

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Силин Яков Петрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 23.09.2021 14:47:08  
Уникальный программный ключ:  
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Финансовый университет  
на базе кафедры

Утверждена

Советом по учебно-методическим вопросам  
и качеству образования

20 января 2021 г.

протокол № 6

Председатель

Карх Д.А.

(подпись)

10.12.2020 г.

протокол № 5

Зав. кафедрой Капустина Л.М.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Искусство презентаций и ведение деловых переговоров
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	Маркетинг и реклама
Форма обучения	очная
Год набора	2021

Разработана:  
Доцент, к.э.н.  
Возмилов Иван Дмитриевич

Екатеринбург  
2021 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>3</b>
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН</b>	<b>5</b>
<b>6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ</b>	<b>6</b>
<b>7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>8</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ</b>	<b>11</b>
<b>9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>11</b>
<b>10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>12</b>
<b>11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>12</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)
ПС	

### 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Искусство презентаций и ведение деловых переговоров» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по подготовке презентаций и публичных выступлений, а также проведению деловых переговоров для эффективной профессиональной деятельности.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					3.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 3						
Зачет	72	56	28	28	16	2

### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
информационно-аналитический	
ПК-3 Организация сбора и обработки маркетинговой информации	ИД-1.ПК-3 Знать: Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность Методы проведения маркетингового исследования Правила, нормы и основные принципы этики делового общения Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства

<p>ПК-3 Организация сбора и обработки маркетинговой информации</p>	<p>ИД-2.ПК-3 Уметь:  Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации  Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга  Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования</p> <p>ИД-3.ПК-3 Иметь практический опыт:  Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации  Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики</p>
<p>ПК-4 Формирование предложений по совершенствованию маркетинговой политики</p>	<p>ИД-1.ПК-4 Знать:  Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики  Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг  Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях</p> <p>ИД-2.ПК-4 Уметь:  Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга  Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков  Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования</p> <p>ИД-3.ПК-4 Иметь практический опыт:  Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований  Формирование предложений по совершенствованию товарной политики  Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики  Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж  Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>
<p>организационно-управленческий</p>	
<p>ПК-5 Обеспечение соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки</p>	<p>ИД-1.ПК-5 Знать:  Основы маркетинговых коммуникаций, в частности инструменты продвижения, реклама, связи с общественностью, спонсоринг, интернет-маркетинг  Инструменты тайм-менеджмента Технологии ведения переговоров</p> <p>ИД-2.ПК-5 Уметь:  Выстраивать эффективные взаимодействия с подразделениями организации для достижения целевых результатов проекта торгово-промышленной выставки.  Согласовывать интересы и убеждать представителей ключевых игроков отрасли экономики, в рамках которой организуется торгово-промышленная выставка, партнеров, спонсоров принимать участие в мероприятиях, направленных на продвижение проекта торгово-промышленной выставки. Использовать события, происходящие во время организации торгово-промышленной выставки, для эффективного продвижения торгово-промышленной выставки среди целевых аудиторий участников и партнеров</p>

<p>ПК-5 Обеспечение соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки</p>	<p>ИД-3.ПК-5 Владеть навыками (трудовые действия):  Формирование рекомендаций для работников/подразделений организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок, ответственных за маркетинг, по разработке бренд-кодов и стратегии продвижения торгово-промышленной выставки  Координация взаимодействия структурных подразделений организации по вопросам разработки и реализации мероприятий маркетингового плана торгово-промышленной выставки  Контроль соответствия реализуемого плана мероприятий по продвижению торгово-промышленной выставки миссии и целям торгово-промышленной выставки, а также соглашениям, достигнутым с партнерами, спонсорами, участниками отдельных категорий  Заключение соглашений о сотрудничестве в сфере продвижения торгово-промышленной выставки со средствами массовой информации (совместно с работниками/подразделениями организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок, ответственными за маркетинг)  Разработка планов работ в сфере администрирования, обновления контента и продвижения сайта торгово-промышленной выставки  Организация исполнения планов работ в сфере администрирования, обновления контента и продвижения сайта торгово-промышленной выставки</p>
--	---

## 5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
<b>Семестр 3</b>		<b>56</b>					
Тема 1.	Основы публичных выступлений	10	4		4	2	
Тема 2.	Содержание презентаций и публичных выступлений с использованием маркетинговой информации	8	4		3	1	
Тема 3.	Алгоритм подготовки публичного выступления	7	1		3	3	
Тема 4.	Контекст публичного выступления	4	2		1	1	
Тема 5.	Особенности подачи публичного выступления в целях совершенствования маркетинговой	11	4		4	3	
Тема 6.	Подготовка слайдов и раздаточного материала для презентации	9	4		4	1	
Тема 7.	Развитие в сфере публичных выступлений	7	3		1	3	
<b>Семестр 3</b>		<b>16</b>					
Тема 8.	Основы ведения деловых переговоров	7	2		4	1	
Тема 9.	Техники ведения деловых переговоров по вопросам соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки	9	4		4	1	

## 6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1. Основы публичных выступлений	Тест № 1 Приложение 4	В тесте 16 вопросов с вариантами ответов	10 б.
Тема 2. Содержание презентаций и публичных выступлений с использованием маркетинговой информации	Тест № 1 Приложение 4	В тесте 16 вопросов с вариантами ответов	10 б.
Тема 3. Алгоритм подготовки публичного выступления	Тест № 1 Приложение 4	В тесте 16 вопросов с вариантами ответов	10 б.
Тема 4. Контекст публичного выступления	Тест № 2 Приложение 4	В тесте 55 вопросов с вариантами ответов	20 б.
Тема 5. Особенности подачи публичного выступления в целях совершенствования маркетинговой политики	Тест № 2 Приложение 4	В тесте 55 вопросов с вариантами ответов	20 б.
Тема 6. Подготовка слайдов и раздаточного материала для презентации	Тест № 2 Приложение 4	В тесте 55 вопросов с вариантами ответов	20 б.
Тема 7. Развитие в сфере публичных выступлений	Тест № 2 Приложение 4	В тесте 55 вопросов с вариантами ответов	20 б.

Тема 8. Основы ведения деловых переговоров	Кейс Приложение 4	Необходимо письменно решить кейс	15 б.
Тема 9. Техники ведения деловых переговоров по вопросам соответствия маркетингово го плана торгово- промышленн ой выставки концепции и бизнес-плану торгово- промышленн ой выставки	Кейс Приложение 4	Необходимо письменно решить кейс	15 б.
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
3 семестр (За)	Билеты к зачету Приложение 5	Билет к зачету содержит два вопроса и практическое задание	100 б.

### **ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ**

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов.  Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

## 7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Содержание лекций



<p>Тема 1. Основы публичных выступлений Цель и задачи публичных выступлений. Типичные ошибки в публичных выступлениях. История ораторского искусства. Особенности презентаций и публичных выступлений в 21 веке.</p>
<p>Тема 2. Содержание презентаций и публичных выступлений с использованием маркетинговой информации Закон композиции в презентациях и публичных выступлениях. Вступление в публичном выступлении: цель, приемы, техники. Заключение в публичном выступлении: цель, приемы, техники.</p>
<p>Тема 3. Алгоритм подготовки публичного выступления Этапы подготовки публичного выступления. Составление плана публичного выступления.</p>
<p>Тема 4. Контекст публичного выступления Основные характеристики аудитории. Регламент публичного выступления.</p>
<p>Тема 5. Особенности подачи публичного выступления в целях совершенствования маркетинговой политики Советы по подаче публичного выступления. Интерактивные приемы работы с аудиторией.</p>
<p>Тема 6. Подготовка слайдов и раздаточного материала для презентации Цель слайдов в презентациях. Текстовые слайды. Слайды со списками. Слайды с изображениями. Слайды со схемами.</p>
<p>Тема 7. Развитие в сфере публичных выступлений Литература по публичным выступлениям и презентациям. Авторитетные спикеры. Видеоматериалы для публичных выступлений.</p>
<p>Тема 8. Основы ведения деловых переговоров Экономические и социально-психологические параметры переговоров. Содержание переговоров. Дистрибутивный и интегративный подход в переговорах</p>
<p>Тема 9. Техники ведения деловых переговоров по вопросам соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки Этапы переговоров. Качества и навыки эффективного переговорщика Барьеры в переговорах. Техники переговоров.</p>

## 7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 1. Основы публичных выступлений Квадрант публичных выступлений. Цель публичных выступлений. Основные принципы публичных выступлений. Преодоление психологических барьеров в публичных выступлениях.</p>
<p>Тема 2. Содержание презентаций и публичных выступлений с использованием маркетинговой информации Главные компоненты основной части публичного выступления. Основы сторителлинга.</p>
<p>Тема 3. Алгоритм подготовки публичного выступления Разработка текста публичного выступления. Репетиции публичного выступления.</p>
<p>Тема 4. Контекст публичного выступления Учёт площадки публичного выступления. Публичные выступления студентов.</p>
<p>Тема 5. Особенности подачи публичного выступления в целях совершенствования маркетинговой политики Голос и невербальные коммуникации. Актерское мастерство оратора. Выполнение упражнений на технику речи</p>
<p>Тема 6. Подготовка слайдов и раздаточного материала для презентации Слайды с цифровыми данными. Дизайн презентаций. Подготовка раздаточного материала. Разбор ошибок в слайдах</p>
<p>Тема 7. Развитие в сфере публичных выступлений Блоги и другие интернет-материалы по презентациям. Советы по самостоятельной работе в сфере публичных выступлений.</p>
<p>Тема 8. Основы ведения деловых переговоров Контекстуальная природа переговоров. Теоретические подходы к ведению переговоров.</p>
<p>Тема 9. Техники ведения деловых переговоров по вопросам соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки Обсуждение национальных особенностей ведения переговоров. Обсуждение переговорных техник.</p>

### 7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Основы публичных выступлений Изучение биографий Демосфена и Цицерона, подготовка публичных выступлений
Тема 2. Содержание презентаций и публичных выступлений с использованием маркетинговой информации Разбор публичного выступления Мартина Лютера Кинга. Подготовка публичных выступлений
Тема 3. Алгоритм подготовки публичного выступления Разбор публичного выступления Михаила Казиника, подготовка публичного выступления на заданную тему
Тема 4. Контекст публичного выступления Изучение публичных выступлений на конференции TED, подготовка публичного выступления.
Тема 5. Особенности подачи публичного выступления в целях совершенствования маркетинговой политики Разбор выступлений Сергея Безрукова и Константина Хабенского. Подготовка публичных выступлений.
Тема 6. Подготовка слайдов и раздаточного материала для презентации Разбор выступлений Алексея Каптерева, подготовка публичных выступлений
Тема 7. Развитие в сфере публичных выступлений Разработка индивидуального плана саморазвития в сфере публичных выступлений
Тема 8. Основы ведения деловых переговоров Решение кейсов по переговорам, просмотр вебинаров известных переговорщиков
Тема 9. Техники ведения деловых переговоров по вопросам соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки Решение кейсов по переговорам

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ  
не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося  
Материалы не размещаются.

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы  
не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы  
не предусмотрено

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

### *По заявлению студента*

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Сайт библиотеки УрГЭУ**

<http://lib.usue.ru/>

### **Основная литература:**

1. Лементуева Л. В. Публичное выступление: теория и практика. [Электронный ресурс]:производственно-практическое издание. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2016. - 128 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/760242>
2. Асмолова М.Л. Искусство презентаций и ведения переговоров. [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Издательский Центр РИО, 2019. - 248 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1003085>
3. Гуриева С.Д. Теория и практика ведения переговоров. [Электронный ресурс]:. - СПб: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. - 112 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1080929>
4. Кузнецов И.Н. Риторика. [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 558 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093476>
5. Асмолова М. Л. Искусство презентаций и ведения переговоров.:учебное пособие. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2013. - 246

### **Дополнительная литература:**

1. Ратников В. П., Островский Э. В., Подвойская Л. Т., Скрипкина Ж. Б., Юдин В. В. Деловые коммуникации. [Электронный ресурс]:учебник для бакалавров: для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям. - Москва: Юрайт, 2019. - 527 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/425857>
2. Непряхин Н. Ю. 100 правил убеждения и аргументации. [Электронный ресурс]:научное издание. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 131 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/911404>
3. Лазарев Д. Презентация. Лучше один раз увидеть!. [Электронный ресурс]:издания для досуга. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 126 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/916181>
4. Обухова Г. С., Климова Г. Л. Основы мастерства публичных выступлений, или Как научиться владеть любой аудиторией. Практические рекомендации. [Электронный ресурс]: [практическое пособие]. - Москва: Форум: ИНФРА-М, 2019. - 72 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/987259>

5. Кеннеди Д., Дейвид М. Жесткие презентации: как продать что угодно кому угодно. [Электронный ресурс]: Научно-популярное. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2019. - 144 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1077931>

6. Шутая Н.К., Румянцева О.О. Теория и практика делового общения. [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Российский государственный университет правосудия, 2018. - 120 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1195554>

7. Кузнецов И.Н. Бизнес-риторика. [Электронный ресурс]: Практическое пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 406 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093009>

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **Перечень лицензионного программного обеспечения:**

Microsoft Office 2016. Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.

### **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

**Искусство презентаций и ведение деловых переговоров**

<https://www.ted.com/>

**Искусство презентаций и ведение деловых переговоров**

<http://www.slideshare.net/>

**Искусство презентаций и ведение деловых переговоров**

<http://www.presentationzen.com/>

**Искусство презентаций и ведение деловых переговоров**

<http://www.coolinfographics.com/>

**Искусство презентаций и ведение деловых переговоров**

<http://www.informationisbeautiful.net/>

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия обеспечивающие тематические иллюстрации.