

УТВЕРЖДЕНО
 Директор АНО СПО
 «Бирский кооперативный техникум»

_____ Р.Г.Ахунова
 «_____» _____ 2018 год

_____ Р.Г.Ахунова
 «_____» _____ 2019 год

_____ Р.Г.Ахунова
 «_____» _____ 2020 год

_____ Р.Г.Ахунова
 «_____» _____ 2021 год

СОГЛАСОВАНО

_____ 29/07/2018
 «Информационный центр»
 _____ (Ермаков В.В.)
 _____ 2018 год

СОГЛАСОВАНО

_____ 2018 год
 _____ (Самарин П.В.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

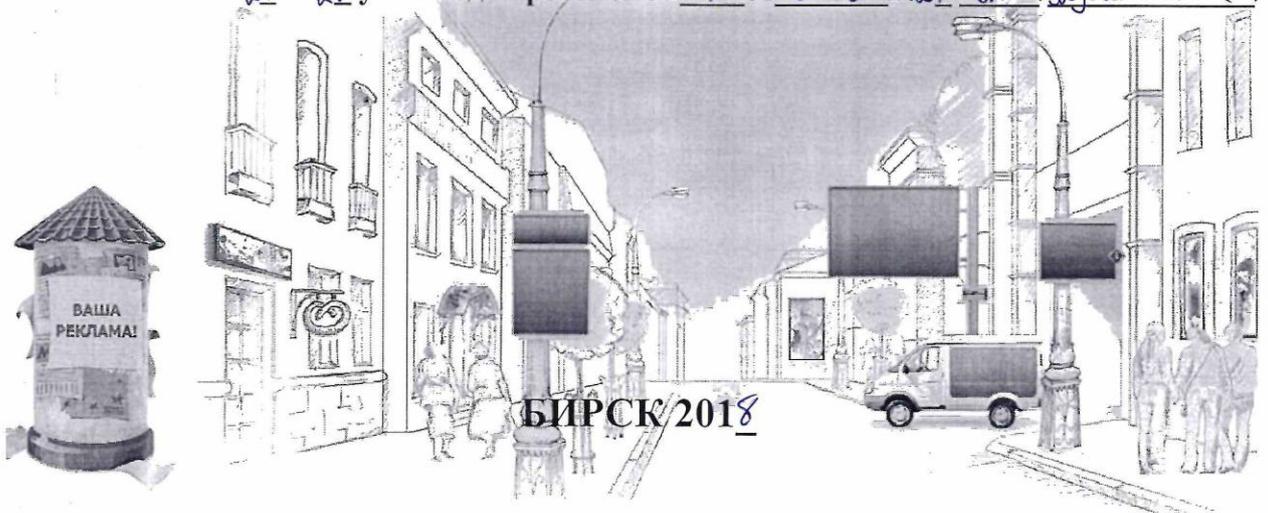
ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный

Рассмотрено на заседании предметно- цикло- вой комиссии УГ 42.00.00 Средства массовой информации и информационно- библиотечное дело

Председатель ПЦК

_____ / Акмаева М.И. /

2018-2019 учеб.год	Протокол № 5	от 29.06	2018	Сул / Акмаева
2019-2020 учеб. год	Протокол № 1	от 29.08	2019	Сул / Акмаева
2020-2021 учеб. год	Протокол № 1	от 28.08	2020	Сул / Акмаева
2021-2022 учеб. год	Протокол № 1	от 30.08	2021	Сул / Мухомова С.Е.



Рабочая программа учебной практики по ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 агент рекламный является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебной практики ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 агент рекламный разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Утвержденного Приказом Минобрнауки России от 13 марта 2018 года № 177.

ОДОБРЕНО Методическим советом техникума

Протокол № 9 от « 29 » 06 2018 г.
Председатель Методсовета [подпись] /Лутфулина А.А./

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 5 от « 29 » 06 2018 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Ахкамова М.И./

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 1 от « 29 » 08 2019 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Ахкамова М.И./

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 1 от « 28 » 08 2020 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Ахкамова М.И./

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 1 от « 30 » 08 2021 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Лукачев С.Е./

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

1.2. Цели и задачи учебной практики

1.3. Формы проведения учебной практики

1.4. Место проведения учебной практики

1.5. Количество часов на освоение программы учебной практики:

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

2.1. Тематический план учебной практики по профессиональному модулю

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ. 05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ 20032 АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики **ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 агент рекламный** является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД): **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 агент рекламный**

1.2. Цели и задачи учебной практики

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности **42.02.01 Реклама**. С целью овладения указанными видами профессиональной деятельности обучающийся в ходе освоения программы учебной практики должен: приобрести первоначальный **практический опыт (ПО)** в:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа, при продвижении рекламы;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; организация связи со средствами массовой информации;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя.

В результате прохождения учебной практики по видам профессиональной деятельности обучающийся должен **уметь**:

Требования к умениям:

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиками;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- применять средства связи;
- использовать способы оперативной полиграфии;
- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности.
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- оцифровывать текстовую и графическую информацию.

1.3 Формы проведения учебной практики:

Учебная практика проводится в форме практической деятельности обучающихся под непосредственным руководством и контролем преподавателей профессионального модуля. Структурно учебная практика включает три элемента: вводный инструктаж,

упражнения (самостоятельная работа) и текущее инструктирование, заключительный инструктаж (подведение итогов).

1.4 Место проведения учебной практики:

Учебная практика проводится в Учебном кабинете экономики и менеджмента.

1.5 Количество часов на освоение программы учебной практики:

всего – 144 часов (4 недели)

Учебная практика проводится концентрированно в 1-м семестре после полного освоения **МДК 05.01 Организация деятельности по работе с заказчиком, размещение и сопровождение рекламы.**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ. 05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ 20032 АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ

2.1 Тематический план учебной практики по профессиональному модулю ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 агент рекламный

Наименования тем	Количество часов	Умения
1. Создание и оформление студенческой газеты для образовательной организации;	2	- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиками;
2. Разработка названия студенческой рекламной газеты, ее логотипа, слогана;	2	- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
3. Оформление фирменного стиля газеты в редакторе CoralDraw;	2	выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
4. Разработка верстки газеты, оформление в Adobe InDesign;	2	- проводить основные мероприятия связей с общественностью;
5. Оформление стилизованных элементов на каждую специальность техникума;	2	- применять средства связи;
6. Создание и оформление статьи о мероприятиях образовательного учреждения;	2	- использовать способы оперативной полиграфии;
7. Понятие неэтичной рекламы;	2	- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности.
8. Подготовка макета газеты к печати;	2	- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
9. Проведение мониторинга рекламы других образовательных учреждений;	2	- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
10. Оценка рекламной деятельности конкурентов;	2	- оцифровывать текстовую и графическую информацию.
11. Подготовка информационных сообщений по теме: «основные виды рекламы»;	2	
12. Особенности и трудности в составлении глоссария;	2	
13. Основы информационных технологий в рекламной деятельности;	2	
14. Выполнение подборки материалов по рекламе в магазинах города;	2	

15. Современная оргтехника;	2	
16. Понятие «бренд», «брендинг». Виды брендинга, правила и этапы создания бренда. Технологии и способы создания бренда;	2	
17. Составление рекламной печатной листовки;	2	
18. Особенности разработки логотипа и слогана;	2	
19. Сильные и слабые стороны рекламных агентств – конкурентов;	2	
20. Составление рекламного обращения, его графическое сопровождение;	2	
21. Классификация POS-материалов;	2	
22. Создание видеоряда средств оперативной полиграфии;	2	
23. Проведение промо-акций;	2	
24. Сканирование и распознавание текста в программе АBBYY FineReader. Автоматический перевод текста;	2	
25. Оформление рекламного буклета;	2	
26. Тренинг «Технология привлечения клиентов»;	2	
27. Опыт рекламы в другой образовательной организации города;	2	
28. Значение иллюстраций: их содержание. Трудности в разработке;	2	
29. Описание алгоритма работы средств оперативной полиграфии;	2	
30. Разработка Интернет – рекламы;	2	
31. Организация размещения рекламы: показы, выставки, PR-компании, дегустации, презентации;	2	
32. Область применения компьютерной графики;	2	
33. Проведение дегустации, презентации, рекламной продажи;	2	
34. Работа с текстом;	2	
35. Организация деловых коммуникаций на рынке рекламы;	2	
36. Уровни анализа эффективности рекламы в Интернете. Формы продвижения в Интернете;	2	
37. Особенности работы со стилями, объектами;	2	
38. Описание алгоритма работы средств оперативной полиграфии;	2	
39. Подготовка информационных сообщений на тему: «потребительские мотивы, используемые в рекламных		

объявлениях»;	2	
40. Прикладное программное обеспечение;	2	
41. Интернет технологии в рекламе;	2	
42. Трудности работы с мастер страницами;	2	
43. Рекламные исследования;	2	
44. Создание рекламного сообщения об образовательном учреждении для публикации в СМИ, демонстрации на телевидении;	2	
45. Понятие, задачи и область применения компьютерной графики;	2	
46. Программное обеспечение для глобальных сетей;	2	
47. Разработка структуры ВТЛ-агентств, его логотипа, печатной продукции: визиток, листовок, открыток;	2	
48. Разработка Интернет – рекламы;	2	
49. Подготовка информационных сообщений по теме: «примеры недобросовестной, неэтичной, недостоверной рекламы»;	2	
50. Особенности рекламного шоу, рекламного аукциона;	2	
51.Методоориентированное прикладное программное обеспечение;	2	
52. Составление брифа на рекламный текст;	2	
53. Глобальные сети: значение, проблемы, перспективы;	2	
54. Тренинг «Организация рекламного агентства»;	2	
55. Решение задач в области нарушения рекламного законодательства;	2	
56. Процесс получения заказа: подготовка предложения, изложение и обсуждение предложения с заказчиком. Взаимодействие со СМИ. Размещение рекламного заказа;	2	
57.Информационно-коммуникационные технологии и вычислительные средства;	2	
58. Средства обработки документов;	2	
59. Подготовка информационных сообщений по теме: «ведущие рекламные агентства России»;	2	
60. Покупка средств рекламы. Выбор носителя рекламы;	2	

61. Характеристика и классификация рекламы;	2	
62. Создание баз данных клиентов;	2	
63. Правовое регулирование рекламной деятельности;	2	
64. Тренинг «Переговоры с заказчиком»;	2	
65. Проблемно-ориентированное программное обеспечение;	2	
66. Технологии WWW (WORLD-WIDE-WEB);	2	
67. Современное оборудование офиса;	2	
68. Подготовка информационных сообщений по теме: «позитивное и негативное влияние рекламы на общество посредством сети Интернет, в печатных СМИ»;	2	
69. Организация Public relations (PR);	2	
70. Оформление заказов на изготовление визиток;	2	
71. Копирование и оперативное размножение документов;	2	
72. Проведение переговоров с партнерами в интересах клиента. Помощь клиенту в решении оперативных вопросов.	2	
ИТОГО:	144	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1 Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- кабинета «Проектирования рекламного продукта»
- лаборатории «Информационных и коммуникационных технологий».

3.2 Перечень информационного обеспечения обучения. Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Антипов К. В., Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. - 4-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 326 с. - ISBN 978-5-394-03458-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/>
2. Елина Е. А., Семиотика рекламы: учебное пособие / Е. А. Елина. - Москва: Дашков и Ко, 2018. - 136 с.; 20 см.; ISBN 978-5-394-00254-0
3. Измайлова М. А., Психология рекламной деятельности: учебник / М. А. Измайлова. - 4-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 442 с. - ISBN 978-5-394-03522-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093523>
4. 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>

5. Мамонова, Е. А. Правовое регулирование рекламы / Е. А. Мамонова; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°". - Москва: Дашков и К°, 2018. - 218, [1] с.: ил., табл.; 20 см.; ISBN 978-5-91131-650-1

6. Марочкина С. С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов СПО, обучающихся по специальности «Реклама» / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 239 с. -(Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5 - 238-01657-3. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028705>

7. Основы рекламы: учебник для студентов СПО, обучающихся по специальностям «Реклама», 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / Ю. С. Вернадская [и др.]; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. — 351 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01252-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028739>

8. Шарков Ф. И., Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>

Дополнительные источники:

1. Бердников И. П. PR-коммуникации: практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова; Изд.-торговая корпорация "Дашков и К°". - Москва: Дашков и К°, 2018. – 207 с.

2. Годин А. А., Интернет-реклама: Учебное пособие / А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2018. - 168 с. ISBN 978-5-394-00465-0, 1000 экз. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/337799>

3. Грачев А. С. PR-служба компании: практическое пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 157 с.

4. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. - Москва: Дашков и Ко, 2018. - 158 с.

5. Чехов А. П. Реклама [Электронный ресурс] / А. П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2018. - 2 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518474>

Интернет-ресурсы:

1. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС): www.akos.newmail.ru

2. Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP): www.sbq.ac.at/cerp

3. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA): www.ipranet.ru

4. Международный Комитет Ассоциаций компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO): www.marrtex.co.uk/prca

3.5 Общие требования к организации образовательного процесса

Обучение проводится с использованием различных технических средств обучения, методических приёмов проблемного обучения, контекстного обучения, имитационных и не имитационных моделей профессиональной деятельности, деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций, «мозгового штурма», работы «малыми» группами, индивидуального направленного обучения.

Освоение учебной практики ПМ. 05 **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 агент рекламный** проводится в соответствии с учебным планом по специальности **42.02.01 Реклама** и календарным учебным графиком.

Образовательный процесс организуется по расписанию занятий.

3.6 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Преподаватели, осуществляющие руководство учебной практикой обучающихся, их квалификация должны отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Преподаватели, привлекаемые к реализации образовательной программы, должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.5 настоящего ФГОС СПО, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Преподаватели, обеспечивающие освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.4 настоящего ФГОС СПО, в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, должна быть не менее 25 процентов.

Контроль и оценка результатов освоения программы учебной практики по ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 агент рекламный

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения обучающимися заданий, выполнения практических проверочных работ. В результате освоения учебной практики в рамках профессиональных модулей обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Умения</p> <ul style="list-style-type: none"> - контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиками; - осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; - проводить основные мероприятия связей с общественностью; - применять средства связи; - использовать способы оперативной полиграфии; - использовать вычислительные средства в рекламной деятельности. - контактировать с 	<ul style="list-style-type: none"> -точность подбора инструментов и материалов изготовления полиграфической рекламной продукции в соответствии с технологическими требованиями; -эффективность и качество выполненной самостоятельной работы; -Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т. п.; -систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, 	<p><i>1)Текущий контроль</i> качества обученности студентов осуществляется в устной и письменной формах:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) фронтальный и индивидуальный опрос во время аудиторных занятий; б) оценка по результатам тестирования и выполнения практических работ; с) проверка осуществления анализа и реферирования научно-методической и учебной литературы при

<p>производителями рекламы по вопросам производства и размещения;</p> <p>-пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;</p> <p>- оцифровывать текстовую и графическую информацию.</p> <p>Иметь практический опыт в:</p> <p>- ведения переговоров с заказчиком;</p> <p>- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа, при продвижении рекламы;</p> <p>- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; организация связи со средствами массовой информации;</p> <p>- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя.</p>	<p>периодических изданий по профессии;</p> <p>-адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;</p> <p>-Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности;</p> <p>-аргументированность оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>-обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований.</p> <p>-ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач</p>	<p>выполнении системы самостоятельных работ по лекционному курсу;</p> <p>d) экспертное наблюдение и оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении работ на различных этапах учебной практики.</p> <p><i>2)Периодический (рубежный) контроль</i> в виде теста как результат освоения ведущих тем модуля.</p> <p><i>3)Промежуточная аттестация:</i></p> <p>Учебная практика по модулю – дифференцированный зачет.</p> <p><i>4)Итоговый контроль</i> в виде экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю.</p>
---	---	---

Наименование результата освоения практики

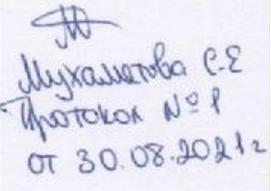
Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД. 5	Агент рекламный
<i>ДПК. 5.1.</i>	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
<i>ДПК. 5.2.</i>	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
<i>ДПК. 5.3.</i>	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
<i>ДПК. 5.4.</i>	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
<i>ДПК. 5.5.</i>	Вести переговоры с заказчиками.
<i>ДПК. 5.6.</i>	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
<i>ДПК. 5.7.</i>	Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

<i>ДПК. 5.8.</i>	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
<i>ДПК. 5.9.</i>	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

- 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

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

**ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ
20032 АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ**

Учебный год	Вид изменений (объём времени, порядок освоения УД и ПМ и т.п.)	В какой документ ППССЗ вносятся изменения	Конкретное содержание изменений	Экспертное суждение о необходимости и целесообразности внесения изменений	Подпись председателя ЦК/ представителей работодателей
2021-2022	Включение планируемых личностных результатов (ЛР)	Рабочая программа учебной практики	Включение следующих планируемых результатов: ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный ЛР 13-19, согласно Рабочей программы воспитания 42.02.01 Реклама	Приказ Минпросвещения России № П-7 от 27.01.2022	 <p>Мухометова Е.Е. Протокол № 8 от 30.08.2021г.</p>