

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.т.н.
С.Л. Поляков С.Л. Поляков
«21» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного
продукта»

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 «Реклама»

<u>Максимальная нагрузка по профессиональному модулю,</u>	288
<u>часов</u>	
Аудиторные занятия, часов	144
в т.ч. лабораторно-практические занятия, часов	20
Самостоятельная работа, часов	72
Практика, часов	72
в т.ч. производственная практика, часов	72

Санкт-Петербург 2023

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 14.06.2023 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим
советом факультета СПО

Протокол № 10 от 14.06.2023 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

Разработчики:

Ревина В.Л., преподаватель первой квалификационной категории

Полякова И.С., преподаватель высшей квалификационной категории

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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 деятельности (ВД) **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК).

Перечень общих компетенций:

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 основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Перечень профессиональных компетенций:

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

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

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение программы профессионального модуля

Всего часов – 288, в том числе:

учебные занятия, часов – 144;

самостоятельной работы обучающегося, часов – 72;

учебной и производственной практики, часов – 72.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура 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 4.1 - ПК 4.3.	МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	216	144	20	-	72	-	-	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72							72
	Всего:	288	144	20	-	72	-	-	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	
МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	
Раздел 1.	Менеджмент	60
Тема 1. Основы менеджмента	<p>Содержание: Сущность и характерные черты современного менеджмента. - история развития менеджмента; - основные этапы формирования менеджмента; - школа научного управления; - административная школа менеджмента; - «неоклассическая» школа управления; - характерные черты разных школ; - современные подходы в менеджменте; - характерные черты современного менеджмента; - зарубежные модели менеджмента; - японская, американская, европейская, российская модель менеджмента.</p> <p>Самостоятельная работа: – Проанализируйте современную модель российского менеджмента</p>	4
Тема 2. Внутренняя и внешняя среда организации.	<p>Содержание: - объект управления – организация (понятие, признаки); - виды организаций; - среда организации; - внутренняя среда, ее основные внутренние переменные (цели, задачи, структура, технологии, персонал, оборудование, запасы); - внешняя среда и ее элементы; - факторы прямого и косвенного воздействия, их характеристика и взаимосвязь; - свойства среды; - принципы управления (понятие и характеристика).</p>	2
Тема 3. Функции менеджмента.	<p>Содержание учебного материала: - цикл менеджмента (понятие цикла менеджмента, содержание); - функции менеджмента (понятие, классификация); - общие функции (планирование, организация, мотивация, контроль); - функция планирования; - роль планирования в организации; - виды планов (долгосрочные, стратегические, среднесрочные, краткосрочные, тактические, оперативные); - стадии планирования; - дерево целей (содержание и правила составления);</p>	12

	<ul style="list-style-type: none"> - функция организации; - организационные структуры управления (понятия, требования, предъявляемые к ним, принципы построения); - горизонтальное и вертикальное разделение труда; - типы структур управления (линейная, функциональная, линейно-штабная, линейно-функциональная), их преимущества и недостатки; - функция мотивации; - сущность понятий (мотивация, стимулирование); - задачи мотивации; - теории мотивации (содержательные А.Маслоу, Мак Клеелланда, Ф.Герцберга) и процессуальные (теория ожидания В.Врума, теория справедливости, теория Портера-Лаулера); - формы мотивации; - функции контроля; сущность и назначение контроля; виды контроля и этапы контроля; - организация и проведение контроля. 	
	<p>Практические занятия: Планирование деятельности. Построение дерева целей и составление плана. «Диагностики степени удовлетворенности основных потребностей»</p>	4
	<p>Самостоятельная работа: – Проанализируйте факторы мотивации трудовой специалиста по рекламе</p>	2
	<p>Практические занятия: Разработка рационального управленческого решения</p>	2
	<p>Самостоятельная работа: Проанализируйте управленческие решения конкретной фирмы.</p>	4
Тема 4. Власть и партнерство	<p>Содержание учебного материала:</p> <ul style="list-style-type: none"> - власть и влияние (понятия); - виды власти (основанная на принуждении, вознаграждении, эталонная, экспертная, законная); - лидерство (понятие, подходы к нему); - стили управления (авторитарный, либеральный, демократический); - решетка менеджмента - коллектив: этапы формирования и специфика функционирования 	6
	<p>Практические занятия: Семинар «Лидерство»</p>	2
	<p>Самостоятельная работа: Привести примеры известных лидеров</p>	2
Тема 5. Управление конфликтами и стрессами.	<p>Содержание учебного материала:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конфликты в организации (понятие, природа, последствия); - виды и причины конфликтов; - правила поведения в конфликте; - способы разрешения конфликтных ситуаций в коллективе (структурные и межличностные); 	4

	<ul style="list-style-type: none"> - стресс (понятие, природа и причины возникновения); - виды стресса; - пути предупреждения стрессовых ситуаций и понижение уровня стресса. 	
	<p>Практические занятия: Тестирование «Определение стиля поведения в ситуации конфликта по методу Томаса-Килмана» Тестирование «Определение уровня стрессоустойчивости»</p>	2
Тема 6. Самоменеджмент	<p>Содержание учебного материала: Профессиональный успех. Карьера. Планирование карьеры</p>	2
	<p>Самостоятельная работа: Составить план карьеры</p>	2
Раздел 2.	Организационно-экономические особенности производства рекламного продукта	156
Тема 2.1. Основные законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность (РД) в РФ	<p>Содержание учебного материала: ГК РФ о рекламе. ФЗ «О Рекламе» №38-ФЗ. Государственное регулирование и саморегулирование РД. Общественные организации, занимающиеся правовым регулированием РД в России и за рубежом. Другие ФЗ и нормативные акты.</p>	6
	<p>Самостоятельная работа обучающихся : Ознакомление с ФЗ «О рекламе» 2006 г. и другими законодательными актами, регламентирующими РД.</p>	4
Тема 2.2. Организация рекламной деятельности фирм	<p>Содержание учебного материала: Рекламный процесс, его участники и схема взаимодействия субъектов рекламной деятельности. Система маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга. Организация РД рекламодателем. Рекламное агентство (РА) его функции и роль в организации РД. Типы рекламных агентств. Организационная структура рекламного агентства и его профессиональный состав. Критерии выбора РА рекламодателем.</p>	10
	<p>Практическое занятие №1: Построение схемы взаимодействия сотрудников РА при создании определенного рекламного продукта.</p>	2
	<p>Самостоятельная работа обучающихся: Ознакомиться со структурами РА г. С.- Пб и официальными сайтами крупных РА города.</p>	6
Тема 2.3. Основные схемы оплаты услуг РА	<p>Содержание учебного материала: Выплата комиссионных. Система гонораров. Почасовая оплата на основе договорных расценок. Комбинированный тип оплаты. Система бонусов и др.</p>	6
Тема 2.4. Документационное обеспечение РД	<p>Содержание учебного материала: Договоры и контракты в сфере РД. Договор на оказание рекламных услуг. Брифы, их назначение, структура и виды. Платежные и сопроводительные документы: счет, счет-фактура, платежное поручение, акт сдачи-приемки работ, товарно-транспортная накладная, доверенность, приходный кассовый ордер. Медиалист и медиакарта. Другие документы.</p>	8
	<p>Практическое занятие №2: Составление брифа и договора на оказание рекламных услуг .</p>	2
	<p>Самостоятельная работа обучающихся : Ознакомиться с различными видами договоров в РД.</p>	4
Тема 2.5.	Содержание учебного материала:	20

Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта	Понятие и специфика рекламного продукта. Понятие и классификация рекламных кампаний. Этапы планирования рекламной кампании. Основные модели проведения рекламных кампаний. Работа с рекламой в СМИ. Медиапланирование как процесс и его основные параметры. Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы. Планирование и формирование рекламного бюджета. Стадии разработки и технического исполнения рекламных проектов. Проведение процедуры согласования макетов рекламной продукции с заказчиком. Составление планов и графиков деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.	
	Практическое занятие №3: Составление плана рекламной кампании (РК) и формирование ее бюджета.	2
	Практическое занятие №4: Составление календарного плана и графика (диаграмма Ганта) производства рекламного продукта.	2
	Практическое занятие №5: Размещение рекламы в СМИ.	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Ознакомление с различными вариантами рекламных кампаний. Изучение Интернет-ресурсов по медиапланированию. Изучение методики построения графика Ганта в EXCEL	10
Тема 2.6. Основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики	Содержание учебного материала: Экономическое содержание рекламного рынка и его развитие. Спрос и предложение на рекламном рынке. РД на рынке потребительских товаров, деловых рынках, на рынке услуг, на предприятиях сферы сервиса. Организация PR фирмы.	8
Тема 2.7. Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации	Содержание учебного материала: Издержки в рекламной деятельности и себестоимость рекламного продукта. Показатели безубыточности. Цены и способы ценообразования в рекламных организациях. Выручка, прибыль и рентабельность в РД. Налогообложение РА. Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов РА.	12
Тема 2. 8. Контроль и оценка эффективности РД	Содержание учебного материала: Понятие, уровни и виды контроля РД. Тактический и стратегический контроль рекламы. Экономическая эффективность рекламной деятельности. Коммуникативная эффективность РД. Влияние маркетинговых параметров РД на эффективность рекламы. Методы исследования и повышения эффективности рекламы. Претесты и посттесты.	12
	Практическое занятие №6: Составление плана мероприятий для тактического и стратегического контроля РД.	2
Темы 2.1.-2.8.	Самостоятельная работа обучающихся: Ознакомление с результатами маркетинговых исследований в области рекламы товаров и услуг, проведенными крупнейшими РА.	8
Тема 2.9. Особенности регистрации авторских прав на созданный рекламный продукт	Содержание учебного материала: Подготовка документации для регистрации авторских прав. ФЗ о регистрации авторских прав. Способы регистрации авторских прав.	6

	Самостоятельная работа обучающихся: Ознакомление с ГК РФ (часть 4) и другими ФЗ, регламентирующими регистрацию авторских прав.	6
Тема 2.10. Проведение презентации рекламного продукта	Содержание учебного материала: Понятие презентации. Виды презентаций . Подготовка к проведению презентации. Этапы презентации. Структура презентации. Технические средства для проведения презентаций.	6
	Практическое занятие №7: Подготовка презентации рекламного проекта.	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Ознакомление с презентациями рекламных продуктов, проведенными крупнейшими РА.	10
	Производственная практика	72
	1. Составление схемы взаимодействия субъектов рекламной деятельности при производстве рекламной продукции	6
	2. Составление спецификации производственных операций по разработке и техническому исполнению рекламного продукта	6
	3. Составление плана и графика деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.	6
	4. Проведение контроля рекламной продукции на соответствие требованиям заказчика	6
	5. Проведение процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	6
	6. Изготовление презентации рекламного продукта для заказчика	6
	5. Работа с рекламой в СМИ.	16
	6. Подготовка документов для регистрации авторских прав.	14
	7. Подготовка и защита отчета	6
	Всего:	288

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому оснащению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов и лабораторий.

Оборудование в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО № 212-68-04/23 от 27.01.2023 г.

Технические средства обучения: комплект мультимедийного оборудования.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Основные источники:

1. Бацун, Н. В. Менеджмент в рекламе : учеб. пособие / Н.В. Бацун. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 175 с. — <https://doi.org/10.12737/14194>. - ISBN 978-5-369-00601-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/961744>

2. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/476279>

3. Хвостовицкая, Т. Т. Менеджмент в рекламе : учебное пособие / Т. Т. Хвостовицкая. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 357 с. - ISBN 978-5-9765-2183-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1143353>

Дополнительные источники:

1. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2019. - 240 с. - (ПРОФИЛЬ). - ISBN 978-5-98281-271-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009460>

2. Основы рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся вузов, обучающихся по специальностям 032401 «Реклама», 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / Ю.С. Вернадская [и др.] ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01252-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028739>

3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Правильно определять цели, задачи и составлять график собственной работы в составе коллектива исполнителей	Текущий контроль в форме защиты практических работ; выполнения контрольных работ по темам МДК;
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Демонстрировать умения самоорганизации и самоконтроля при разработке рекламной продукции, работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи по разработке рекламной продукции	тестирования по темам МДК. Экзамен по МДК Зачет по производственной практике.
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Демонстрировать умения работы с документами по регистрации авторского права на рекламный продукт	Экзамен по профессиональному модулю

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"> – Активность и глубина изучения предмета профессиональной деятельности; – представление о месте роли специалиста по рекламе в профессиональной деятельности; – познавательный интерес к будущей профессиональной деятельности; – текущее проецирование жизненной биографии на профессиональную карьеру. 	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"> – Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; – демонстрация организации рабочего места в соответствии с нормативами и требованиями; 	Показатели текущего и рубежного контроля Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике

	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие результата эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату). 	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> – Четкое понимание (формулировка) вероятных последствий принимаемого решения для себя и окружающих; – обоснованность выбора вариантов решения, в том числе в ситуации, не изучавшейся в процессе обучения; – готовность к достижению поставленных целей выбранных с учетом осознаваемых последствий, принятие решения. 	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике</p>
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> – Полнота охвата информационных источников; – скорость нахождения и достоверность информации; – обоснованность выбора информационных источников для определения способа достижения цели; – достижение цели с минимальными ресурсозатратами и максимальным качеством; – обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности. 	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность выбора ИКТ с учетом профессиональной специфики; – уменьшение материальных затрат и количества времени, затраченного на достижение цели и исправление допущенных ошибок; – готовность к освоению и применению в учебной и профессиональной деятельности. 	

<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководителями, потребителями.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; – отсутствие негативных отзывы со стороны коллег, руководства, потребителей. 	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Проявление ответственности за работу подчиненных; – проявление ответственности за результат выполнения заданий. 	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность выбора путей и способов повышения личностного и квалификационного уровня 	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности 	
<p>ОК10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Владение основами предпринимательской деятельности в области рекламы; 	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы профессионального модуля. Выполнение рефератов, заданий для самостоятельной работы, исследовательской творческой работы.</p>
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Стремление овладеть знаниями дисциплин гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного циклов. 	