

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Факультет среднего профессионального образования



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета СПО, к.э.н.

*Н.А. Чернова* Н.А. Чернова

«22» июня 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,**  
**должностям служащих»**

для специальности среднего профессионального образования

**42.02.01 «Реклама»**

<u>Максимальная нагрузка по профессиональному модулю,</u>	198
<u>часов</u>	
Аудиторные занятия, часов	96
в т.ч. лабораторно-практические занятия, часов	48
Самостоятельная работа, часов	30
Практика, часов	72
в т.ч. учебная практика, часов	36
в т.ч. производственная практика, часов	36

Санкт-Петербург 2022

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе  
ФГОС по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

*код*

Реклама

*наименование специальности(ей)*

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией экономических

дисциплин и рекламы

Протокол № 10 от 14.06.2022 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 8 от 15.06.2022 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

Разработчики:

Лачугина М.М., преподаватель высшей квалификационной категории, к.э.н.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	16

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) - программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 5.1 Выполнение работ в соответствии с квалификационной характеристикой "Агент рекламный";

ПК 5.2 Ответственность за качество выполненных работ.

Программа профессионального модуля может быть использована в профессиональных образовательных организациях при реализации программ подготовки специалистов среднего звена, повышения квалификации и переподготовки рабочих кадров и специалистов среднего звена по направлению 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело», а также в профессиональной подготовке при освоении профессии служащего 20032 «Агент рекламный» в рамках специальности СПО 42.02.01 «Реклама».

## **1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

### **иметь практический опыт:**

- ведения рекламной деятельности в качестве посредника по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей;
- консультирование клиентов, заказчиков по продвигаемому товару, услуге;
- заключение договоров и оформления документов первичной отчетности;
- информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, рекламных услугах и продукции.

### **уметь:**

- представлять товар с целью стимулирования покупки;
- контактировать и вести переговоры с заказчиками рекламного продукта;
- представлять товар(услуги) в рекламных целях
- оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

### **знать:**

- законодательство о рекламе;
- виды рекламных средств и способы рекламирования;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- факторы и методы воздействия рекламы на человека;
- направления рекламной работы;
- рекламные мероприятия;

- правила делового общения.

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – 198 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 126 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 96 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 30 часов;

учебной и производственной практики – 72 часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1	Выполнение работ в соответствии с квалификационной характеристикой "Агент рекламный"
ПК 5.2	Ответственность за качество выполненных работ
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ОК 10.	Владеть основам предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### 3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования междисциплинарного курса(профессионального модуля)	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 5.1., ПК 5.2.	<b>МДК 05.01</b> Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	162	96	48	*	30	*	36	
	<b>Производственная практика (по профилю специальности), часов</b>	36							36
	<b>Всего:</b>	198	96	48	*	30	*	36	36



### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
МДК 05.01	<b>Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</b>	-
<b>Тема 1.</b> Рекламный процесс	<b>Содержание учебного материала:</b>	-
	1 Субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; содержание рекламной информации виды рекламной деятельности; законодательство о рекламе; объекты рекламной деятельности	2
	2 Виды рекламных средств и способы распространения рекламы. Рекламные акции	2
	3 Требования к рекламированию товаров, услуг, установленные законодательством . факторы и методы воздействия рекламы на человека	2
	4 Организационная структура рекламных организаций	2
	5 Законодательство о рекламе	2
	6 Правила обслуживания населения	2
	<b>Практические занятия:</b>	-
	1 Изучение структуры рекламных организаций	2
	2 Изучение форм и содержания печатной рекламы	2
	3 Изучение форм и наружной рекламы	2
	4 Изучение форм и содержания интернет-рекламы	2
	5 Изучение форм и содержания рекламных сообщений	2
	6 Исследование телевизионной рекламы	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	-
	1 Подготовить информацию о работе рекламных агентств.	2
	2 Подготовить презентацию о печатной рекламе.	2
	3 Подготовить презентацию о наружной рекламе	2
4 Подготовить презентацию об интернет-рекламе	2	
<b>Тема 2.</b> Товар(услуга) как объект рекламирования	<b>Содержание учебного материала:</b>	-
	1 Свойства товара	2
	2 Презентационная характеристика товара	2
	3 Представление товара с целью стимулирования покупки	2
	4 Факторы, влияющие на покупку товаров	2
	5 Маркетинговые коммуникации в местах продажи	2
	<b>Практические занятия:</b>	-
	7 Изучение свойств товаров	2
8 Формирование презентационного пакета	2	

	9	Составление рекламного текста	2
	10	Семинар «Реклама товаров промышленных предприятий»	2
	11	Семинар «Реклама продовольственных товаров»	2
	12	Семинар «Реклама товаров народного потребления»	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		-
	1	Подготовить презентационные пакеты по видам товаров	8
<b>Тема 3.</b> Организация рекламной работы	<b>Содержание учебного материала:</b>		-
	1	Методы сбора и подготовки рекламных материалов; способы распространения рекламы; характеристики рекламной продукции; направления рекламной работы.	2
	2	Рекламные мероприятия. Рекламный текст :составление и оформление	2
	3	Факторы и методы воздействия рекламы на человека	2
	4	Представление товара с целью стимулирования покупки	2
	5	Организация рекламы товаров в торговом зале, на выставке, ярмарке Работа в качестве рекламного агента	2
	6	Факторы, влияющие на покупку товаров, выбор и использование различных видов средств распространения рекламы.	2
	<b>Практические занятия:</b>		-
	13	Сбор рекламных материалов	2
	14	Оформление простого рекламного текста	2
	15	Деловая игра «Рекламная выставка»	2
	16	Деловая игра «Реклама товара в торговом зале»	2
	17	Деловая игра «Представление товара»	2
	18	Деловая игра «Организация продажи товаров»	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		2
	1	Собрать примеры рекламных текстов	2
	2	Посетить рекламную выставку. Описать представление товаров	2
	3	Посетить торговый зал. Описать представление товаров.	2
	4	Подготовить презентацию рекламных услуг	2
5	Подготовить презентацию о рекламной продукции	2	
<b>Тема 4.</b> Работа с заказчиками	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	1	Правила обслуживания населения; приемы и методы делового общения и ведения переговоров; правила делового общения поиск и привлечение клиентов	2
	2	Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом	2
	3	Организация работ по предоставлению рекламных услуг	2
	4	Организация взаимодействия заказчика с производителем рекламы по вопросам производства и размещения рекламы документационное обеспечение	2

	5	Контакт и ведение переговоров с заказчиками рекламного продукта; виды рекламных средств и способы рекламирования	2
	6	Документационное обеспечение рекламной деятельности	2
	<b>Практические занятия:</b>		-
	19	Правила обслуживания населения. Решение ситуационных задач	2
	20	Деловая игра. Работа с рекламируемым товаром.	2
	21	Деловая игра. Работа с заказчиком.	2
	22	Деловая игра. Привлечение клиентов.	2
	23	Оформление заказа	2
	24	Оформление договора с заказчиком	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		-
	1	Дать характеристики различным видам потребителей	4
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> Изучение: <ul style="list-style-type: none"> <li>- видов рекламной деятельности;</li> <li>- способов распространения рекламы;</li> <li>- организации продажи или рекламы товара в торговом зале, на выставке, ярмарке и т.п.</li> <li>- условий размещения рекламы в средствах массовой информации;</li> <li>- перечень производственной документации рекламной фирмы;</li> <li>- правила оформления документов, применяемых при разработке и продвижении рекламных услуг.</li> </ul> Работы: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализ свойств товара, составить потребительскую характеристику товара;</li> <li>- Формирование презентационной характеристики товара;</li> <li>- Представление товара в торговом зале, на выставке, ярмарке и т.п.;</li> <li>- Участие в рекламных акциях в качестве исполнителя;</li> <li>- Составление и оформление текстов простых рекламных объявлений;</li> <li>- Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;</li> <li>- Переговоры с заказчиками;</li> <li>- Информирование потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, рекламных услугах и продукции</li> <li>- Консультирование клиентов, заказчиков по продвигаемому товару, услуге;</li> <li>- Оформление заказа на предоставление рекламных услуг.</li> <li>- Составление плана производства рекламной продукции.</li> </ul>			<b>36</b>
<b>Производственная практика</b> <b>Виды работ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование презентации товара(рекламной продукции).</li> <li>2. Представление товара в торговом зале, на выставке, ярмарке в рекламных целях.</li> <li>3. Контакт с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.</li> <li>4. Участие в рекламных акциях в качестве исполнителя.</li> <li>5. Составление и оформление простых текстов рекламных объявлений.</li> </ol>			<b>36</b>

6. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком	
7. Информирование потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, рекламных услугах и продукции	
8. Консультирование клиентов, заказчиков по продвигаемому товару, услуге Переговоры с заказчиками.	
<b>Всего</b>	<b>198</b>

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие

учебных кабинетов проектирования рекламного продукта;  
лаборатории компьютерного дизайна.

Оборудование кабинета в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО № 11-СПО-01/21 от 11.01.2021.

Технические средства обучения: комплект мультимедийного оборудования.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику. Учебная практика проводится в лабораториях лаборатории компьютерного дизайна. Производственная практика проводится концентрированно на предприятиях и в организациях по профилю специальности под руководством преподавателей, осуществляющих преподавание профессионального модуля.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с.
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с.
3. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования /

- Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с.
4. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с.
5. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 134 с.

#### Дополнительные источники:

1. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 119 с.
2. Полынская, Г. А. Информационные системы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. А. Полынская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с.

#### Интернет-ресурсы:

URL адрес	Наименование
<a href="http://eur.ru/">http://eur.ru/</a>	Библиотека экономической и управленческой литературы
<a href="http://advertme.ru">http://advertme.ru</a>	Рекламный портал

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Освоению данного модуля предшествует изучение дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного, профессионального циклов, таких как: Основы рекламы, История рекламы, Экономика организации.

### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Обучение по профессиональному модулю обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого междисциплинарного курса, а

также имеющими опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК 5.1 Выполнение работ в соответствии с квалификационной характеристикой "Агент рекламный"</p>	<p>Демонстрация навыков ведения переговоров с заказчиком при осуществлении деятельности по поиску и привлечению клиентов, понимая сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляя к ней устойчивый интерес. Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов, учитывая социально-психологические основы рекламы, зная факторы и методы воздействия на человека. Осуществление выбора и использование различных видов средств распространения рекламы, используя информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы Стартовая диагностика подготовки обучающихся; выявление мотивации к изучению нового материала Текущий контроль в форме: - тестирования; - отчетов по практическим занятиям; - фронтального и индивидуального опроса на занятиях; - отчета по проделанной внеаудиторной самостоятельной работе; - тезисов по выбранным темам - творческих работ; - оформления и защиты электронных презентаций</p>
<p>ПК 5.2. Ответственность за качество выполненных работ</p>	<p>Демонстрация умения представлять товар(услуги) организовывая собственную деятельность, выбирая типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивая их эффективность и качество. Проявление ответственности за свои действия в различных ситуациях.</p>	<p>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета. Зачет по учебной практике Зачет по производственной практике Экзамен (квалификационный) по профессиональному модулю.</p>

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность



профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Активность и глубина изучения предмета профессиональной деятельности;</li> <li>– представление о месте роли специалиста по рекламе в профессиональной деятельности;</li> <li>– познавательный интерес к будущей профессиональной деятельности;</li> <li>– текущее проецирование жизненной биографии на профессиональную карьеру.</li> </ul>	Показатели текущего и рубежного контроля. Обзор информации о профессии из различных источников. Составление характеристики потребностей рынка труда. Составление резюме.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>– демонстрация организации рабочего места в соответствии с нормативами и требованиями;</li> <li>– соответствие результата эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату).</li> </ul>	Показатели текущего и рубежного контроля Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Четкое понимание (формулировка) вероятных последствий принимаемого решения для себя и окружающих;</li> <li>– обоснованность выбора вариантов решения, в том числе в ситуации, не изучавшейся в процессе обучения;</li> <li>– готовность к достижению поставленных целей выбранных с учетом осознаваемых последствий, принятие решения.</li> </ul>	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 4. Осуществлять поиск и	– Полнота охвата	

использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<p>информационных источников;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– скорость нахождения и достоверность информации;</li> <li>– обоснованность выбора информационных источников для определения способа достижения цели;</li> <li>– достижение цели с минимальными ресурсозатратами и максимальным качеством;</li> <li>– обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.</li> </ul>	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обоснованность выбора ИКТ с учетом профессиональной специфики;</li> <li>– уменьшение материальных затрат и количества времени, затраченного на достижение цели и исправление допущенных ошибок;</li> <li>– готовность к освоению и применению в учебной и профессиональной деятельности.</li> </ul>	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег;</li> <li>– отсутствие негативных отзывы со стороны коллег, руководства, потребителей.</li> </ul>	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Проявление ответственности за работу подчиненных;</li> <li>– проявление ответственности за результат выполнения заданий.</li> </ul>	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи	Обоснованность выбора путей и способов повышения	

<p>профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>личностного и квалификационного уровня.</p>	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.</p>	
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>Владение основами предпринимательской деятельности в области рекламы.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля. Выполнение рефератов, заданий для самостоятельной работы,</p>
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>Стремление овладеть знаниями дисциплин гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного циклов.</p>	<p>исследовательской творческой работы; заданий учебной практики.</p>