий командной презентации с речевыми связками между выступающими. Опишите, кто, что и в какой последовательности говорит.

Тема 11. Оценка эффективности бизнес-презентации (УК-2.6, ОПК-2.2)

Вопросы для опроса:

1. По каким критериям оценивается эффективность бизнес-презентации?
2. Какие инструменты сбора обратной связи от аудитории вы знаете?
3. Какие количественные и качественные показатели используются для оценки презентации?
4. Как проводить самооценку выступления?
5. Какие отечественные сервисы можно использовать для сбора обратной связи?

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой критерий относится к количественным показателям оценки презентации?

- А) удовлетворенность аудитории
- Б) количество заданных вопросов
- В) эмоциональная реакция слушателей
- Г) качество визуализации данных

2. Какой инструмент наиболее эффективен для сбора структурированной обратной связи после презентации?

- А) устный опрос
- Б) анкетирование
- В) наблюдение

Г) анализ видеозаписи

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

1. Разработайте анкету для оценки качества презентации (не менее 10 вопросов). Включите вопросы о содержании, визуальном оформлении, ораторском мастерстве и общей удовлетворенности.

2. Проведите самооценку по видеозаписи вашего выступления, используя чек-лист из 15 критериев. Сделайте выводы о сильных сторонах и зонах роста.

Тема 12. Защита итогового маркетингового проекта (презентация) (УК-2.6, ОПК-2.2)

Вопросы для опроса:

1. Как подготовиться к защите маркетингового проекта?
2. Какова оптимальная структура итоговой презентации?
3. Каковы требования к хронометражу и количеству слайдов?
4. Какие критерии оценки используются комиссией?
5. Как вести себя во время вопросов от комиссии?

Задания открытого типа с развернутым ответом:

Прочитайте текст задания и выполните его в соответствии с требованиями.

1. Подготовьте итоговую презентацию маркетингового проекта (10-15 слайдов, 10-15 минут выступления) по следующей структуре: проблема, решение, рынок, конкуренты, маркетинговая стратегия, финансы, команда, прогноз результатов.

2. Представьте свой маркетинговый проект перед комиссией. Ответьте на вопросы членов комиссии.

3. Напишите рефлексивный отчет о подготовке и проведении презентации (2-3 страницы). Опишите основные трудности, удачные решения и выводы на будущее.

Критерии оценивания опроса:

Баллы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои

	примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания тестовых заданий:

Баллы	Описание критерия	
2	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
1	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания заданий открытого типа с развернутым ответом:

Баллы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0* - в журнал академической группы не выставляется

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 10 (десять) баллов.

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент
КТ 1	10
КТ 2	10
КТ 3	10
КТ 4	10
Итого:	40

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1. Темы 1, 2, 3

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой вид презентации предназначен для привлечения финансирования в проект?

- А) внутренняя презентация для руководства
- Б) инвестиционная презентация (питч)
- В) отчетная презентация
- Г) обучающая презентация

2. Согласно принципу «пирамиды Минто», изложение материала в презентации должно начинаться с:

- А) деталей и фактов
- Б) исторической справки
- В) главного вывода
- Г) биографии выступающего

3. Какой формат файла является стандартным для презентаций, созданных в PowerPoint?

- А) .docx
- Б) .pptx
- В) .xlsx
- Г) .pdf

4. Какой блок презентации маркетингового проекта отвечает на вопрос «Почему клиенту это нужно?»

- А) финансы
- Б) проблема и решение
- В) команда
- Г) призыв к действию

5. Что из перечисленного является наиболее важным при определении структуры презентации?

- А) количество слайдов
- Б) ожидания и уровень подготовки аудитории
- В) личные предпочтения выступающего
- Г) цветовое оформление

Задание закрытого типа на установление соответствия

Прочитайте текст задания. Сопоставьте элементы списка 1 с элементами списка 2, сформируйте пары элементов. Запишите попарно буквы и цифры (например, А1, Б2).

6. Установите соответствие между видом презентации и ее целевой аудиторией:

Список 1 (Вид презентации)	Список 2 (Целевая аудитория)
А) Инвестиционная презентация (питч)	1) Сотрудники компании
Б) Внутренняя презентация	2) Потенциальные покупатели
В) Презентация продукта для клиентов	3) Инвесторы и венчурные фонды
Г) Отчетная презентация	4) Руководство компании

7. Установите соответствие между элементом структуры презентации и его содержанием:

Список 1 (Элемент структуры)	Список 2 (Содержание)
А) Проблема	1) Какую выгоду получит инвестор или клиент
Б) Решение	2) Какая потребность существует на рынке
В) Маркетинговая стратегия	3) Какой продукт или услуга предлагается
Г) Призыв к действию	4) Каким способом планируется привлечь клиентов

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Прочитайте текст задания, выберите несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Запишите буквы выбранных вариантов ответа (например, А, Б, В).

8. Какие из перечисленных программ и сервисов относятся к инструментам для создания презентаций? (Выберите несколько)

- А) PowerPoint
- Б) LibreOffice Impress
- В) текстовый редактор
- Г) электронные таблицы (с возможностью создания слайдов)
- Д) графический редактор

9. Какие требования предъявляются к целевой аудитории при подготовке презентации? (Выберите несколько)

- А) уровень подготовки и знаний
- Б) ожидания от презентации

- В) цвет глаз слушателей
- Г) профессиональные интересы
- Д) семейное положение

Задание закрытого типа на установление последовательности

Прочитайте текст задания. Постройте верную последовательность из предложенных элементов. Запишите буквы в нужном порядке (например, А, Б, В, Г).

10. Установите правильную последовательность этапов подготовки бизнес-презентации:

- А) Разработка визуального оформления слайдов
- Б) Определение цели и анализ аудитории
- В) Репетиция выступления
- Г) Создание сценария и структуры презентации
- Д) Сбор и подготовка контента (тексты, данные, изображения)

11. Установите правильную последовательность ключевых блоков презентации маркетингового проекта:

- А) Финансы и прогнозы
- Б) Проблема и решение
- В) Призыв к действию
- Г) Анализ рынка и конкурентов
- Д) Маркетинговая стратегия

КТ – 2. Темы 4, 5, 6

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой тип диаграммы лучше всего подходит для отображения доли рынка конкурентов?

- А) линейный график
- Б) круговая диаграмма
- В) столбчатая диаграмма
- Г) точечная диаграмма

2. Какой принцип визуализации данных означает, что информация должна быть понятна без дополнительных пояснений?

- А) простота
- Б) наглядность
- В) точность
- Г) эстетичность

3. Какой элемент структуры истории содержит описание проблемы, с которой столкнулся герой?

- А) экспозиция
- Б) конфликт
- В) кульминация
- Г) развязка

4. Какой прием вовлечения аудитории предполагает обращение, не требующее буквального ответа?

- А) метафора
- Б) риторический вопрос
- В) пример
- Г) визуальный образ

5. При организации пространства для онлайн-выступления источник света должен находиться:

- А) за спиной выступающего
- Б) сбоку от выступающего
- В) перед выступающим (на уровне глаз)
- Г) не имеет значения

Задание закрытого типа на установление соответствия

Прочитайте текст задания. Сопоставьте элементы списка 1 с элементами списка 2, сформируйте пары элементов. Запишите попарно буквы и цифры (например, А1, Б2).

6. Установите соответствие между типом визуализации и ее назначением:

Список 1 (Тип визуализации)	Список 2 (Назначение)
А) Линейный график	1) Отображение доли части в целом
Б) Столбчатая диаграмма	2) Отображение динамики изменения показателя во времени
В) Круговая диаграмма	3) Сравнение значений разных категорий
Г) Диаграмма рассеяния	4) Отображение взаимосвязи между двумя переменными

7. Установите соответствие между типом истории в сторителлинге и ее содержанием:

Список 1 (Тип истории)	Список 2 (Содержание)
А) История бренда	1) Рассказ о том, как продукт помог решить конкретную проблему покупателя
Б) История клиента	2) Рассказ о возникновении и развитии компании, ее ценностях
В) История проблемы	3) Рассказ о позитивном опыте использования продукта
Г) История успеха	4) Рассказ о том, с каким вызовом столкнулись клиенты до появления продукта

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Прочитайте текст задания, выберите несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Запишите буквы выбранных вариантов ответа (например,

А, Б, В).

8. Какие элементы НЕ рекомендуется использовать в онлайн-презентации?
(Выберите несколько)

- А) длинные текстовые слайды
- Б) интерактивные опросы
- В) мелкий шрифт (менее 20 pt)
- Г) чат для вопросов
- Д) смену видов деятельности каждые 5-7 минут

9. Какие типы визуализации подходят для отображения динамики продаж за несколько лет? (Выберите несколько)

- А) линейный график
- Б) столбчатая диаграмма
- В) круговая диаграмма
- Г) диаграмма рассеяния
- Д) гистограмма

Задание закрытого типа на установление последовательности

Прочитайте текст задания. Постройте верную последовательность из предложенных элементов. Запишите буквы в нужном порядке (например, А, Б, В, Г).

10. Установите правильную последовательность этапов визуализации маркетинговых данных:

- А) Выбор типа визуализации
- Б) Сбор и очистка данных
- В) Оформление (цвета, шрифты, подписи)
- Г) Определение цели визуализации
- Д) Создание чернового варианта и проверка

11. Установите правильную последовательность элементов при создании сторителлинга в презентации:

- А) Кульминация (преодоление проблемы)
- Б) Экспозиция (знакомство с героем и контекстом)
- В) Развязка (результат и выводы)
- Г) Конфликт (возникновение проблемы)
- Д) Развитие (поиск решения)

КТ – 3. Темы 7, 8, 9

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой элемент невербальной коммуникации наиболее важен для установления доверия с аудиторией?

- А) громкость голоса
- Б) зрительный контакт
- В) частота смены позы
- Г) скорость речи

2. Какой метод работы с возражениями предполагает согласие с частью возражения и последующую аргументацию?

- А) «Вопрос на вопрос»
- Б) «Согласие и аргумент»
- В) «Переформулирование»
- Г) «Игнорирование»

3. Какой показатель оценивает возврат инвестиций в маркетинг?

- А) ROI
- Б) ROMI
- В) NPV
- Г) IRR

4. Что рекомендуется делать, если выступающий не знает ответа на вопрос аудитории?

- А) промолчать
- Б) ответить наугад
- В) честно признаться, что не знает, и предложить выяснить
- Г) перевести тему

5. При презентации финансовых данных рекомендуется:

- А) показывать все расчеты на одном слайде
- Б) начинать с общего вывода, затем переходить к деталям
- В) использовать только таблицы без графиков
- Г) избегать визуализации

Задание закрытого типа на установление соответствия

Прочитайте текст задания. Сопоставьте элементы списка 1 с элементами списка 2, сформируйте пары элементов. Запишите попарно буквы и цифры (например, А1, Б2).

6. Установите соответствие между методом работы с возражениями и его описанием:

Список 1 (Метод)	Список 2 (Описание)
А) «Согласие и аргумент»	1) Ответ на возражение встречным вопросом
Б) «Вопрос на вопрос»	2) Переформулирование возражения в положительный тезис
В) «Переформулирование»	3) Согласие с частью возражения и приведение контраргументов
Г) «Да, но...»	4) Частичное согласие с последующим противопоставлением

7. Установите соответствие между финансовым показателем и его характеристикой:

Список 1 (Показатель)	Список 2 (Характеристика)
А) ROMI	1) Чистая приведенная стоимость проекта
Б) ROI	2) Возврат инвестиций в маркетинг
В) Срок окупаемости	3) Общая возвратность инвестиций
Г) NPV	4) Время, за которое проект окупается

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Прочитайте текст задания, выберите несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Запишите буквы выбранных вариантов ответа (например, А, Б, В).

8. Какие параметры речи влияют на восприятие информации аудиторией? (Выберите несколько)

- А) дикция
- Б) темп речи
- В) цвет одежды
- Г) громкость голоса
- Д) длина волос

9. Какие методы помогают справиться с волнением перед публичным выступлением? (Выберите несколько)

- А) глубокое дыхание
- Б) визуализация успешного выступления
- В) употребление алкоголя
- Г) многократная репетиция
- Д) избегание зрительного контакта

Задание закрытого типа на установление последовательности

Прочитайте текст задания. Постройте верную последовательность из предложенных элементов. Запишите буквы в нужном порядке (например, А, Б, В, Г).

10. Установите правильную последовательность этапов работы с возражениями аудитории:

- А) Внимательно выслушать возражение
- Б) Предложить решение или аргумент
- В) Поблагодарить за вопрос или возражение
- Г) Уточнить, правильно ли понято возражение
- Д) Проверить, удовлетворен ли слушатель ответом

11. Установите правильную последовательность элементов при презентации финансовой части проекта:

- А) Детальный бюджет с обоснованием

- Б) Общий вывод об инвестиционной привлекательности
- В) Ключевые финансовые показатели (ROMI, срок окупаемости)
- Г) Прогноз продаж и доходов

КТ – 4. Темы 10, 11, 12

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какая роль в командной презентации отвечает за начало и завершение выступления, а также за связки между частями?

- А) эксперт
- Б) лидер
- В) технический специалист
- Г) модератор

2. Что НЕ рекомендуется делать при переходе между выступающими в командной презентации?

- А) использовать речевые связки
- Б) жестом передавать слово коллеге
- В) зачитывать текст с листа
- Г) вставать с места для передачи слова

3. Какой критерий относится к количественным показателям оценки эффективности презентации?

- А) удовлетворенность аудитории
- Б) количество заданных вопросов
- В) эмоциональная реакция слушателей
- Г) качество визуализации данных

4. Какой инструмент наиболее эффективен для сбора структурированной обратной связи после презентации?

- А) устный опрос
- Б) анкетирование
- В) наблюдение
- Г) анализ видеозаписи

5. Какова оптимальная продолжительность итоговой презентации маркетингового проекта?

- А) 5-7 минут
- Б) 10-15 минут
- В) 20-25 минут
- Г) 30-40 минут

Задание закрытого типа на установление соответствия

Прочитайте текст задания. Сопоставьте элементы списка 1 с элементами

списка 2, сформируйте пары элементов. Запишите попарно буквы и цифры (например, А1, Б2).

6. Установите соответствие между ролью в командной презентации и ее функцией:

Список 1 (Роль)	Список 2 (Функция)
А) Лидер команды	1) Отвечает за техническую часть, демонстрацию слайдов, интерактив
Б) Эксперт	2) Открывает и закрывает презентацию, делает связки между частями
В) Технический специалист	3) Глубоко раскрывает отдельные аспекты проекта (финансы, маркетинг)
Г) Модератор вопросов	4) Управляет блоком вопросов и ответов

7. Установите соответствие между критерием оценки презентации и его характеристикой:

Список 1 (Критерий)	Список 2 (Характеристика)
А) Содержательность	1) Уверенность, контакт с аудиторией, управление вниманием
Б) Визуальное оформление	2) Полнота раскрытия темы, логика, аргументация
В) Ораторское мастерство	3) Взаимодействие команды, плавность переходов
Г) Командная работа	4) Дизайн слайдов, читаемость, наглядность данных

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Прочитайте текст задания, выберите несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Запишите буквы выбранных вариантов ответа (например, А, Б, В).

8. Какие элементы входят в структуру итоговой презентации маркетингового проекта? (Выберите несколько)

- А) проблема и решение
- Б) анализ рынка и конкурентов
- В) список использованной литературы
- Г) маркетинговая стратегия
- Д) финансы и прогнозы

9. Какие инструменты можно использовать для сбора обратной связи после презентации? (Выберите несколько)

- А) анкетирование с помощью отечественных сервисов опросов
- Б) устный опрос аудитории
- В) анализ количества заданных вопросов
- Г) измерение пульса слушателей
- Д) видеозапись и самоанализ

Задание закрытого типа на установление последовательности

Прочитайте текст задания. Постройте верную последовательность из

предложенных элементов. Запишите буквы в нужном порядке (например, А, Б, В, Г).

10. Установите правильную последовательность этапов подготовки командной презентации:

- А) Репетиция командной презентации
- Б) Распределение ролей в команде
- В) Разработка единого сценария и структуры
- Г) Создание слайдов каждым участником по своей части
- Д) Сборка презентации, отработка переходов

11. Установите правильную последовательность этапов самооценки выступления:

- А) Просмотр видеозаписи выступления
- Б) Формулирование выводов и зон роста
- В) Оценка по критериям (содержание, визуализация, ораторское мастерство)
- Г) Составление плана улучшения для следующего выступления
- Д) Заполнение чек-листа самооценки

Критерии оценивания тестовых заданий:

Баллы	Описание критерия	
4-5	90-100% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3-4	60-89% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2-3	26 - 59% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-1	0 - 25% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания практических заданий:

Баллы	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
4-5	Полный, развернутый ответ, глубокое знание, практические задания без ошибок
2-3	Развернутый ответ, небольшие неточности, практические задания с мелкими ошибками
0-1	Ответ недостаточно полный, слабая аргументация, ошибки в практических заданиях

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения заданий.

Для выполнения проверочных заданий по дисциплине «Бизнес-презентация маркетинговых проектов» обучающимся могут потребоваться следующие дополнительные материалы и оборудование:

1. Для выполнения практических заданий по созданию презентаций студенту разрешается использование персонального компьютера или ноутбука с установленным программным обеспечением для создания презентаций.

2. Для выполнения заданий по визуализации маркетинговых данных студенту разрешается использование электронных таблиц и специализированных программ для создания диаграмм и инфографики.

3. Для выполнения заданий, связанных с анализом видеозаписей выступлений, студенту разрешается использование технических средств воспроизведения видео (компьютер, ноутбук, смартфон) и доступа к сети «Интернет» для просмотра учебных материалов.

4. Для подготовки и проведения онлайн-презентаций студенту разрешается использование отечественных платформ для видеоконференцсвязи веб-камеры, микрофона и гарнитуры.

5. Для выполнения расчетов финансовых показателей маркетингового проекта студенту разрешается использование калькулятора (как физического, так и программного на компьютере или смартфоне).

6. Для создания анкет и сбора обратной связи студенту разрешается использование отечественных сервисов для создания опросов и анкетирования.

7. Для выполнения заданий по командной презентации студенту разрешается использование средств совместной работы над документами (облачные офисные сервисы, обеспечивающие возможность коллективного редактирования).

8. Для подготовки итоговой презентации маркетингового проекта студенту разрешается использование графических редакторов для обработки изображений и создания инфографики.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1. Бизнес-презентация как инструмент маркетинговых коммуникаций (УК-2.6)

1. Что такое бизнес-презентация и каковы ее основные цели?

2. Назовите и охарактеризуйте виды бизнес-презентаций в зависимости от целевой аудитории.

3. Какие ошибки наиболее часто допускают начинающие презентаторы?

4. Какие этические нормы необходимо соблюдать при проведении бизнес-презентации?

Тема 2. Структура и логика построения презентации маркетингового проекта (УК-2.6)

1. Из каких элементов состоит классическая структура презентации?

2. В чем заключается принцип «пирамиды Минто» при построении презентации?

3. Какие ключевые блоки должна содержать презентация маркетингового проекта?

4. Как составить сценарий презентации и рассчитать хронометраж выступления?

Тема 3. Цифровые инструменты для создания презентаций (ОПК-2.2)

1. Какие программы для создания презентаций вы знаете? Охарактеризуйте их

возможности.

2. В чем преимущества и недостатки PowerPoint (или его аналогов)?

3. Как интегрировать презентационные инструменты с электронными таблицами?

4. Какие форматы файлов презентаций наиболее универсальны и почему?

Тема 4. Визуализация маркетинговых данных: принципы и инструменты (ОПК-2.2)

1. Назовите основные принципы эффективной визуализации данных.

2. Какие типы графиков и диаграмм используются для визуализации маркетинговых данных?

3. Как выбрать правильный тип визуализации в зависимости от цели и типа данных?

4. Каковы правила оформления слайдов с данными (композиция, цвет, шрифты)?

Тема 5. Сторителлинг и сценарное мастерство в бизнес-презентации (УК-2.6)

1. Что такое сторителлинг в бизнес-коммуникациях и для чего он нужен?

2. Из каких элементов состоит структура истории?

3. Какие типы историй можно использовать в бизнес-презентации?

4. Какие приемы вовлечения аудитории вы знаете?

Тема 6. Интерактивные форматы презентаций и дистанционные выступления (ОПК-2.2)

1. В чем особенности онлайн-презентаций по сравнению с очными?

2. Какие отечественные платформы для видеоконференцсвязи можно использовать для дистанционных презентаций?

3. Какие интерактивные элементы можно включить в онлайн-презентацию?

4. Как правильно организовать пространство для дистанционного выступления?

Тема 7. Ораторское мастерство и управление аудиторией (УК-2.6)

1. Какие параметры речи влияют на восприятие информации аудиторией?

2. Что такое невербальная коммуникация и как она влияет на успех презентации?

3. Какие методы управления вниманием аудитории вы знаете?

4. Какие техники помогают справиться с волнением перед выступлением?

Тема 8. Работа с возражениями и ответы на вопросы аудитории (УК-2.6)

1. Какие виды возражений возникают в бизнес-коммуникациях?

2. Назовите основные методы работы с возражениями и охарактеризуйте их.

3. Как подготовиться к вопросам аудитории заранее?

4. Что делать, если вы не знаете ответа на вопрос?

Тема 9. Презентация финансово-экономической части маркетингового проекта (ОПК-2.2)

1. Какие финансовые показатели используются для оценки эффективности маркетингового проекта?

2. Что показывает показатель ROMI и как его рассчитать?

3. Как правильно презентовать финансовые данные аудитории?

4. Из каких элементов состоит бюджет маркетингового проекта?

Тема 10. Командная презентация и распределение ролей (УК-2.6)

1. В чем особенности командной презентации?
2. Какие роли распределяются в презентационной команде?
3. Как организовать плавные переходы между выступающими?
4. Каковы цели и формат репетиции командной презентации?

Тема 11. Оценка эффективности бизнес-презентации (УК-2.6, ОПК-2.2)

1. По каким критериям оценивается эффективность бизнес-презентации?
2. Какие инструменты сбора обратной связи от аудитории вы знаете?
3. Какие количественные и качественные показатели используются для оценки презентации?
4. Как проводить самооценку выступления?

Тема 12. Защита итогового маркетингового проекта (презентация) (УК-2.6, ОПК-2.2)

1. Как подготовиться к защите маркетингового проекта?
2. Какова оптимальная структура итоговой презентации?
3. Каковы требования к хронометражу и количеству слайдов?
4. Какие критерии оценки используются комиссией?

Тестовые задания комбинированного типа с инструкцией по выполнению и ключами правильных ответов

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа, а также приведите аргументы, обосновывающие ваш выбор.

Задание 1. Вы готовите презентацию маркетингового проекта для инвесторов. Какой блок презентации, по вашему мнению, является ключевым для принятия решения о финансировании?

- А) история бренда компании
- Б) финансовые показатели и прогнозы
- В) биография команды проекта
- Г) описание офиса компании

Задание 2. Во время вашей презентации один из слушателей постоянно смотрит в телефон и не слушает выступление. Какое действие будет наиболее правильным?

- А) сделать замечание слушателю вслух
- Б) не обращать внимания и продолжать выступление
- В) задать этому слушателю вопрос по теме презентации
- Г) завершить выступление досрочно

Задания закрытого типа для самопроверки

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите букву выбранного варианта ответа.

1. Какой тип диаграммы лучше всего подходит для отображения динамики продаж за несколько лет?

- А) круговая диаграмма

- Б) линейный график
- В) точечная диаграмма
- Г) диаграмма рассеяния

2. Какой метод работы с возражениями предполагает ответ встречным вопросом?

- А) «Согласие и аргумент»
- Б) «Переформулирование»
- В) «Вопрос на вопрос»
- Г) «Да, но...»

3. Что показывает показатель RОМІ?

- А) рентабельность продаж
- Б) возврат инвестиций в маркетинг
- В) чистую приведенную стоимость
- Г) срок окупаемости проекта

4. Какая роль в командной презентации отвечает за управление блоком вопросов и ответов?

- А) лидер команды
- Б) эксперт
- В) технический специалист
- Г) модератор вопросов

5. Какова оптимальная продолжительность итоговой презентации маркетингового проекта?

- А) 5-7 минут
- Б) 10-15 минут
- В) 20-25 минут
- Г) 30-40 минут

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной	60-74

<p>глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</p>	
<p>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	1-59

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки

учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно- телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Оформление и презентация результатов научного исследования : учебно-методическое пособие / составители О. Ф. Воробьева [и др.]. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2025. — 85 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/507797> (дата обращения: 07.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Панфилова, А. П. Презентации и переговоры в профессиональной деятельности : учебно-практическое пособие / А. П. Панфилова. — Санкт-Петербург : Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2021. — 252 с. — ISBN 978-5-8064-3065-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131757.html> (дата обращения: 07.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Зверева, Л. А. Риторика и методика презентации проектов : учебно-методическое пособие для изучения дисциплины студентам направления 20.04.02 Природообустройство и водопользование / Л. А. Зверева. — Брянск : Брянский государственный аграрный университет, 2025. — 69 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/156462.html> (дата обращения: 07.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

8.2. Дополнительная литература

1. Бизнес-план предприятия : учебное пособие / О. Г. Каратаева, Т. В. Ивлева, Т. С. Кукушкина, А. А. Манохина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 100 с. — ISBN 978-5-4497-1858-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134681.html> (дата обращения: 07.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Некрасова В.В. Золочевская Е.Ю. Основы бизнес-планирования: учебное пособие / В.В. Некрасова, В.Д. Баева. - Москва : Дело РАНХиГС, 2020. - 164 с. - ISBN 978-5-6042501-5-0. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/400644/reading> (дата обращения: 07.04.2026). - Текст: электронный.

3. Лазарев, Д. Презентация: лучше один раз увидеть! / Д. Лазарев ; под редакцией Н. Казаковой. — 3-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2024. — 142 с. — ISBN 978-5-9614-1445-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/142485.html> (дата обращения: 07.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Маляшова, А. Ю. Основы проектной деятельности : учебное пособие / А. Ю. Маляшова, С. В. Гадельшина. — Казань : Издательство КНИТУ, 2022. — 116 с. — ISBN 978-5-7882-3302-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/147893.html> (дата обращения: 07.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

5. Пушина, Н. В. Основы проектной и исследовательской деятельности. Практикум : учебное пособие для СПО / Н. В. Пушина, Ж. В. Морозова, Г. А.

Бандура. — 5-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2026. — 152 с. — ISBN 978-5-507-51300-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/509942> (дата обращения: 07.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Лазарев, Д. Продающая презентация / Д. Лазарев. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 166 с. — ISBN 978-5-9614-1253-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/95331> (дата обращения: 07.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. Лазарев, Д. Корпоративная презентация: Как продать идею за 10 слайдов / Д. Лазарев. — Москва : Альпина Паблишер, 2012. — 304 с. — ISBN 9785961426830. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/473216> (дата обращения: 07.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.3. Интернет-ресурсы

ЭБС «ЛАНЬ» - <https://e.lanbook.com>

ЭБС «ЗНАНИУМ» - <https://znanium.ru>

ЭБС «SOCHUM» - <https://sochum.ru>

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудитории:

- Лекционные
- Семинарские
- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:

- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:

- пакет Microsoft Office

