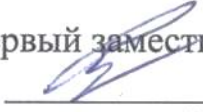


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЧИТИНСКИЙ ИНСТИТУТ
КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ:
Первый заместитель директора

Н.В. Раевский
«25» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

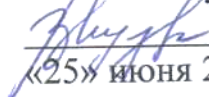
Специальность
38.02.08 Торговое дело

Чита, 2024 г.

Рабочая программа учебной дисциплины Рекламная деятельность разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело.

Согласовано:

Начальник учебной части колледжа

 В.С. Кузнецова
«25» июня 2024 г.

Принята на заседании методической комиссии

Протокол № 10 от «25» июня 2024 г.

Председатель методической комиссии:

 Т.В. Порядина

Разработал преподаватель И.С. Стуканова

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламная деятельность

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина «Рекламная деятельность» является вариативной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 4, ОК 05, ОК 6, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1, ПК 1.6.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 1.1	<ul style="list-style-type: none">– пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;– обобщать и систематизировать коммерческую информацию;– анализировать внешнюю конкурентную среду;– создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;– составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;– обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.	<ul style="list-style-type: none">– методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков;– требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации;– стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции.
ПК 1.6	<ul style="list-style-type: none">– осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;– осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;– проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;– осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);– использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;– применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;– применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;– управления полочным пространством магазина в облач-	<ul style="list-style-type: none">– видов торговых структур;– форм и видов торговли,– составных элементов торговой деятельности;– материально-технической базы торговли;– инфраструктуры потребительского рынка;– средств, методов, инноваций в отрасли;– организации

	<p>ной ABM SHELF;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций; – применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика; чат-боты. 	<p>торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;</p> <ul style="list-style-type: none"> – основных и дополнительных услуг оптовой и розничной; целей, задач, принципов, объектов, субъектов внутренней и внешней торговли.
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; – составлять план действия; – определять необходимые ресурсы; – владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – реализовывать составленный план; – оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). 	<ul style="list-style-type: none"> – актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; – основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; – алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; – методы работы в профессиональной и смежных сферах; – структуру плана для решения задач; – порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; – выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; – использовать современное программное обеспечение; – использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач 	<ul style="list-style-type: none"> – номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; – приемы структурирования информации; – формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; – порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе с использованием цифровых средств
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> – грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; 	<ul style="list-style-type: none"> – особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 06	<ul style="list-style-type: none"> - описывать значимость своей специальности; применять стандарты 	<ul style="list-style-type: none"> - сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности;

	антикоррупционного поведения	стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> – соблюдать нормы экологической безопасности; – определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности; 	<ul style="list-style-type: none"> – правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; – основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; – пути обеспечения ресурсосбережения;
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> – понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; – участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); – писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. 	<ul style="list-style-type: none"> – правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; – основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); – лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - правила чтения текстов профессиональной направленности.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	38
Объем обязательной учебной нагрузки	32
в т.ч. в форме практической подготовки	16
в т. ч.:	
теоретическое обучение	16
практические занятия	16
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>6</i>
Промежуточная аттестация	-

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины *Рекламная деятельность*

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем акад. ч/в т.ч в форме практической подготовки, акад. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы		
1	2	3	4		
РАЗДЕЛ 1. Основы рекламной деятельности		18/8			
Тема 1.1 Цели и задачи рекламной деятельности	Содержание учебного материала		4		
	1	Возникновение и эволюция рекламных коммуникаций в обществе. Понятие, сущность, задачи и функции рекламы.			ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1., ПК 1.6.
	2	Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ.			
	В том числе практических занятий		2		
3	Ответственность участников рекламного процесса за нарушение законодательства о рекламе				
Тема 1.2 Психология рекламы	Содержание		2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1., ПК 1.6.	
	4	Социально – психологические основы рекламы. Процесс воздействия и восприятия рекламы.			
Тема 1.3 Рекламные средства	Содержание		4	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1., ПК 1.6.	
	5	Понятие рекламного средства, классификация. Основные элементы рекламных средств.			
	6	Радио – телереклама и компьютеризированная реклама.			
	В том числе практических занятий		6	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1., ПК 1.6.	
	7	Наружная реклама.			
	8	Средства печатной рекламы.			
9	Реклама в прессе. Основные принципы составления рекламных текстов.				
РАЗДЕЛ 2. Организация рекламы в магазине		14/8			
Тема 2.1. Реклама в магазине	Содержание		4	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1., ПК 1.6.	
	10	Внешняя реклама магазина. Интерьер магазина как средство рекламы.			
	11	Витрины как средство рекламы.			

	В том числе практических занятий		2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1., ПК 1.6.
	12	Рекламные мероприятия в магазине. Оформление витрины магазина.		
Тема 2.2. Эффективность рекламной деятельности	Содержание		2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1., ПК 1.6.
	13	Мероприятия паблик релейшинз. Выставки и ярмарки.		
	В том числе практических занятий		6	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1., ПК 1.6.
	14	Составление плана рекламного мероприятия.		
	15	Экономическая и психологическая эффективность рекламных мероприятий.		
	16	Расчет экономической эффективности.		
Итого			32	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
Выполнение реферата или мультимедийных презентаций по теме «История возникновения рекламы»			6	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1., ПК 1.6.
Выполнение макетов рекламных средств или мультимедийной презентации по теме Средства печатной и прямой почтовой рекламы.				
Выполнить по выбору реферат или мультимедийную презентацию на тему «История развития паблик релейшинз»				
Выполнение исследовательской работы по теме «Реклама в магазине г. Читы (по выбору)»				
В альбомах выполнить эскиз витрины магазина по выбору				
Оформить отчет по экскурсии на оптовую ярмарку в Выставочный центр Забайкальский				
Расчитать экономическую эффективность проведенного рекламного мероприятия (по выбору)				
Всего			38	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест:

- рабочие столы и стулья для обучающихся;
- рабочий стол и стул для преподавателя;
- доска классная магнитно-маркерная;
- наглядные пособия;
- калькуляторы;
- комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения:

- мультимедийный проектор;
- телевизор;
- ноутбук.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией 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.

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95335> (дата обращения: 11.11.2021).

2. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект: учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/87862> (дата обращения: 23.08.2020).

3. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг: учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95594>.

3.2.2. Дополнительные электронные издания

1. Епифанова, А. Г. История графического дизайна и рекламы: учебное пособие для СПО / А. Г. Епифанова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 220 с. — ISBN 978-5-4497-1791-7. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой

образовательной среды СПО PROФобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/123351> (дата обращения: 15.09.2023).

2. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков: учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов: Профобразование, 2020. — 107 с. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/99910> (дата обращения: 11.11.2021).

3. Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей: практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83127.html> (дата обращения: 11.11.2021).

4. Осина, О. Н. Теория и практика рекламных коммуникаций: учебное пособие / О. Н. Осина, М. В. Найденова. — Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2023. — 180 с. — ISBN 978-5-7433-3561-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131671.html> (дата обращения: 15.09.2023).

5. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности: учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» / Н. В. Терёшина. — Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122163.html> (дата обращения: 15.09.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Учебно-методическая документация:

1. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов по дисциплине.
2. Сборник ФОС.
3. Учебно-методические пособия управляющего типа (инструкционные карты, методические рекомендации для выполнения практических работ).

Федеральные законы и нормативные акты

1. ФЗ «О рекламе» № 38 – ФЗ от 13.03.2006 в редакции от 01.09.2023г.
2. Закон РФ «О защите прав потребителей» ФЗ-212 от 17.12.1999.с последующими изменениями и дополнениями.
3. Гражданский кодекс РФ.
4. Административный кодекс РФ.

Периодические издания

1. Новости рекламы.
2. Маркетинг и маркетинговые исследования.
3. Практика рекламы.
4. Рекламодатель: Теория и практика.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</i>		
<ul style="list-style-type: none"> – методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков; – требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации; - стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции; - применять рекламную терминологию; -характеризовать основные виды и функции рекламы; - классифицировать рекламную деятельность; - объяснять характеристики рекламной деятельности и средств рекламы; - применять классификацию рекламных средств; - устанавливать идентификационные признаки и характеристику средств рекламы различных типов и видов; - объяснять структуру процесса воздействия и восприятия рекламы; - применять рекламные средства по назначению; - объяснять целесообразность выбранного рекламного мероприятия для конкретного торгового предприятия; - характеризовать интерьер магазина как средство рекламы; - определять виды рекламных мероприятий; - характеризовать составные элементы процесса организации и проведения рекламных мероприятий 	<p>Правильно подбирает информацию из массива больших данных.</p> <p>Правильно заполняет рабочую документацию в соответствии с предъявляемыми требованиями.</p> <p>Обеспечивает организацию и реализацию технологических процессов в офлайн и онлайн торговле.</p> <p>Формирует информацию о дополнительных услугах торговых организаций.</p> <p>Выбирает способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.</p> <p>Использует современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.</p> <p>Осуществляет устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.</p> <p>Содействует сохранению окружающей среды, ресурсосбережению.</p> <p>Пользуется профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.</p> <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях.</p> <p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в</p>

		устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе. Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях; – при проведении дифференцированного зачета.
<i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</i>		
<ul style="list-style-type: none"> – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию; – анализировать внешнюю конкурентную среду; – создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; - обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; - разработка макетов рекламных средств и использование их по назначению; - планировать и организовывать рекламные мероприятия на торговом предприятии; - определять экономическую эффективность проведенного рекламного мероприятия 	<p>Составляет документы, деловые письма, коммерческие предложения;</p> <p>Устанавливает хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта;</p> <p>Формирует информацию о продажах и передает ее в ЕГАИС;</p> <p>Использует современные технические средства, специализированные программные продукты, технологии больших данных, сквозные цифровые технологии, интернет-вещей в организации и осуществлении торговых операций;</p> <p>Применяет цифровые технологии в процессе кодирования товара;</p> <p>Контролирует оптимальные условия хранения товаров;</p> <p>Предлагает мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров;</p> <p>Выбирает способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p> <p>Использует современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>Осуществляет устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p>	<p>Устный/письменный опрос. Тестирование.</p> <p>Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.</p> <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях.</p> <p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в</p>

	<p>Содействует сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;</p> <p>Пользуется профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p>	<p>устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях; – при проведении дифференцированного зачета.
--	---	---