

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ
ГПОУ «ЧИТИНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ
ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ

Специальность 42.02.01 Реклама

2022 г.

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик: ГПОУ «Читинский политехнический колледж»

Разработчики:

Скорнякова А.В. преподаватель ГПОУ «Читинский политехнический колледж».

Рекомендована Методическим советом ГПОУ «Читинский политехнический колледж»

Заключение Методического совета № ____ от « ____ » _____ 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	16

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО 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 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.2. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.3. Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге.

ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы.

ПК 5.5. Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

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

иметь практический опыт:

- осуществления деятельности по поиску и привлечению клиентов;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- ведения переговоров с клиентом;
- консультирования клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при работе с клиентом, заказчиком рекламы;

- использования современных информационных и коммуникационных средств для размещения и продвижения рекламы;
- установления контакта со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

уметь:

- осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных;
- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры;
- принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения рекламы;
- применять различные средства связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг;
- осуществлять выбор средств рекламы для проведения рекламных мероприятий;
- использовать компьютерную технику в рекламной деятельности;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графической рекламной информации при проведении презентационных мероприятий.
- оцифровывать текстовую и графическую информацию.

знать:

- виды и направления рекламной деятельности;
- средства рекламы и средства распространения рекламы;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- правила составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства связи с субъектами рекламного процесса;
- направления рекламной работы;
- средства рекламы, применяемые в рекламных мероприятиях;
- средства компьютерной обработки рекламной информации при проведении презентационных мероприятий.
- основные виды производства рекламного продукта.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 180 час, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 108 часов, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 72 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 36 часов;

производственная практика – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный"), в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 5.2.	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК 5.3.	Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге.
ПК 5.4.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы.
ПК 5.5.	Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения 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.
-------	---

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Тематический план профессионального модуля ПМ.05

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса					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 5.5	МДК.05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный	108	72		-	36	-		
	Производственная практика, (по профилю специальности), часов	72							72
	Всего по ПМ.05:	180	72			36	-	-	72

* Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

** Производственная практика (по профилю специальности) может проводиться параллельно с теоретическими занятиями междисциплинарного курса (распределено) или в специально выделенный период (концентрированно).

3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный")

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объём часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный		108	
Раздел 1. Поиск и привлечение клиентов			
Тема 1.1. Основы организации рекламной деятельности предприятий	Содержание учебного материала 1. Виды рекламной деятельности и их классификация 2. Особенности рекламной деятельности учреждений, предприятий, фирм и (прочее): цели и задачи, направления рекламной деятельности, используемые средства и носители рекламы, рекламные мероприятия. 3. Средства распространения рекламы, применяемые организацией в ходе рекламной деятельности. Выбор средств распространения рекламы 4. Рекламный отдел и его функции. Его структура, участники рекламного процесса. Планирование рекламной работы на предприятии	10 2 2 2 4	2
Тема 1. 2. Взаимодействие рекламного агентства и рекламодателя	Содержание учебного материала 1. Рекламные услуги. Виды рекламных услуг. Классификация рекламных услуг 2. Понятие о выборе рекламного агентства. Рекламные агентства, их задачи и функции. Виды рекламных агентств, особенности их деятельности 3. Основные направления взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства. Переговоры с заказчиком. Осуществление агентом в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	10 2 2 2	2

	4.	Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком. Документационное сопровождение рекламного заказа. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	2	
	Практические занятия		2	3
	Практическая работа №1 Составление брифа на рекламу			
Раздел 2. Ведение переговоров с заказчиками и производителями рекламы				
Тема 2.2. Способы построения доверия и фокусировки внимания у заказчика	Содержание учебного материала:		4	3
	1.	Тональность и темп речи заказчика. Подстраивание под тональность и темп речи заказчика	1	
	2.	Вовлечение заказчика в процесс заказа	1	
	Практические занятия			3
	Практическая работа №2 Ролевая игра с методами привлечения внимания.		2	
Тема 2.3. Презентация рекламного предложения	Содержание учебного материала:		6	3
	1.	Основные элементы презентации товаров и услуг (функции, классификация, методы, план)	1	
	2.	Способы проведения эффективной презентации (цель, задачи, типы и т.д.)	1	
	Практические занятия			3
	Практическая работа №3 Составление плана презентации товаров или услуг		4	
Тема 2.4 Техника работы с возражениями	Содержание учебного материала:		2	
	1.	Типы возражений. Стратегия работы с возражениями в личной беседе. Позитивная и негативная реакция агента на возражения	1	3
	2.	Способы присоединения к возражениям. Техника ответа на возражения.	1	
Тема 2.5. Проведение телефонных переговоров	Содержание учебного материала:		2	3
	1.	Телефонные переговоры. Возможности и опасности при телефонных переговорах.	1	
	2.	Правила исходящего звонка. Правила входящего звонка	1	
Тема 2.6. Основные этапы поиска клиента	Содержание учебного материала:		10	
	1.	Изучение товара. Изучение собственного товара в соответствии с деятельностью организации и по всем характеристикам товара/услуг. Разработка плана изучения собственного товара	2	3
	2.	Выявление наиболее продаваемых позиций (виды товаров, опрос заказчиков и анализ результатов опроса). Разработка закрытых и открытых вопросов для изучения потребностей клиента	2	
	3.	Изучение потребностей и возможностей клиента (база данных клиентов, их деятельность, возможности и рекламный бюджет)	2	
	Практические занятия			3
	Практическая работа № 4 Составление плана - схемы (сценария) телефонного контакта с клиентом(вам звонят, вы звоните)		4	
Раздел 3. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя				

Тема 3.1. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Содержание учебного материала:		6	2
	1.	Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, пабликрилейшнз, прямой маркетинг, спонсоринг, Направления рекламной работы. Размещение рекламы на рекламных мероприятиях	4	
	Практические занятия			
	Практическая работа № 5 Анализ конкретных ситуаций участия в рекламных акциях		2	3
Раздел 4. Контактное взаимодействие со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы				
Тема 4.1. Изучение СМИ и работа с ними по вопросам размещения рекламы	Содержание учебного материала:		4	3
	1.	Общие характеристики средств массовой информации (визуальные, аудиальные, аудиовизуальные). Формирование общественного мнения взаимодействия средств массовой информации. Средства связи с субъектами рекламного процесса.	4	
Раздел 5. Использование офисной оргтехники, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа				
Тема 5.1 . Средства оргтехники, оснащение помещения офиса для рекламных агентств, отделов	Содержание учебного материала:		8	2
	1.	Оргтехника. Виды и организация оргтехники и требования безопасности труда. Роль технических средств в профессиональной деятельности рекламного агента. Правила составления оригиналов текстовых документов. средства компьютерной обработки рекламной информации при проведении презентационных мероприятий.	4	
	Практические занятия			3
	Практическая работа № 6 Разработка презентации «Основные средства оргтехники профессиональной деятельности»		4	
Тема 5.2. Современные системы и средства связи	Содержание учебного материала:		10	2
	1.	Способы передачи информации. Классификация каналов связи. Сеть Internet: электронная почта. Особенности использования при работе с заказчиком. Средства копирования и оперативного размножения документов.	4	
	Практическая работа № 7 Создание рекламного средства с помощью современных информационных технологий.		6	

<p>Самостоятельная работа при изучении МДК.05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный</p> <p>Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разработка презентации. Подготовка к защите авторских презентаций. - Структурирование информации конспекта по теме "Способы поиска и привлечения клиентов". - Подготовка докладов на тему: "Как установить контакт с заказчиком ", "Как осуществить презентацию коммерческого предложения ", "Как правильно завершить переговоры с клиентом", "Особенности переговорного процесса с заказчиком». - Структурирование информации конспектов по теме " Общие характеристики средств массовой информации (визуальные, аудиальные, аудиовизуальные) " . 	36	1
<p>Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов. Составление клиентской базы. - Составление перечня рекламных акций, проводимых базой практики. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя. 	72	3
<ul style="list-style-type: none"> - Консультирование клиента по предоставлению информации о предлагаемом товаре, услуге. - Изучение и использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при работе с клиентом, заказчиком рекламы. - Изучение и использование современных информационных и коммуникационных средств для размещения и продвижения рекламы базы практики. 		
Всего:	180	
Промежуточная аттестация в форме экзамена квалификационного		

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 ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия:

- кабинета проектирования рекламной продукции;
- лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа.

Оборудование кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- инструкции по технике безопасности;
- доступ к глобальной сети Интернет;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплекс;
- набор наглядных пособий по дисциплине;
- учебная, справочная, научная литература.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиа проектор с демонстрационным материалом;
- аудиовизуальные средства.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Нормативные акты

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 "О защите прав потребителей"
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе"

Основные источники:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/reklamnoe-delo-426405
2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство

Юрайт, 2019. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование).
— ISBN 978-5-9916-8974-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/osnovy-reklamy-426478

Интернет-ресурсы:

1. Рекламные идеи: о брендинге и креативе <http://www.advi.ru>
2. Состав: портал о рекламе и PR <http://www.sostav.ru>
3. Media-online: все о рекламе <http://www.media-online.ru>
4. RWR. Реклама в России <http://www.rwr.ru>
5. Ассоциация рекламодателей <http://www.assadv.ru/>
6. Adme. Креативная реклама <http://www.adme>.

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Освоению профессионального модуля ПМ 05 должно предшествовать изучение следующего профессиональных модуля: ПМ 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный").

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которая проводится концентрированно.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля, прохождение стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется при применении форм текущего контроля знаний, а также в процессе проведения практических занятий.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки и результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	<p>знание способов поиска и привлечения клиентов;</p> <p>умение взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения.</p> <p>уметь осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных</p> <p>контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры</p>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> — защита практических работ. — защита самостоятельных работ. — Фронтальный и индивидуальный опрос.
ПК 5.2. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	<p>знание видов акций по стимулированию сбыта и оказанию услуг;</p> <p>умение разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта;</p> <p>умение использовать компьютерную технику при разработке рекламных средств для проведения рекламных акций</p>	
ПК5.3. Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге.	<p>знание правил ведения переговоров с клиентом (заказчиком) и умение их применять на практике;</p> <p>знание правил ведения переговоров по телефону и умение применять их в практической деятельности;</p> <p>умение разрабатывать скрипты диалогов при ведении переговоров</p>	
ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчик ком рекламы.	<p>знание основных элементов презентации товаров и услуг;</p> <p>знание способов ведения эффективной презентации;</p> <p>умение разрабатывать презентацию товаров и услуг с помощью программного обеспечения</p>	

ПК 5.5. Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы.	знание основных средств компьютерной обработки информации при работе с клиентом; умение использовать компьютерные знания различных видов оргтехники, применяемых в своей работе агентом	
---	--	--

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у студентов 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 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- проявление стабильного интереса к профессиональной деятельности; - высокий уровень мотивации и готовности к творческой деятельности по выбранной специальности; - наличие положительных отзывов по итогам производственной деятельности; - участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах и т.п.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки рекламных конструкций; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	
ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	
ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения	- нахождение и использование дополнительной литературы по дизайну и рекламной деятельности, эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного	

профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	развития.	
ОК 05. Использовать информационно коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- выбор информационно коммуникационных технологий для решения задач в профессиональной деятельности в области построения эскизов конструкции.	
ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействие с участниками производственного процесса: обучающимися, преподавателями, мастерами производственного обучения, рабочими и руководителями предприятий при прохождении производственной практики	
ОК 07. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- проявление ответственности за работу подчиненных, оказание помощи студенту студенту, сопереживание каждого за результат выполнения заданий	
ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня через разработку творческих проектов, участие в семинарах практикумах, в конкурсах профмастерства.	
ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности: модным тенденциям в мире рекламы, актуальным разработкам по дизайну рекламной продукции.	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности:	
ОК 11. Обладать экологической,	- проявление интереса и заинтересованности в изучении основ	

информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	предпринимательской деятельности и профессионального развития.	
---	--	--