

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.01.04 Инфографика и презентация маркетинговых проектов

38.04.02 Менеджмент

Цифровой маркетинг и управление продажами

магистр

очная

1. Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины "Инфографика и презентация маркетинговых проектов" выступает формирование у студентов компетенций, направленных на умение презентовать маркетинговые проекты с использованием современных средств визуализации и инфографики

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-2.2 Разрабатывает технические задания и предложения по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации	знает теоретическими основами разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации умеет разрабатывать технические задания и предложения по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации владеет навыками навыками разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные	знает теоретические представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные умеет представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные владеет навыками навыками представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» является дисциплиной обязательной части программы.

Изучение дисциплины осуществляется в I семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Освоение дисциплины «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Практика по профилю профессиональной деятельности

1.1.	Презентация как эффективный способ подачи информации в маркетинговой деятельности	1	3	2	1		10		Собеседование	УК-4.2
1.2.	Структура, логика и демонстрация мультимедийной презентации	1	4	2	2		10		Доклад	УК-4.2
1.3.	Контрольная точка 1	1	1		1			КТ 1	Творческое задание	УК-4.2
1.4.	Технологии создания мультимедийных презентаций	1	4	2	2		10		Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	ПК-2.2
1.5.	Инфографика и креативные решения в презентации проектов	1	3	2	1		10		Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	ПК-2.2
1.6.	Контрольная точка 2	1	1		1			КТ 2	Творческое задание	ПК-2.2
1.7.	Критерии оценки презентации	1	3	2	1		12		Круглый стол	УК-4.2, ПК-2.2
1.8.	Контрольная точка 3	1	1		1			КТ 3	Творческое задание	УК-4.2, ПК-2.2
	Промежуточная аттестация	За								
	Итого		72	10	10		52			
	Итого		72	10	10		52			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Презентация как эффективный способ подачи информации в маркетинговой деятельности	Особенности презентаций в маркетинге, рекламе и связях с общественностью. Типы презентаций. Перформанс. Способы коммуникации с аудиторией	2/1
Структура, логика и демонстрация мультимедийной презентации	Последовательность изложения материала в презентации. Речевая подготовка презентации. Основные этапы презентации	2/2
Технологии создания мультимедийных презентаций	Демонстрационные материалы эффективной презентации: текст, графика, диаграммы. Сервисы для создания презентаций	2/-
Инфографика и креативные решения в презентации проектов	Инфографика как объект графического дизайна. Визуальные формы инфографики. Креативные идеи презентации проекта	2/2
Критерии оценки презентации	Оценка контента и дизайна. Соответствие презентации заявленным целям проекта	2/-

Итого		10
-------	--	----

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Презентация как эффективный способ подачи информации в маркетинговой деятельности	Создание собственного макета для презентации результатов исследований	Пр	1/1/-
Структура, логика и демонстрация мультимедийной презентации	Взаимодействие с аудиторией в ходе презентации	Пр	2/-/-
Контрольная точка 1	Выполнение индивидуальных заданий	Пр	1/-/-
Технологии создания мультимедийных презентаций	Изучение онлайн-сервисов по созданию презентаций	Пр	2/2/-
Инфографика и креативные решения в презентации проектов	Создание инфографики и работа с анимацией	Пр	1/-/-
Контрольная точка 2	Выполнение индивидуальных заданий	Пр	1/-/-
Критерии оценки презентации	Разработка собственной шкалы критериев оценки презентации	Пр	1/-/-
Контрольная точка 3	Выполнение индивидуальных заданий	Пр	1/-/-
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Вариативность презентаций и возможности их использования в маркетинге и коммерции	10

Традиционные и интерактивные способы презентации маркетинговых и коммерческих проектов	10
Изучение сервисов с ИИ для создания презентаций	10
Разработка собственной матрицы иконок для создания инфографики	10
Взаимная оценка проектов с использованием различных критериев	12

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Инфографика и презентация маркетинговых проектов».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Инфографика и презентация маркетинговых проектов».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ (творческое задание) (при наличии).
4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Презентация как эффективный способ подачи информации в маркетинговой деятельности. Вариативность презентаций и возможности их использования в маркетинге и коммерции	Л1.2, Л1.4	Л2.4, Л2.5	Л3.1
2	Структура, логика и демонстрация мультимедийной презентации. Традиционные и интерактивные способы презентации маркетинговых и коммерческих проектов	Л1.2	Л2.2	Л3.1, Л3.3
3	Технологии создания мультимедийных презентаций. Изучение сервисов с ИИ для создания презентаций	Л1.3	Л2.1, Л2.4	Л3.2
4	Инфографика и креативные решения в презентации проектов. Разработка собственной матрицы иконок для создания инфографики	Л1.1, Л1.4	Л2.1	Л3.4
5	Критерии оценки презентации. Взаимная оценка проектов с использованием различных критериев	Л1.1, Л1.2	Л2.4	Л3.3

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Инфографика и презентация маркетинговых проектов»

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

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» проводится в виде Зачет.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций		Максимальное количество баллов
1 семестр			
КТ 1	Творческое задание		10
КТ 2	Творческое задание		10
КТ 3	Творческое задание		10
Сумма баллов по итогам текущего контроля			30
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
1 семестр			

КТ 1	Творческое задание	10	<p>- 10 баллов – задание выполнено и представлено в полном объеме, отражает авторскую позицию магистранта, аргументировано и последовательно представлено магистрантом на защите. - 7 баллов</p> <p>- задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, но при этом имеет место авторская позиция магистранта, аргументация на защите недостаточно уверенная и последовательная. - 5 баллов</p> <p>- задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, авторская позиция магистранта неочевидна и не аргументирована на защите.</p>
КТ 2	Творческое задание	10	<p>- 10 баллов – задание выполнено и представлено в полном объеме, отражает авторскую позицию магистранта, аргументировано и последовательно представлено магистрантом на защите. - 7 баллов</p> <p>- задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, но при этом имеет место авторская позиция магистранта, аргументация на защите недостаточно уверенная и последовательная. - 5 баллов</p> <p>- задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, авторская позиция магистранта неочевидна и не аргументирована на защите.</p>
КТ 3	Творческое задание	10	<p>- 10 баллов – задание выполнено и представлено в полном объеме, отражает авторскую позицию магистранта, аргументировано и последовательно представлено магистрантом на защите. - 7 баллов</p> <p>- задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, но при этом имеет место авторская позиция магистранта, аргументация на защите недостаточно уверенная и последовательная. - 5 баллов</p> <p>- задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, авторская позиция магистранта неочевидна и не аргументирована на защите.</p>

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и без привязке к набранным баллам. Студентам, набравшим более 65 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, не набравшие 65 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД. Максимальная сумма баллов по промежуточной аттестации (зачету) устанавливается в 15 баллов

Вопрос билета	Количество баллов
Теоретический вопрос	до 5
Задания на проверку умений	до 5
Задания на проверку навыков	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Задания на проверку умений и навыков

5 баллов Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет без замечаний. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

4 балла Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет с небольшими недочетами.

2 баллов Задания выполнены с задержкой, письменный отчет с недочетами. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задания выполнены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задания выполнены, письменный отчет не представлен или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Инфографика и презентация маркетинговых проектов»

Вопросы к зачету

1. Особенности презентаций в маркетинге, рекламе и связях с общественностью
2. Типы презентаций
3. Способы коммуникации с аудиторией
4. Последовательность изложения материала в презентации
5. Речевая подготовка презентации
6. Основные этапы презентации
7. Инструменты эффективной презентации: текст и таблицы
8. Инструменты эффективной презентации: графики и диаграммы
9. Инструменты эффективной презентации: аудио и видеоматериалы
10. Сервисы для создания презентаций
11. Инфографика как объект графического дизайна
12. Визуальные формы инфографики
13. Креативные идеи презентации проекта
14. Оценка контента и дизайна
15. Соответствие презентации заявленным целям проекта

Тематика докладов

1. Методы НЛП при проведении презентации
2. Подбор и оформление места проведения презентации.
3. Техническое сопровождение и кейтеринг
4. Подготовка рекламного продукта к презентации
5. Флеш-презентации
6. Проведение презентации в «нештатных» ситуациях
7. Информационные технологии управления проектами
8. Особенности восприятия цвета человеком
9. Растровые и векторные изображения. Основные цветовые модели.
10. Форматы Web-графики

Практико-ориентированные и ситуационные задачи

Задача 1

Создайте презентацию на любую интересующую вас тему в области маркетинга, применяя анимацию для последовательного появления элементов слайда, а также используя различные настройки для демонстрации.

Задача 2

Создайте презентацию по теме «Исследование маркетинговых инструментов: как будет развиваться рынок в России в 2026 году», используя сервис Gamma.

Задача 3

Маркетологу важно не показывать таблицы, а показывать тренды и аномалии.

Выдается «грязная» выгрузка из CRM/Яндекс.Метрики за 6 месяцев (сотни строк: источники трафика, конверсии, отказы, ARPU).

Студентам нужно:

- очистить данные и выделить 3 ключевых инсайта (например, «в выходные падает конверсия по SEO»).

- выбрать один тип диаграммы, который наилучшим образом передает каждый инсайт.

- собрать интерактивный дашборд, где руководитель может переключать периоды.

Инструменты: Google Looker Studio (бесплатно, интеграция с таблицами) или Flourish (для красивых анимированных графиков).

В качестве результата необходимо предоставить публичную ссылку на дашборд и текстовое обоснование выбора типа визуализации.

Вопросы для собеседования

1. Назовите не менее четырех ключевых задач, которые позволяют решать презентации в маркетинговой и коммерческой деятельности (например, привлечение внимания).

2. Почему понимание целевой аудитории является самым важным фактором при создании презентации?

3. В чем, на ваш взгляд, заключаются особенности презентаций в маркетинге и PR?

4. К какому типу презентаций по цели можно отнести выступление, демонстрирующее, как конкретная маркетинговая кампания помогла увеличить продажи на 30%? Как называется такой тип презентации?

5. Представьте, что вам нужно представить новый продукт команде региональных менеджеров, которые находятся в разных городах. Какой формат презентации будет наиболее эффективным и почему?

6. Если структура вашей презентации строится по схеме: «Ситуация на рынке (проблема) -> Анализ причин -> Наше решение (продукт)», то к какому типу структур она относится?

7. Какие невербальные инструменты являются ключевыми для докладчика и как они помогают установить контакт?

8. Какие приемы для привлечения и удержания внимания аудитории вам известны?

9. Объясните, почему наличие четкого «призыва к действию» в конце презентации является логичным завершением не только с точки зрения структуры, но и с точки зрения достижения маркетинговых целей?

10. Какие приемы в дизайне презентаций являются на сегодняшний день доминирующими?

Творческие задания для контрольных точек

Контрольная точка 1

Создайте свой авторский шаблон презентации в формате PowerPoint (не менее 15 слайдов), используя возможности подбора структуры слайдов, цветовой гаммы, шрифтов, элементов инфографики и т.п.

Контрольная точка 2

Создайте презентацию к теме 2, используя разные сервисы генеративного ИИ. Сравните и проанализируйте полученные результаты.

Рекомендуемые сервисы:

- Wepik — генерация простых презентаций

- Presentsimple.ai — нейросеть для презентаций

Контрольная точка 3

Используя любой из сервисов, представленных в лекции 4, создайте материалы по тематике «Маркетинг, коммерция, продажи» в виде инфографики различных типов (статистической, хронологической, сравнительной, конструкционной, рекламной, навигационной, инструктивной).

Представьте подученный результат в виде единой презентации.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная

Л1.1 Ткаченко О. Н., Дмитриева Л. М. Дизайн и рекламные технологии [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: Издательство "Магистр", 2021. - 176 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=398678>

Л1.2 Киреева О. Ф. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 166 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=424398>

Л1.3 Васильева Е. В., Зобнина М. Р. Маркетинг и управление продуктом на цифровых рынках: генерация и проверка идей через CustDev дизайн-мышление и расчеты юнит-экономики [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: КноРус, 2023. - 723 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/945917>

Л1.4 Киселев В. М., Сяглова Ю. В., Плющева Л. В. Мультисенсорные маркетинговые коммуникации. Инфо- и идентдизайн [Электронный ресурс]:моногр. ; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Специалитет. - Москва: Русайнс, 2017. - 235 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/922302>

дополнительная

Л2.1 Кузьмина О. Г. Бренд-менеджмент [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Аспирантура. - Москва: Издательский Центр РИО□, 2022. - 176 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=392058>

Л2.2 Дмитриева Л. М., Балюта П. А. Дизайн в культурном пространстве [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Магистратура. - Москва: Издательство "Магистр", 2022. - 152 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=399914>

Л2.3 Митрофанова Е. А., Коновалова В. Г., Гришаева С. А., Митрофанова А. Е. Привлекательность HR-бренда для молодых соискателей: теория стратегия эффективная практика [Электронный ресурс]:монография. - Москва: Русайнс, 2022. - 142 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/946998>

Л2.4 Гатина Э. А., Астраханцева Е. А., Елесин Е. Ю. Проектная деятельность в сфере B2B B2C B2G. Сборник кейсов [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2024. - 91 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/953994>

Л2.5 Рыбина М. Н., Быковская Е. Н., Исаенко В. О. Проектная деятельность как необходимое условие успешного функционирования малых и средних предприятий [Электронный ресурс]:моногр. ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2022. - 355 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/944903>

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

Л3.1 Шпаковский В. О., Егорова PR-дизайн и PR-продвижение [Электронный ресурс]:Учебное пособие; ВО - Магистратура. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с. – Режим доступа: <http://new.znanium.com/go.php?id=989613>

Л3.2 Попов Ю. И., Яковенко О. В. Управление проектами [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Специалитет, Аспирантура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 208 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=361132>

Л3.3 Васильева Е. В. Интернет-предпринимательство: UX-дизайн и JTBD [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: КноРус, 2023. - 436 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/946248>

ЛЗ.4 Белый Е. М. Управление проектами (с практикумом) [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: КноРус, 2021. - 262 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/939055>

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Специализированный портал CreateBrand. Режим доступа: http://www.createbrand.ru/about/	http://www.createbrand.ru/about/
2	Социальный интернет-сервис «Pinterest» Режим доступа: https://ru.pinterest.com/	https://ru.pinterest.com/
3	Интернет-издание о творчестве «Сей-Хай» Режим доступа: https://say-hi.me/	https://say-hi.me/
4	Интернет-ресурс для дизайнеров «Infogra» Режим доступа: https://infogra.ru/	https://infogra.ru/
5	Интернет-ресурс для дизайнеров «Iconfinder» Режим доступа: https://www.iconfinder.com/	https://www.iconfinder.com/

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Перед началом изучения курса рекомендуется ознакомиться с его целями и задачами.

Значительная часть учебного времени отведена на приобретение практических навыков. Вы научитесь правильно анализировать маркетинговые ситуации, возникающие в организациях, и разрабатывать эффективные пути решения проблем.

Лекция — это основная форма организации учебного процесса. Преподаватель систематически и последовательно излагает учебный материал, обычно теоретического характера. После прослушивания лекции студенты составляют конспект. Рекомендуется оставлять свободное место и делать поля, чтобы можно было дополнить или скорректировать записи при изучении материала по книге. Такая работа с конспектом помогает глубоко понять и освоить предмет.

Практические занятия могут проводиться в виде семинаров (обсуждение контрольных вопросов, заслушивание докладов) и практических работ (решение ситуационных задач, рассмотрение примеров из практики предприятий).

Дисциплина «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» имеет прикладной характер, поэтому особое внимание уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые можно использовать в будущей работе.

Студенты готовят доклады по темам, предложенным в планах семинарских занятий, в виде презентаций PowerPoint (не более 15 слайдов) продолжительностью не более 7-10 минут.

Изучение дисциплины также включает самостоятельную работу студентов с учебной, методической и периодической литературой.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - Антивирус

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - Антивирус

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Э-160	Специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic EX620 X6A – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., мониторы - 3 шт., плазменная панель - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.
		Э-165	специализированная мебель на 28 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., телевизор SAMSUNG – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, доска поворотная маркерно-магнитная – 1 шт., подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		
		177/Эи Ф	Оснащение: столы – 14 шт., стулья – 25 шт., мультимедийная доска EDFLAT IFP2f82, компьютеры – 27 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952).

Автор (ы)

_____ доц. , кэн Рыбасова Ю. В.

Рецензенты

_____ доц. , кэн Запорожец Д. В.

_____ доц. , кэн Байчерова А. Р.

Рабочая программа дисциплины «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» рассмотрена на заседании Кафедра агроэкономики и маркетинга протокол № 27 от 24.03.2026 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой _____ Агаларова Екатерина Григорьевна

Рабочая программа дисциплины «Инфографика и презентация маркетинговых проектов» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 6 от 02.04.2026 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Руководитель ОП _____