МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КОЛЛЕДЖ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ
Ордена Трудового Красного Знамени федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Московский технический университет связи и информатики» (КТ МТУСИ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ

по специальности среднего профессионального образования
42.02.01 РЕКЛАМА

Квалификация выпускника: специалист по рекламе

Образовательная программа на базе основного общего образования

Форма обучения: очная

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A4B0DC4CEE0F1D5CB8A0A2C2E0B1B6
Владелец: ОРДЕНА ТРУДОВОГО КРАСНОГО ЗНАМЕНИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "МОСКОВСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ СВЯЗИ И ИНФОРМАТИКИ"
Действителен: с 17.02.2026 до 13.05.2027

2025г.

ОДОБРЕНО:
Предметной (цикловой) комиссией гуманитарных и социальных дисциплин

Протокол № 8
от 26 марта 2025г.

Председатель предметной (цикловой) комиссии
_____/Никитина Д.В./

Разработано на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 74908) в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Рассмотрено и одобрено на заседании методического совета
«08» апреля 2025г. Протокол № 6

СОГЛАСОВАНО:
Заместитель директора по учебной работе
_____/Соломонова А.В.

Организация-разработчик:
КТ МТУСИ, г. Москва

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	7
3.1. Объем учебной и производственной практики	7
3.2. Тематический план и содержание учебной и производственной практики	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИТИ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	11
4.1. Материально-техническое обеспечение	11
4.2. Учебно-методическое обеспечение	11
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

1.1. Область применения программы практики

Программа учебной и производственной практики ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Место учебной и производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная и производственная практики включены в профессиональный цикл образовательной программы.

1.3. Цели и задачи программы – требования к результатам освоения

Учебная и производственная практики направлены на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках модулей ОПОП СПО по основным видам деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности 42.02.01 Реклама: квалификация - специалист по рекламе.

Учебная и производственная практика базируются на междисциплинарных курсах профессионального модуля:

МДК 04.01. Разработка творческих рекламных решений

МДК 04.02. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Иметь практический опыт:

- поиска и подбора оригинального нейма и слогана;
- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);
- оформления текстовых и графических документов;
- оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических;
- создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.

Уметь:

- работать в конструкторе по созданию сайтов Tilda Publishing;
- применять графические программы для обработки и создания изображений;
- пользоваться онлайн сервисами для создания сайтов;
- создавать проморолик;
- работать в графическом редакторе Adobe Photoshop Lightroom;
- работать в графическом редакторе Adobe Photoshop;
- работать в графическом редакторе Adobe Illustrator;
- работать в графическом редакторе Adobe Premiere Pro;
- создавать дизайн официального сайта предприятия;
- создавать дизайн интернет-магазина организации
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.

-использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;

- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;

- конвертировать файлы в нужные форматы;

- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;

- размещать рекламные материалы в социальных медиа;

- подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;

- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;

- обеспечивать качественное функционирования сайта;

- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;

- создавать графические материалы рекламного характера;

- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;

- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;

- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;

- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;

- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;

- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;

- повышать информационную наглядность сайтов;

- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

Знать:

- графических программ для обработки и создания изображений (пакет Adobe);

- особенностей видеосъёмки рекламного ролика;

- принципы разработки дизайна сайта.

- отраслевой терминологии;

- важности учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

- программного обеспечения, необходимого для макетирования рекламных носителей;

- возможностей интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;

- видов сайтов, их возможностей и варианты применения;

- требований к качественному функционированию сайтов;

- технических средств создания визуального контента;

- возможностей и ресурсов для макетирования рекламных носителей;

- видов и инструментов маркетинговых коммуникаций;

- структуры брифа и требований к нему;

- важности учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;

- важности учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;

- требований к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;

- технологий воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

1.4. Количество часов на освоение программы учебной и производственной практики:

Количество часов практики: всего – 216 часов, из них учебная практика – 72 часа, производственная практика – 144 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Результатом освоения программ практик профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях является овладение профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

Код	Содержание общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

Код	**Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций**
ВД 4	**Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной / коммуникационной кампании.
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Объем учебной и производственной практики

Вид учебной работы	Объём в часах
Объем образовательной программы	**216**
в том числе:	
учебная практика	72
производственная практика	144
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет	

3.2. Тематический план и содержание учебной и производственной практики по ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем акад. часов	Коды компетенций
Раздел 1. Разработка творческих рекламных решений			
Тема 1.1 Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	**Содержание учебного материала:**	**6**	
	Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
Тема 1.2 Создание комплекса информационной рекламы на основе единого графического стиля	**Содержание учебного материала:**	**6**	
	Разработка рекламного постера и интернет-баннера. Создание презентации, защита проекта	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
Раздел 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки			
Тема 2.1 Основы растровой графики. Программа Adobe Photoshop	**Содержание учебного материала:**	**6**	
	Создание этикеток и наложение на рекламные объекты в перспективе. Создание объектов при помощи размещение с учётом перспективы	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
Тема 2.2 Векторные инструменты в программе Adobe Photoshop	**Содержание учебного материала:**	**6**	
	Создание векторной текстовой композиции. Создание векторных объектов.	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
Раздел 3. Производство видеоконтента			
Тема 3.1 Основы видеопроизводства	**Содержание учебного материала:**	**12**	
	Подготовка видеокамеры к съемке, с учетом настроек	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1,
	Работа с разным съемочным оборудованием: штативы, рельсы, стабилизаторы, гриппы, световые приборы	6	

			ПК 4.2, ПК 4.3
Тема 3.2 Техники создания видео контента	**Содержание учебного материала:**	**36**	
	Способы визуального повествовании	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
	Монтажные приемы, работа со временем, работа со звуком	6	
	Синестезия в рекламе	6	
	Составление тритмента для рекламного видеоконтента	6	
	Самостоятельная съемка и монтаж коротких видео на отработку пройдённых приемов	6	
	Монтаж видеоконтента из отснятого материала	6	
	Учебная практика	**72**	
	Производственная практика	**144**	
Тема 1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	**Содержание учебного материала**	**72**	
	Разработка авторского рекламного проекта.	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
	Подбор референсов по теме задания.	6	
	Практическое технологическое решение применения освещения и средств получения визуального рекламного продукта	6	
	Создание визуальных образов с рекламными функциями.	6	
	Подбор референсов по теме задания.	6	
	Технология создания рекламного решения образа продукта	6	
	Создание рекламных образов в портрете.	6	
	Подбор референсов.	6	
	Применение технологических средств создания рекламной фотографии с различными схемами освещения	6	
	Создание рекламного образа в натюрморте.	6	
	Подбор референсов.	6	
	Практика компоновки и фотографирования рекламного натюрморта для получения визуальных решений по задачам фотосъёмки	6	
Тема 2. Производство рекламной продукции	**Содержание учебного материала**	**72**	
	Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта**.**	6	
	Подбор референсов.	6	
	Практическое фотографирование по выбранной теме рекламных конструкций.	6	
	Применение освещения.	6	
	Подбор референсов.	6	
	Создание специфических световых решений рекламной композиции	6	
	Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе. Подбор референсов.	6	
	Практика фотографирования для сопровождения рекламного бренда	6	

	Фотосессия имиджевого предмета.	6	
	Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента.	6	
	Производство средствами фотографии визуального образа рекламной кампании	6	
	Сдача проекта заказчику	6	
	Производственная практика	**144**	
	ВСЕГО	**216**	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы учебной и производственной практики предусмотрены следующие специальные помещения:

Основ композиции в рекламе
Рисунка и живописи в рекламе
Основы финансовой грамотности
Основ бережливого производства
Психологии в рекламе
Истории экранных искусств
Маркетинговых исследований
Дизайна и макетирования рекламной продукции
Брендинга и бренд менеджмента
Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний

Лаборатории:
Информационных технологий
Цифровых коммуникационных технологий
Компьютерной графики
Видеостудия
Фотостудия

- площадка работодателя для проведения производственной практики: ПП 04 - ООО РСО "Евроинс".

4.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программ учебной и производственной практик библиотечный фонд КТ МТУСИ имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

4.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

Основные печатные издания

1. Володина Л. В. Теория и практика коммуникационной кампании в коммерческой сфере: учебное пособие / Л. В. Володина. – СПб.: СПГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. – 97 с.
2. Карпова С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2023. — 425 с.
3. Носова С.С., Путилов А.В., Норкина А.Н., Цифровая экономика — Москва: КноРус, 2024. — 303 с.
4. Поляков В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Юрайт, 2023. — 514 с.

Основные электронные издания

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512271
2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513928

Дополнительные источники

1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.
2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и К°, 2019 г.
3. Никитаева А.Ю., Маслюкова Е.В., Ковалев Д.В., Цифровая экономика - Ростов - на - Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2022. — 190 с.
4. Носова С.С., Путилов А.В., Норкина А.Н., Основы цифровой экономики — Москва: КноРус, 2023. —390 стр.
5. Тесленко И.Б., Крылов В.Е., Дигилина О.Б., Губернаторов А.М., Цифровая экономика — Москва: КноРус, 2023. — 212 с.

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)
4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Электронный ресурс

1. Ассоциация коммуникационных агентств России: https://www.akarussia.ru/
2. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: https://propel.ru/obe/mraro
3. Сайт о рекламном рынке https://adindex.ru/
4. Сайт Федеральной антимонопольной службы https://fas.gov.ru
5. Сайт "Advertology.ru": http://www.advertology.ru
6. Центр правового регулирования рекламной деятельности: http://www.apartment.ru/Article/487115420.html

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код и содержание профессиональных компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки результатов обучения
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной / коммуникационной кампании	- использование дизайнерских эскизов при создании основных рекламных продуктов, определяющих фирменный стиль; - проверка технических требований к монтажу и разработки идеи; - разработка сценариев для съемок и монтажа рекламы; - осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта; - оригинальность рекламной идеи	- лабораторно-практический контроль: практическая работа; - экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы; - экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики, в рамках промежуточной аттестации; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	- художественное редактирование растровых изображений, создание рекламных плакатов, в основе которых лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - использование программ компьютерной графики; - использование компьютерных технологии при создании визуального рекламного продукта; - использование техники, технологии и технических средств видео и фотосъемки в рекламе;	- лабораторно-практический контроль: практическая работа; - экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	- обоснование выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; - степень достижения поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность	- лабораторно-практический контроль: практическая работа; - экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий
Код и содержание общих компетенций, формируемых в рамках модуля	**Критерии оценки**	**Методы оценки результатов обучения**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной, производственной практики.
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Экспертное наблюдение выполнения практических работ Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета,; - экзамена по модулю

	спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной, производственной практики
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной, производственной практики
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике;	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Зачет

	- соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.	Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики