

Санкт-Петербургское государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Колледж автоматизации производственных процессов
и прикладных информационных систем»

Рассмотрена и принята
на заседании Педагогического совета
Протокол №12 от 15.06.2023

УТВЕРЖДЕНА
Приказом директора
СПб ГБПОУ «Колледж автоматиза-
ции производства»
от 10.07 2023 №479

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05
«ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО
«АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ»

Для специальности

42.02.01 «Реклама»

Квалификация специалиста базовой подготовки	специалист по рекламе
Форма обучения	очная
Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	основное общее образование
Срок получения СПО по ППССЗ базовой подготовки	3 года 10 месяцев
Год начала подготовки	2021

Санкт-Петербург, 2023

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510.

Организация-разработчик: Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем»

Программу составила *Гуженко М.В., преподаватель Санкт-Петербургского государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем»*

Программа рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии, протокол № 08 от 11.05.2023

Заведующий отделом СОП

А.Ф. Жмайло

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама» (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): выполнение работ по должности служащего Агент рекламный и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 5.1. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

ПК 5.2 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 5.3. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.4. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

ПК 5.5. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.

ПК 5.6. Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

ПК 5.7. Использовать приемы создания и обработки изображений.

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:

- создания и оформления текстов рекламных объявлений;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- использования информационных технологий для обработки текстовой информации;
- использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя.

уметь:

- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- редактировать рекламные тексты
- *контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения*
- *оцифровывать текстовую и графическую информацию.*

знать:

- основные виды производства рекламного продукта;
- правила составления текстов рекламных объявлений;
- основы цифровой фотографии;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- приемы редактирования текстов;
- *основные средства компьютерной обработки информации.*

1.3. Планируемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – **330** часов, в том числе:

- ✓ максимальной учебной нагрузки обучающегося – **222** часов, включая:
- ✓ обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **148** часов;
- ✓ самостоятельной работы обучающегося – **74** часов;
- ✓ производственной практики – **108** часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности выполнение работ по должности служащего Агент рекламный, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1	Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
ПК 5.2	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 5.3	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК 5.4	Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.
ПК 5.5	Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации
ПК 5.6	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.
ПК 5.7	Использовать приемы создания и обработки изображений
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

ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный»

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	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 – 5.7	ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный	222	148	126		74				
ПК 5.1 – 5.7	МДК 05.01 Организация деятельности рекламного агента	222	148	126		74	-			
ПК 5.1 – 5.7	Производственная практика, часов	108								108
	Всего:	330	148	126		74			108	

3.2. ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 05.01 Организация деятельности рекламного агента		148	
Тема 1.1. Рекламная коммуникация	Содержание учебного материала	14	
	1. Субъекты рекламной коммуникационной системы, их взаимоотношения между ними.	2	1
	2. Роль субъектов в рекламной коммуникации.	2	1
	<i>Практическое занятие №1: Анализ рекламных обращений современной рекламы - печатная рекламная продукция на примерах российского опыта</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №2: Применение инструментов привлечения клиентов.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №3: Определение характера взаимоотношений рекламного агентства и рекламодателя.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №4: Разработка брифа, его заполнение.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №5: Заполнение брифа</i>	2	2
Тема 1.2. Рекламная деятельность	Содержание учебного материала	18	
	1. Услуги, продукция BTL – агентств.	2	1
	2. POS – материалы, их виды, разработка	2	1

	3. POS – материалы, их разработка	2	1
	<i>Практическое занятие №6: Разработка методов стимулирования покупателей</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №7: Разработка структуры BTL – агентств</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №8: Разработка логотипа агентства</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №9: Разработка печатной продукции BTL – агентства: визитка</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №10: Разработка печатной продукции BTL – агентства: листовка</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №11: Разработка печатной продукции BTL – агентства: открытка.</i>	2	2
Тема 1.3 Организация размещения рекламы	Содержание учебного материала	20	
	<i>Практическое занятие №12: Процесс получения заказа: подготовка предложения; изложение и обсуждение предложения с заказчиком</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №13: Взаимодействие со СМИ, производственными фирмами, другими рекламными агентствами.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №14: Размещение рекламного заказа. Выбор видов рекламы и средств её размещения. Разработка и выбор средств распространения рекламы.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №15: Покупка средств рекламы. Выбор носителя рекламы. Проведение переговоров с партнерами в интересах клиента.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №16: Получение информации для разработки заказа клиента. Размещение заказа клиента</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №17: Помощь клиенту в решении оперативных вопросов</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №18: Организация рекламных мероприятий: показ, выставка.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №19: Разработка элементов PR – кампании.</i>	6	2

Тема 1.4. Сопровождение рекламного заказа	Содержание учебного материала	26	
	<i>Практическое занятие №20: Разработка брифа для проведения рекламной кампании.</i>	4	2
	<i>Практическое занятие №21: Разработка плана рекламной кампании.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №22: Разработка этапов рекламной кампании.</i>	4	2
	<i>Практическое занятие №23: Выбор рекламных площадок для проведения кампании.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №24: Создание медиа-плана рекламной кампании</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №25: Оптимизация медиа-плана рекламной кампании</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №26: Подготовка рекламного текста, необходимых POS – материалов</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №27: Определение сотрудников для проведения рекламной кампании.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №28: Бюджет рекламной кампании</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №29: Подготовка отчёта.</i>	4	2
Тема 1.5. Наружная реклама. Немедийные рекламные технологии.	Содержание учебного материала	10	
	<i>Практическое занятие №30: Поиск примеров использования технологий product placement и ambient marketing, оценка по разработанным критериям.</i>	4	2
	<i>Практическое занятие №31: Разработка POS материалов: flash-монитор.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №32: Разработка POS материалов: flash-токеры.</i>	2	
	<i>Практическое занятие №33: Разработка POS материалов: мобайлы, наклейки.</i>	2	2
Тема 1.6.	Содержание учебного материала	24	

Рекламные технологии в сети Интернет.	1.	Виды Интернет-рекламы: медийная, контекстная и геоконтекстная. Product placement в Интернете. Интернет-рассылки.	2	1
	2	Поисковая оптимизация. Всплывающие окна. Электронные доски объявлений. Регистрация в каталогах. Участие в рейтингах.	2	1
	<i>Практическое занятие № 34: Разработка контекстной рекламы</i>		4	2
	<i>Практическое занятие № 35: Разработка интернет-рассылок</i>		4	2
	<i>Практическое занятие № 36: Отработка поисковой оптимизации.</i>		4	2
	<i>Практическое занятие № 37: Разработка всплывающих окон.</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 38: Работа с электронными досками объявлений.</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 39: Разработка всплывающих окон.</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 40: Работа с каталогами, рейтингами.</i>		2	2	
Тема 1.7. Основы брендинга	Содержание учебного материала		36	
	1.	Что такое бренд. Цели брендинга	2	1
	2	Изучение конкурентов: создание критериев, анализ конкурентов, анализ результатов.	2	1
	3	Анализ ЦА и конкурентов в разрезе брендинга. Бренд-аудит	2	1
	4	Создание миссии, нейма, инсайта, слогана. Инструменты для тестирование на оригинальность нейма и слогана.	2	1
	<i>Практическое занятие №41: Изучение конкурентов: бренд, предложения, каналы связи с ЦА и т.д.</i>		2	2
	<i>Практическое занятие №42: Исследование рынка. Факторы, тенденции.</i>		2	2
	<i>Практическое занятие №43: Анализ ЦА и конкурентов под кейс.</i>		2	2

	<i>Практическое занятие №44: Краткий бренд-аудит.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №45: Создание миссии учебной фирмы. Разработка нескольких вариантов нейма</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №46: Разработка нескольких вариантов слогана (предварительное выделение инсайта), тестирование на оригинальность</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №47: Разработка фирменного логотипа</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №48: Разработка, логобука (руководство по использованию логотипа)</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №49: Разработка концепции фирменного стиля в формате презентации.</i>	4	2
	<i>Практическое занятие №50: Разработка мудборда.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №51: Разработка рекламного плаката.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №52: Разработка презентации выполненных работ (с использованием программы prezi.com)</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №53: Представление результатов командами</i>	2	2
	Самостоятельная работа при изучении ПМ.05	74	
	Выполнение заданий в рабочей тетради для внеаудиторной самостоятельной работы	74	3
	Производственная практика Виды работ: Контакты с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта. Составление и оформление текстов рекламных объявлений. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя. Использование современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы. Использование компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Контакты со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы. Применение приемов создания и обработки изображений.	108	3
	Всего	330	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Программа профессионального модуля реализуется на базе учебного кабинета проектирования рекламного продукта, лаборатории компьютерного дизайна предусмотренного ФГОС.

Оборудование учебного кабинета: рабочие столы и стулья по количеству обучающихся; комплект учебно-наглядных пособий по профессиональному модулю «Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»

Оборудование лаборатории: компьютеры с выходом в интернет, настенный экран, проектор, принтер.

Технические средства обучения: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. 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. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450914> (дата обращения: 02.11.2020).
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456737> (дата обращения: 02.11.2020)

Дополнительные источники:

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466183> (дата обращения: 02.11.2020).
2. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456785> (дата обращения: 02.11.2020).
3. 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. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456065> (дата обращения: 02.11.2020).
4. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11512-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. —

URL: <https://urait.ru/bcode/457117> (дата обращения: 02.11.2020).

5. Уильямс, Р. Дизайн. Книга для недизайнеров. 4-е изд. Принципы оформления и типографики для начинающих. - СПб: Питер, 2019. – 240с. - ISBN 978-5-4461-1127-5
6. Палиенко, С.И. Типографика. Учебно-методический комплекс. - М.: Проспект, 2018. – 176с. - ISBN 978-5-392-19202-1
7. Кольшкіна, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшкіна, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448838> (дата обращения: 02.11.2020).

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

Результаты (освоенные профессио- нальные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 5.1. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Осуществление контакта с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 5.2 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Составление и оформление тексты рекламных объявлений.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 5.3. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 5.4. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.	Использование современных информационных и коммуникационных средства продвижения рекламы.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 5.5. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.	Использование компьютерных технологий для обработки текстовой информации.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 5.6. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы	Осуществление контакта со средствами массовой информации по вопросам размещения.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 5.7. Владеть приемами создания и обработки изображений.	Применять приемы создания и обработки изображений.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии,	Демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профес-

проявлять к ней устойчивый интерес		сиональной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач; оценка эффективности и качества выполнения задач технологии продвижения продукта	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях и осознание за него ответственности	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Эффективный поиск и использование информации; использование различных источников информации для эффективного выполнения задач технологии продвижения продукта, профессионального и личностного развития	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Использование информационно-коммуникационных технологий	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция результатов собственной работы; ответственность за работу подчиненных	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение	Организация самостоятельных занятий по повышению личностного и квалификационного уровня	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы

квалификации		
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Анализ инноваций в области технологии продвижения продукта	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Освоение основ предпринимательской деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Освоение экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовых умений общения на иностранном языке.	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы