



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»**

---

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ОП.06. Веб-райтинг и интернет-маркетинг**

*для специальности 42.02.01 Реклама*

*базовая подготовка*

Якутск, 2023

СОГЛАСОВАНО  
на заседании Педагогического совета  
Протокол № 1 от « 28 » июня 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО СПО «Цифровой  
колледж «Синергия»  
\_\_\_\_\_ С.Н.Семенов  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.06. Веб-райтинг и интернет-маркетинг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама*, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 г. № 510

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:  
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины	4
2. Структура и содержание дисциплины	6
3. Условия реализации рабочей программы дисциплины	13
4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины	15

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.06. ВЕБ-РАЙТИНГ И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.06. Веб-райтинг и интернет-маркетинг является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 *Реклама базовой подготовки*, входящей в состав укрупненной группы специальностей 42.00.00 *Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

## 1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.06. Веб-райтинг и интернет-маркетинг является общепрофессиональной дисциплиной профессионального учебного цикла из часов вариативной части.

## 1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен уметь:**

У<sub>1</sub> - классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы;

У<sub>2</sub> - моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании;

**знать:**

З<sub>1</sub> - технологии работы с рекламной информацией;

З<sub>2</sub> – особенности рекламных текстов;

З<sub>3</sub> – элементы психологического воздействия рекламных текстов;

З<sub>4</sub> – структуру копирайтинга как профессиональной деятельности;

С целью овладения **общими компетенциями (ОК):**

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 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать *экологической*, информационной и коммуникативной культурой, *базовыми умениями общения на иностранном языке*<sup>1</sup>.

**и профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

#### **1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:**

максимальная учебная нагрузка обучающегося – 189 часов, в том числе  
в форме практической подготовки – 62 часа

включает:

обязательная аудиторная учебная нагрузка – 126 часов, в том числе

практические занятия – 62 часа;

самостоятельная работа обучающегося – 63 часа

Обязательная часть рабочей программы составляет – 00 часов,  
вариативная часть – 126 часов.

---

<sup>1</sup> Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>189</b>
<i>в том числе:</i>	
в форме практической подготовки	62
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>126</b>
<i>в том числе:</i>	
практические занятия	62
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>63</b>

### 2.2. Формы промежуточной аттестации

2 семестр – экзамен

## 2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП.06. Веб-райтинг и интернет-маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции	
<b>Раздел 1. Контент-менеджмент</b>		<b>93</b>	<b>38</b>		
Тема 1.1. Веб-райтинг	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>21</i>			
	1	Контент-менеджер – профессия будущего. Обязанности контент-менеджера	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
	2	Веб-райтинг, копирайтинг. Жанры веб-журналистики. Пресс-релизы, статьи, комментарии. Правила написания текстов для веб-сайтов.	2		
	3	Программы и сервисы в помощь контент-менеджеру. Правописание. MS Word. Подсчёт символов в документе. Проверка уникальности текстов. Семантический анализ текста	2		
	<b>Практические занятия</b>		<b>10</b>	10	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
	4	<b>Практическое занятие № 1.</b> Конверсия. Расчёт конверсии.			
	5	<b>Практическое занятие № 2.</b> Выбрать в Интернете любой блог и написать комментарий (пост) к авторскому тексту			
	6-7	<b>Практическое занятие № 3.</b> Составление описания товара для интернет-магазина.			
	8	<b>Практическое занятие № 4.</b> Оформление негативного отзыва и ответа от лица сайта-продавца			
	9	Учимся писать продающие тексты. Нюансы написания продающего текста. Распространенная ошибка копирайтеров. Схемы написания продающих текстов	2		
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	4	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
	10	<b>Практическое занятие № 5.</b> Составление пропадающего текста			
11	<b>Практическое занятие № 6.</b> Составление продающего текста, рекламирующего ваши услуги как профессионального контент-менеджера, готового заниматься наполнением сайтов «под ключ»				
12	Обработка графики для сайтов. Графический контент в текстах для	2		ОК 1, ОК 9,	

	сайта. Графический контент для интернет-магазинов. Графический контент для продающих текстов.			ОК 11, ПК 1.4
<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>	6	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
13-15	<b>Практическое занятие № 7.</b> Создать публичную страницу и наполнить контентом. Тематика любая или воспользуйтесь популярными темами: рецепты, спорт, туризм, юмор, психология, игры.			
16	Фотохостинг. Программы и сервисы для обработки графических изображений. Программы для создания скриншотов.	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
<b>Практические занятия</b>		<b>10</b>	10	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
17	<b>Практическое занятие № 8.</b> Обработка растрового изображения для сайта в программе Adobe Photoshop			
17-20	<b>Практическое занятие № 9.</b> Программы и сервисы для обработки графических изображений			
21-22	CMS. Платные и бесплатные CMS. Хостинг. Доменное имя сайта. URL сайт.	4		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
23-24	SEO-оптимизация контента. SEO и поисковые системы. SEO оптимизация контента	4		
25	Управление сообществами ВКонтакте. Создание и оформление сообществ	2		
<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>		
26-27	<b>Практическое занятие № 10.</b> Создание открытой/закрытой группы ВКонтакте/Одноклассниках		4	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
28	Ведение e-mail рассылок. Платформа для рассылок.	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>	2	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
29	<b>Практическое занятие № 11.</b> Составление e-mail рассылок (по заданию)			
30	Рейтинг и реферирование текста. Общее и различие. Плагиат	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>		ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
31	<b>Практическое занятие № 12.</b> Рейтинг и плагиат			
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>31</b>		ОК 1 – ОК 5, ОК 11, ПК 1.4
Написать статью «Удалённый контент-менеджер – кто это?» Устно изложите свои мысли по теме.				



	Написать продающий текст для сайта по схеме «Положительная мотивация»/ «От возражений потенциального потребителя»/ «Отрицательная мотивация» Написать продающий текст (любой) Найти информацию об объекте рекламы в Интернете Определить целевую аудиторию и написать продающий текст на тему спортивного инвентаря.			
<b>Раздел 2. Организация командной работы по продвижению продукта в сети Интернет</b>		<b>27</b>	<b>4</b>	
Тема 2.1 Интернет-маркетинг в современных условиях	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>18</i>		
	1 Понятие комплекса маркетинга продукта. Понятие Интернет-маркетинга. Цели, задачи и основные подходы Интернет-маркетинга. Принципы и методы Интернет-маркетинга. Специфика мероприятий Интернет-маркетинга в России	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
	2 Персонализация компании в маркетинге. Методы рекламы в сети Интернет. Правила подбора слов, составления текстов объявлений, выбора целевых страниц, показа объявлений с точки зрения психологии восприятия потребителем.	2		
	3 Эффективность контекстной рекламной кампании			
	4 Удалённая работа. Основы законодательства	2		
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>	2	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
	5-6 <b>Практическое занятие № 13.</b> Организация и расчет эффективности контекстной рекламной кампании			
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>6</b>		ОК 1 – ОК 5, ОК 11, ПК 1.4
Описание специфики мероприятий Интернет-маркетинга в России				
Тема 2.2. Командообразование	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>9</i>		
1 Принципы и методы организации труда в команде. Методы контроля и управления командой на рабочем месте.	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4	
2 Принципы и методы организации труда в команде. Оценка профессиональных навыков и умений участников команды				
<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>			

	3	<b>Практическое занятие № 14.</b> Организация выполнения совместного задания в действующем коллективе		2	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>3</b>		ОК 1 – ОК 5, ОК 11, ПК 1.4
	Составить ролевую характеристику действующего коллектива				
<b>Раздел 3. Выполнение комплекса работ по продвижению продукта в сети Интернет</b>			<b>69</b>	<b>20</b>	
Тема 3.1. Размещение контекстно - медийных объявлений в системах Интернет - рекламы	<i>Содержание учебного материала</i>		<i>15</i>		
	1	Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
	2	Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе интернет-рекламы	2		
	3	Размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе интернет-рекламы	2		
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	4	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
	4-5	<b>Практическое занятие № 15.</b> Составление сравнительной оценки места размещения рекламных объявлений (на 4 примере 5-6 маркетинговых сайтов)			
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>5</b>		ОК 1 – ОК 5, ОК 11, ПК 1.4
	Составление формулировки основных правила продвижения контекстно-медийных 3 рекламных объявлений на примере нескольких интернет-магазинов				
Тема 3.2. Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно - медийной системы	<i>Содержание учебного материала</i>		<i>15</i>		
	1	Оценка стоимости перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на сайты конкурентов	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
	2	Сравнение текущей стоимости перехода на рекламируемый сайт с планируемой	2		
	3	Изменение стоимости перехода на рекламируемый сайт с рекламной площадки контекстно-медийной системы	2		
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	4	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
	4-5	<b>Практическое занятие № 16.</b> Расчет примерной стоимости перехода			

		пользователя с одной площадки на другую			
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>5</b>		ОК 1 – ОК 5, ОК 11, ПК 1.4
		Проведение сравнительного анализа стоимости перехода на 3-4 рекламируемых 3 сайта.			
Тема 3.3. Подбор социально - медийных площадок для продвижения		<i>Содержание учебного материала</i>	12		
	1	Составление списка социально-медийных площадок	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
	2	Оценка соответствия тематики продвигаемого ресурса и социально-медийной площадки	2		
		<b>Практические занятия</b>	4		ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
	3-4	<b>Практическое занятие № 17.</b> Составление списка социально-медийных площадок для продвижения и анализ соответствия тематики продвигаемого ресурса и социально-медийной площадки			
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	4	4	ОК 1 – ОК 5, ОК 11, ПК 1.4
		Составление отчета об условиях размещения информации на подобранных социально-медийных площадках			
Тема 3.4. Управление коммуникациями в социальных Интернет - медиа		<i>Содержание учебного материала</i>	15		
	1	Регистрация и оформление сообществ в социальных сетях	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
	2	Размещение информационных сообщений в социальных интернет-медиа	2		
	3	Реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа	2		
		<b>Практические занятия</b>	4	4	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ПК 1.4
	4-5	<b>Практическое занятие № 18.</b> Анализ возможности размещения информационных сообщений в социальных интернет-медиа (на примере нескольких социальных сетей)			
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	5		ОК 1 – ОК 5, ОК 11, ПК 1.4	
		Анкетирование и анализ полученных результатов по продвижению конкретной рекламной продукции, исследуя комментарии и вопросы участников сообществ			
Тема 3.5. Размещение рекламных объявлений в социальных интернет		<i>Содержание учебного материала</i>	12		
	1	Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании	2		ОК 1, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4
	2	Размещение текстовых рекламных объявлений в интернет-медиа	2		
		<b>Практические занятия</b>	4		ОК 2, ОК 3,

-медиа	3-4	<b>Практическое занятие № 19.</b> Оценка правильности мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений для конкретной рекламной кампании на примере одного из Интернет -магазинов		4	ОК 6, ПК 1.4
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>4</b>		ОК 1 – ОК 5, ОК 11, ПК 1.4
	Учет и анализ результатов размещения текстовых и медийных рекламных объявлений б в нескольких социальных интернет-медиа				
		<b>ВСЕГО:</b>	<b>189</b>	<b>62</b>	
		<b>Экзамен</b>			

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение**

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

*Оборудование лаборатории:*

- посадочные места по количеству обучающихся;
- персональные компьютеры для обучающихся;
- проектор, экран;
- маркерная доска;
- рабочее место преподавателя – АРМ преподавателя;
- принтер.

#### **3.2. Учебно-методическое обеспечение**

По дисциплине ОП.06. Веб-райтинг и интернет-маркетинг разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- фонд оценочных средств;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

#### **3.3. Информационное обеспечение обучения**

**Учебная литература:**

Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520553> (дата обращения: 29.06.2023).

**Дополнительная литература:**

1. Копирайтинг: учебное пособие / Авт.- сост. Костюк Е.Б. - СПб.: СПб ГТУРП, 2015. - 95 с. - Режим доступа: <http://www.nizrp.narod.rU/metod/kpromdes/9.pdf>

2. Нархов Д. Ю. Реклама: управленческий аспект: учебное пособие / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова; науч. ред. И. Б. Серова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал, федер. ун-т. - Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2015. -

264 с. - Режим доступа: [http://elar.urfu.ru/bitstream/1\\_0995/31740/1/978-5-7996-1434-8.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/1_0995/31740/1/978-5-7996-1434-8.pdf)

3. Рекламная деятельность: практикум / сост. Т. В. Евстигнеева. - Ульяновск: УЛГТУ, 2016. - 157 с. - Режим доступа: <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2016/210.pdf>

4. Скворцова А. Н. Рекламная деятельность в торговле: учебное пособие / А.Н. Скворцова, Е.В. Логинова, Д.В. Чернова. - Самара: Изд-во Самар, гос. экон. ун-та, 2018. - 284 с.

5. Стрельцова, М.В., Поцелуева О.Н. Как написать научную статью: методические рекомендации по обобщению педагогического опыта и представлению результатов научных исследований — п. Рассвет: Изд-во АДЕККК, 2015. — 31 с. - Режим доступа: [https://adekkk.mil.ru/upload/sitel5/document\\_file/strelcova\\_mvpoceleuevaonnapisatnauchnuju st.pdf](https://adekkk.mil.ru/upload/sitel5/document_file/strelcova_mvpoceleuevaonnapisatnauchnuju st.pdf)

#### **Периодические издания:**

1. Былкова С. В. Тексты коммерческой рекламы: лингвистические приёмы эффективного воздействия / С. В. Былкова, Ю. Н. Носова // Молодой ученый. — № 28.1 (132.1). — 2016. — С. 3-6. — Режим доступа: <https://moluch.conf/law/archive/132/36774>

2. Демченко С. В. Фриланс как форма самостоятельной занятости / С. В. Демченко // Актуальные проблемы права: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 184-186. — Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/law/archive/179/9047>

3. Питимирова Н. Е. Особенности текста научного стиля / Н. Е. Питимирова // Молодой ученый. — № 7 (87). — 2015. — С. 987-989. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/87/16950>

4. Сохова И. Б. Рекламный заголовок и его функции / И. Б. Сохова // Молодой ученый. — № 52 (238). — 2018. — С. 178-179. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/238/55281>

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Информационный блог «Копирайтеры». - Режим доступа: <https://kopiraitery.ru>

2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

3. Научная электронная библиотека «eLIBRARY». - Режим доступа: <https://elibrary.ru>

4. Научный журнал «Молодой ученый». - Режим доступа: <https://moluch.ru>

## 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также по результатам дифференцированного зачета.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется в двух основных направлениях:

- оценка уровня освоения дисциплин;
- оценка компетенций обучающихся.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения	
	Текущий контроль	Промежуточная аттестация
<b>уметь:</b>		
У <sub>1</sub> - классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка выполнения самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
У <sub>2</sub> - моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании		
<b>знать:</b>		
З <sub>1</sub> - технологии работы с рекламной информацией;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося в беседе; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
З <sub>2</sub> – особенности рекламных текстов;		
З <sub>3</sub> – элементы психологического воздействия рекламных текстов;		
З <sub>4</sub> – структуру копирайтинга как профессиональной деятельности;		

Оценка *общих компетенций (ОК)*:

Результат (общие компетенции)	Основные показатели
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- систематическая и качественная подготовка к учебным занятиям - участие в олимпиадах, конкурсах, конференциях
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения	- вовремя и в срок сдает выполненные задания - отсутствуют пропуски занятий по неуважительной причине - не опаздывает (вовремя приходит на занятия) - аккуратно ведет записи в тетрадях

<p>профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям</li> <li>- умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий</li> <li>- рабочее место всегда аккуратно и соответствует требованиям</li> </ul>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок</li> <li>- ответственно выполняет разовые/ постоянные поручения в группе</li> <li>- может спрогнозировать результат</li> <li>- умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их</li> </ul>
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умеет передавать информацию другому человеку</li> <li>- способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах</li> <li>- способен оценить уровень своих знаний по дисциплине</li> </ul>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях</li> <li>- извлекает информацию с электронных носителей</li> <li>- использует средства ИТ для обработки и хранения информации</li> <li>- представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения</li> <li>- умеет создавать презентации, оформлять печатные работы</li> </ul>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливает позитивный стиль общения</li> <li>- выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией</li> <li>- признает чужое мнение</li> <li>- при необходимости отстаивает собственное мнение</li> <li>- принимает критику</li> <li>- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами</li> <li>- соблюдает официальный стиль при оформлении документов</li> <li>- составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями</li> <li>- оформляет документы в соответствии с нормативными актами</li> <li>- выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя</li> <li>- способен к эмпатии</li> <li>- организует коллективное обсуждение рабочей ситуации</li> </ul>
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- читает профессиональную литературу</li> <li>- выполняет, готовит выступления, рефераты по профессиональной тематике</li> </ul>
<p>ОК 11. Владеть экологической,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умеет искать необходимую информацию;</li> <li>- обладает умениями культуры общения;</li> </ul>



информационной и коммуникативной культурой, <i>базовыми умениями общения на иностранном языке</i> <sup>2</sup>	
--	--

*Оценка профессиональных компетенций (ПК)* происходит через освоенные знания и умения.

Критерии и методы оценки освоения дисциплины отражены в фонде оценочных средств.

---

<sup>2</sup> Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

