

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

Рассмотрена и принята  
на заседании Педагогического совета  
Протокол № 9 от 14.06.2024

УТВЕРЖДЕНА

Приказом директора  
СПб ГБПОУ «Колледж  
автоматизации производства»  
от 17.06.2024г.. № 580

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.04 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМ-  
НОГО ПРОДУКТА»**

Для специальности  
42.02.01 «Реклама»

Квалификация специалиста базовой подготовки	специалист по рекламе
Программа	профессионалитет
Форма обучения	очная
Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	основное общее образова- ние
Срок получения СПО по ППССЗ базовой подготовки	2 года 10 месяцев
Год начала подготовки	2023

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 «Реклама» (утв. приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510)

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

Программу составил Козлова К.Е., преподаватель СПб ГБПОУ «Колледж автоматизации производства».

Программа рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии, протокол № 7 от 19.05.2024.

Заведующий отделом  
содержания образовательных программ

А.Ф. Жмайло

## С О Д Е Р Ж А Н И Е

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 .....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....	6
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	13
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ).....	15

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04

## «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью рабочей ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) «организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
2. ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
3. ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
4. *ПК 4.4 Организовывать рекламный бизнес*
5. *ПК 4.5 Планировать event-проект*
6. *ПК 4.6 Разрабатывать стратегию бренда*

### 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:**

- 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;
- *организовывать рекламный бизнес;*
- *создавать идеи собственных брендов;*
- *создавать медиа-план для продвижения бренда.*

#### **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.
- *порядок создания предприятия;*
- *этапы разработки фирменного стиля и дизайн-макетов для эвента.*

**1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – **306** часов, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – **162** часа, включая:
  - обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **108** часов;
  - самостоятельной работы обучающегося – **54** часа;
- учебной практики – **36** часов;
- производственной практики – **108** часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.
ПК 4.4	<i>Организовывать рекламный бизнес</i>
ПК 4.5	<i>Планировать event-проект</i>
ПК 4.6	<i>Разрабатывать стратегию бренда</i>
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 ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

Коды ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагрузок и, акад. Час	В форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов), акад. час					Практика, час.	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа		учебная	производственная
				Всего	в том числе		всего	в том числе курсовая работа		
лабораторные и практические занятия	курсовая работа, проект									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 4.1-4.6, ОК 1-11	МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	162	54	108	54		54			
УП.04	Учебная практика	36	36						36	
ПП.04	Производственная практика	108	108							108
	Всего:	306	198	108	54		54		36	108

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ 04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов всего	В т.ч. практических занятий	В т.ч. в форме практической подготовки	Уровень освоения		
1	2	3			4		
<b>МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>		<b>108</b>					
<b>Тема 1 Основы менеджмента в рекламной деятельности</b>	<b>Содержание</b>		8				
	1.	Сущность менеджмента. Классификация целей менеджмента. Планирование и организация как функции управления.					1
	2.	Микро- и макросреда маркетинга. Методы исследования.					1
	3.	Этапы принятия и реализации управленческих решений. Мотивация и контроль как функции управления					1
	4.	Контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя					1
	<b>Практические занятия</b>		4	4	4		
	1.	<i>Практическая работа № 1 «Анализ внутренней и внешней среды организации с использованием методики SWOT-анализа»</i>					2
2.	<i>Практическая работа № 2 «Реализация функций и методов управления в рекламном агентстве»</i>	2					
<b>Тема 2. Экономические основы рекламной деятельности</b>	<b>Содержание</b>		18				
	1.	Нормативно-правовая база рекламной деятельности в РФ: ФЗ «О рекламе», ГК РФ, ФЗ «О защите конкуренции»					2

	2.	Принципы рыночной экономики.			1
	3.	Виды предпринимательства. Признаки юридического лица. Классификация организаций по ОПФ			1
	4.	Имущество. Характеристика основных средств и НМА. Износ. Оборотные средства.			1
	5.	Показатели эффективности основных и оборотных средств			1
	6.	Персонал. Качественные и количественные показатели трудовых ресурсов. Оплата труда.			2
	7.	Доходы. Выручка. Прибыль. Виды прибыли. Рентабельность. Показатели рентабельности. Пути повышения прибыли и рентабельности			2
	8.	Понятие и виды затрат. Себестоимость. Номенклатура и калькуляция затрат в рекламной деятельности.			2
	9.	Налоги: понятие, элементы, виды. Системы налогообложения.			
	<b>Практические занятия</b>				
	1.	<i>Практическая работа № 3 «Анализ НПА, регламентирующих рекламную деятельность»</i>			2
	2.	<i>Практическая работа № 4 «Анализ структуры и динамики основных средств»</i>			2
	3.	<i>Практическая работа № 5 «Расчет и анализ показателей эффективности использования основных средств»</i>			2
	4.	<i>Практическая работа № 6 «Расчет износа и амортизации основных средств»</i>		36	2
	5.	<i>Практическая работа № 7 «Анализ состава, динамики и эффективности использования оборотных средств организации»</i>	18	36	2
	6.	<i>Практическая работа № 8 «Расчет качественных и количественных показателей трудовых ресурсов»</i>			2
	7.	<i>Практическая работа № 9 «Расчет прибыли, рентабельности и безубыточного объема производства»</i>			2
	8.	<i>Практическая работа № 10 «Расчет себестоимости продукции и составление сметы затрат на рекламу, ивент и рекламную кампанию»</i>			2

	9.	<i>Практическая работа № 11 «Расчет налоговых платежей для физических и юридических лиц»</i>				2
<b>Тема 3. Организация и практика работы рекламного агентства</b>	<b>Содержание</b>		18			
	1.	Стратегия маркетинговых коммуникаций. План рекламы. Средства маркетинговых коммуникаций. Календарное планирование ресурсов и распределение работ				2
	2.	Участники рекламного процесса. Рекламодатели. Рекламное агентство. Производственные компании. Исследовательские организации. СМИ.				2
	3.	Целевая аудитория. Сегмент.				1
	4.	Брендинг как технология создания особого отношения к товару. ATL и BTL.				2
	5.	Event (событийный) маркетинг				2
	6.	Реклама в прессе. Печатные издания. Оценка эффективности рекламы в прессе. Наружная реклама. Виды рекламных конструкций				3
	7.	Структура и классификация РА (по размеру, денежному обороту, виду деятельности и пр.). Отдел по работе с клиентами. Медийный отдел.				3
	8.	Медиапланы. Календарный план-график выходов рекламных сообщений. Медиабайеры.				2
	9.	Создание и развитие бизнеса рекламного агентства				2
	<b>Практические занятия</b>		18	32	32	
	1.	<i>Практическая работа № 12 «Выбор и планирование каналов коммуникации кампании на 6 месяцев»</i>				3
	2.	<i>Практическая работа № 13 «Анализ субъектов рекламной деятельности»</i>				2
	3.	<i>Практическая работа № 14 «Анкетирование целевой аудитории заказчика на разных этапах коммуникационной кампании»</i>				
	4.	<i>Практическая работа № 15 «Создание идеи бренда»</i>				2
	5.	<i>Практическая работа № 16 «Разработка фирменного стиля и дизайн-макета для ивента»</i>	2			

	6.	<i>Практическая работа № 17 «Анализ-технико-экономических показателей печатной продукции»</i>				3
	7.	<i>Практическая работа № 18 «Создание структуры РА полного цикла, отдела по работе с клиентами, медийного отдела»</i>				2
	8.	<i>Практическая работа № 19 «Составление медиаплана рекламной кампании»</i>				2
	9.	<i>Практическая работа № 20 «Составление бизнес-плана и подготовка документации для регистрации новой организации»</i>				2
<b>Тема 4. Правовые основы рекламной деятельности</b>	<b>Содержание</b>		2			
	1.	ГК РФ. Авторское право на рекламу. Авторский договор. Право на товарный знак.				1
	<b>Практические занятия</b>		2	2	2	
1.	<i>Практическая работа № 21 «Регистрация авторского права. Формирование пакета документов для регистрации товарного знака»</i>	2				
<b>Тема 5. Взаимодействие с заказчиком</b>	<b>Содержание</b>		2			
	1.	Разработка рекламной стратегии для реализации заказа				2
	<b>Практические занятия</b>		6	6	6	
	1.	<i>Практическая работа № 22 «Согласование рекламной стратегии, макета рекламного продукта с заказчиком в рамках рекламной кампании – создание бренда, УТП»</i>				3
	2.	<i>Практическая работа № 23 «Разработка рекламной кампании в рамках рекламной стратегии и макета рекламного продукта. Разработка слогана и визуала акции»</i>				3
3.	<i>Практическая работа № 24 «Представление концепции рекламного продукта в рамках рекламной кампании заказчику»</i>	3				
<b>Тема 6. Оценка эффективности рекламной деятельности</b>	<b>Содержание</b>		2			
	1.	Расчет рекламного бюджета. Экономическая эффективность рекламной деятельности				3
	<b>Практические занятия</b>		6	16	16	

	1.	<i>Практическая работа № 25 «Расчет рекламного бюджета: использование методов расчета рекламного бюджета»</i>				3
	2.	<i>Практическая работа № 26 «Расчет рекламного бюджета: использование методов расчета рекламного бюджета»</i>				3
	3.	<i>Практическая работа № 27 «Оценка экономической эффективности рекламной деятельности»</i>				3
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении МДК			54			
<b>Учебная практика</b>			36			
<b>Виды работ:</b> 1. Планирование собственной работы в составе коллектива исполнителей. 2. Осуществление самоконтроля изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее. 3. Подготовка документов для регистрации авторского права на рекламный продукт 4. Организация рекламного бизнеса 5. Планирование event-проект 6. Разработка стратегии бренда						
<b>Производственная практика</b>			108			
<b>Виды работ:</b> 1. Планирование собственной работы в составе коллектива исполнителей. 2. Осуществление самоконтроля изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее. 3. Подготовка документов для регистрации авторского права на рекламный продукт 4. Организация рекламного бизнеса 5. Планирование event-проект 6. Разработка стратегии бренда						
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении модуля			54			
<b>Всего часов</b>			306	54	54	

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Реализация программы предполагает наличие учебного кабинета – проектирования рекламного продукта, лаборатории компьютерного дизайна, предусмотренных ФГОС.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: рабочие столы и стулья по количеству обучающихся; комплект учебно-наглядных пособий по профессиональному модулю «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

Технические средства обучения: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Tilda, Prezi.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: Компьютеры с выходом в интернет, настенный экран и проектор, принтер.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику по профилю специальности.

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

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

Основные источники:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Режим доступа: сетевой URL: <https://urait.ru/bcode/451045> (дата обращения: 07.04.2021).
2. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 512 с. - ISBN 978-5-394-03297-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091202> (дата обращения: 18.05.2024). – Режим доступа: по подписке.
3. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности : учебное пособие / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова, В.М. Михайлова. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 232 с. - ISBN 978-5-9776-0529-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2117565> (дата обращения: 18.05.2024). – Режим доступа: по подписке.
4. УМК ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем», 2024

Дополнительные источники:

1. Казначевская, Г.Б. Менеджмент. Учебник (СПО). - М.: Кнорус, 2019. – 240с. - ISBN 978-5-406-06561-7
2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Режим доступа: сетевой URL: <https://urait.ru/bcode/450623>(дата обращения: 07.04.2021).
3. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. - 384 с. - ISBN 978-5-9558-0194-0. – Режим доступа: сетевой URL: <https://znanium.com/catalog/product/914319>(дата обращения: 07.04.2021).

### 4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоению данного модуля предшествует изучение общепрофессиональных дисциплин, таких как: экономика организации, связи с общественностью, психология рекламной деятельности.

Теоретические занятия и учебная практика проводятся в колледже в рамках учебной фирмы. Производственная практика проводится в организациях, осуществляющих деятельность, связанную с управлением земельно-имущественными отношениями.

В процессе обучения используются имитационные и информационно-коммуникационные технологии.

Консультации обучающихся проводятся в соответствии с графиком консультаций, составленным учебным заведением.

В договорах о проведении производственной практики предусмотрена возможность проведения встреч со специалистами организации.

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

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам: высшее педагогическое или высшее экономическое образование.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: высшее педагогическое или высшее экономическое образование.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональ- ные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Планирование собственной работы в составе коллектива исполнителей.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий, устных зачетов
Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Осуществление самоконтроля изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий, устных зачетов
Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Подготовка документов для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий, устных зачетов
Организовывать рекламный бизнес	Организация рекламного бизнеса	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий, устных зачетов
Планировать event-проект	Планирование event-проект	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий, устных зачетов
Разрабатывать стратегию бренда	Разработка стратегии бренда	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий, устных зачетов

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной 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 квалификации	Организация самостоятельных занятий по повышению личностного и квалификационного уровня	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
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