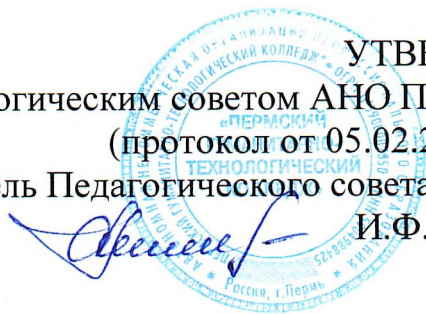


**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)**

УТВЕРЖДЕНА
Педагогическим советом АНО ПО «ПГТК»
(протокол от 05.02.2026 № 01)
Председатель Педагогического совета, директор
И.Ф. Никитина



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА**

**МДК 02.02 Интегрированные коммуникации конгрессного
мероприятия**

для специальности

38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность
(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

Специалист конгрессно-выставочной деятельности

Форма обучения

Очная

Пермь 2026

Рабочая программа междисциплинарного курса МДК 02.02
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ КОНГРЕССНОГО
МЕРОПРИЯТИЯ составлена в соответствии с требованиями Федерального
государственного образовательного стандарта среднего профессионального
образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность
(утвержден приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 30
июня 2025 г. N 503).

Программа предназначена для студентов и преподавателей АНО ПО
«ПГТК».

Автор – составитель: Семенова А.В., старший преподаватель.

Рабочая программа междисциплинарного курса рассмотрена и одобрена на
заседании кафедры общеобразовательных, гуманитарных и социально-
экономических дисциплин, протокол, № 01 от 04.02.2026.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА.....	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ....	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

1.1 Область применения программы

Рабочая программа междисциплинарного курса МДК.01.01 Технологии и организация выставочно-ярмарочной деятельности является обязательной частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность. Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

1.2 Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Учебная дисциплина МДК.02.02 Интегрированные коммуникации конгрессного мероприятия входит в состав профессионального модуля ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия

1.3 Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности, применять современную научную профессиональную терминологию, определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования, выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи, определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять источники финансирования, презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности, определять источники достоверной правовой	содержание актуальной нормативно-правовой документации, современная научная и профессиональная терминология, возможные траектории профессионального развития и самообразования, основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности, правила разработки презентации, основные этапы разработки и реализации проекта	

	информации, составлять различные правовые документы, находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать, оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта		
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности	-
ПК 2.1.	пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации, определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий, применять методы и способы эффективной деловой коммуникации (в том числе с использованием современных средств связи) с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника, определять актуальные темы и разрабатывать информационные материалы о конгрессных мероприятиях	нормативные правовые акты в сфере организации и проведения публичных мероприятий и в сфере персональных данных, основы менеджмента конгрессных мероприятий, основные виды маркетинговых коммуникаций, методы разработки рекламных и информационных текстов, основы психологии и этики делового общения и межкультурной коммуникации, современные тенденции в сфере организации коммуникаций на конгрессных мероприятиях	поиск источников информации для подготовки и проверки информации о конгрессных мероприятиях, подготовка информации и иллюстративного материала для включения в презентационные и маркетинговые материалы конгрессных мероприятий, подготовка текстов и иллюстративных материалов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», формирование комплекта информационных материалов по эффективному участию в конгрессных мероприятиях для предоставления участникам конгрессных мероприятий по запросу и для размещения на сайте конгресса или конгрессной организации для быстрого доступа участников, информирование руководства о

			соглашениях с участниками конгрессного мероприятия, об их участии в общих маркетинговых мероприятиях и о ходе реализации проекта конгрессного мероприятия для своевременного включения в маркетинговые материалы конгрессного мероприятия
ПК 2.2.	пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации, определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий, планировать и применять тактику проведения переговоров с потенциальными участниками конгрессных мероприятий с целью привлечения их участия в деловой и дополнительной программах мероприятия, применять методы и способы деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника, в том числе с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары)	нормативные правовые акты в сфере организации и проведения публичных мероприятий, основы менеджмента конгрессных мероприятий и смежных направлений деятельности, основные виды маркетинговых коммуникаций, основы психологии и этики делового общения и межкультурной коммуникации, а также теории межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, иностранный язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере конгрессной деятельности, история индустрии встреч, технологии организации эффективного участия в конгрессных мероприятиях	подготовка и рассылка информационных писем и приглашений потенциальным организаторам или инициаторам и участникам конгрессных мероприятий, ведение, обновление клиентской базы данных потенциальных участников конгрессных мероприятий, подрядных организаций, партнерских организаций, спонсоров, поиск отраслевых экспертов, спикеров и модераторов в соответствии со структурой деловой программы, подготовка презентаций конгрессных мероприятий для потенциальных участников с целью их привлечения к участию, прием, проверка и архивирование необходимых заявочных документов от каждой организации, подавшей заявку об участии в конгрессных мероприятиях, консультирование потенциальных участников о конгрессных мероприятиях, мероприятиях деловой и дополнительной программы конгресса в соответствии с их интересами и запросами, проведение переговоров,

			оформление документов на оплату участником конгрессных мероприятий заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания услуг в соответствии с заявочной документацией
ПК 2.3.	<p>продвигать деловые мероприятия разных типов и продавать билеты</p> <p>составлять программу мероприятия и повестку дня</p> <p>собирать обратную связь после мероприятия</p> <p>зарабатывать на конференции или другом деловом мероприятии</p>	<p>форматы деловых мероприятий</p> <p>критерии отбора спикеров</p> <p>деловой программы</p> <p>выбор площадки и оборудования для конференции или другого делового мероприятия</p> <p>организация питания для участников деловой программы</p> <p>методика расчёта бюджета с учетом особенностей делового мероприятия</p> <p>виды продвижения деловых мероприятий</p> <p>разных типов</p>	<p>организация удобства гостей деловой программы</p> <p>расчёт бюджета деловой программы с учетом особенностей делового мероприятия</p> <p>продвижение деловых мероприятия разных типов</p> <p>и продажа билетов</p> <p>проведение оценки и сбор обратной связи деловой программы</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы	72
в том числе:	
теоретическое обучение	26
практические занятия (в форме практической подготовки)	28
самостоятельная работа	14
промежуточная аттестация в форме экзамена	4

2.2. Тематический план и содержание междисциплинарного курса

Наименование разделов и тем междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Осваиваемые компетенции
МДК 02.02 Интегрированные коммуникации конгрессного мероприятия			
Тема 1. Коммуникации конгрессного мероприятия: понятие, цели, виды, формы, интегрированные маркетинговые коммуникации.	Содержание: Понятие коммуникации конгрессного мероприятия. Типы коммуникации конгрессного мероприятия: по масштабности, по способу установления контакта, по инициативности коммуникаторов, по степени организованности, от направления потока информации, от использованных знаковых систем. Формы коммуникации конгрессного мероприятия (диалог, беседа, переговоры, пресс-конференция, брифинг, презентация, телефонные переговоры, интернет и пр). Основные понятия маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия, сущность ИМК конгрессного мероприятия. Этапы разработки комплекса маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Модели ИМК конгрессного мероприятия. Предпосылки формирования, основные понятия и принципы концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Основные факторы формирования оптимальной структуры системы маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Виды продвижения деловых мероприятий разных типов	7	ОК 04, ОК 03, ПК 2.1-ПК 2.3
	В том числе практические занятия (в форме практической подготовки): Коммуникации конгрессного мероприятия\деловой программы: понятие, цели, виды, формы и модели коммуникации.	8	
Тема 2. Реклама как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия	Содержание: Коммуникационные характеристики рекламы. Классификация рекламы как элемента маркетинговых коммуникаций. Этапы рекламной кампании, коммуникационные характеристики рекламы. Классификация рекламы как элемента системы маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Этапы рекламной кампании конгрессного мероприятия \деловой программы	8	ОК 04, ОК 03, ПК 2.1-ПК 2.3
	В том числе практические занятия (в форме практической подготовки) Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия\деловой программы	7	

Наименование разделов и тем междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Осваиваемые компетенции
	конгрессного мероприятия.		
Тема 3. Паблик рилейшнз как как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия	Содержание Понятие и направления практической реализации паблик рилейшнз конгрессного мероприятия. Черты паблик рилейшнз конгрессного мероприятия \деловой программы. Средства и приемы паблик рилейшнз. Порядок проведения PR-кампании конгрессного мероприятия\деловой программы.	7	ОК 04, ОК 03, ПК 2.1-ПК 2.3
	В том числе практические занятия (в форме практической подготовки): Паблик рилейшнз как как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия\деловой программы.	6	ОК 04, ОК 03, ПК 2.1-ПК 2.3
Тема 4. Спонсорство и product placement как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия	Содержание Понятие и коммуникационные характеристики спонсорства. Основные задачи спонсорства конгрессного мероприятия. Возможности спонсорства деловой программы	7	ОК 04, ОК 03, ПК 2.1-ПК 2.3
	В том числе практические занятия (в форме практической подготовки): Спонсорство и product placement как коммуникативные технологии конгрессного мероприятия /деловой программы.	8	
Тема 5. Директ-маркетинг как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия	Содержание Понятие и цели директ-маркетинга. Формы прямого маркетинга (личная продажа, каталог маркетинг, телефон-маркетинг, телемаркетинг прямого отклика, интернет-маркетинг). Порядок проведения директ-маркетинговой кампании конгрессного мероприятия	6	ОК 04, ОК 03, ПК 2.1-ПК 2.3
	В том числе практические занятия (в форме практической подготовки): Директ-маркетинг как средство интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия\деловой программы	7	
Тема 6 Сейлз промоушн как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия	Содержание Понятие, субъекты и типы сейлз промоушн. Приемы и средства сейлз промоушн конгрессного мероприятия. Порядок проведения сейлз промоушн конгрессного мероприятия.	7	ОК 04, ОК 03, ПК 2.1-ПК 2.3
	В том числе практические занятия (в форме практической подготовки): Сейлз промоушн как средство интегрированных маркетинговых	8	

Наименование разделов и тем междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Осваиваемые компетенции
	коммуникаций конгрессного мероприятия\деловой программы		
Тема 7 Брейдинг как как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия	Содержание Понятие и характеристики бренда. Понятие брендинга и его цели. Основные элементы фирменного стиля. Разработка и регистрация товарного знака. Понятие и характеристика имиджа. Сущность имиджа организации и корпоративного имиджа. Характеристика корпоративного имиджа: черты, функции.		
	В том числе практические занятия (в форме практической подготовки): Брейдинг как эффективная маркетинговая технология конгрессного мероприятия Сущность имиджа. Корпоративный имидж конгрессного мероприятия		
Тема 8 Нетрадиционные средства интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия	Содержание Сущность «партизанского маркетинга». Принципы партизанского маркетинга. Характеристика инструментов партизанского маркетинга. Различия традиционного и партизанского маркетинга. Методики партизанского маркетинга. Характеристика эмбиент медиа. Сущность эмбуш маркетинг. Характеристика вирусного маркетинга. Сущность продакт плейсмент. Характеристика лайф плейсменту. Характеристика флеш моб. Перспективы использования и развития партизанского маркетинга.		
	В том числе практические занятия (в форме практической подготовки): Нетрадиционные средства интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия\деловой программы		
промежуточная аттестация в форме экзамена		4	ОК 04, ОК 03, ПК 2.1-ПК 2.3

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное
1.	рабочие места по количеству обучающихся	Мебель	основное
2.	рабочее место преподавателя	Мебель	основное
3.	персональный компьютер с программным обеспечением	Мебель	основное
4.	мультимедийный проектор	Оборудование	специализированное
5.	мультимедийный экран	Оборудование	специализированное
6.	наглядные пособия	ТС	специализированное

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

Основные источники:

Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / А. В. Коротков. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 303 с. — ISBN 5-238-00810-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141811.html>

Дополнительная литература:

1. Андреева, Я. А. История выставочной деятельности : учебное пособие для СПО / Я. А. Андреева, Н. Г. Жигалова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2024. — 95 с. — ISBN 978-5-7937-2620-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145029.html>
2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2006 года №230-ФЗ Четвертая часть
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (действующая редакция);
4. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) "О защите прав потребителей"

5. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)
- 6.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Код и наименование профессиональных формируемых в рамках МДК	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 2.1 Осуществлять подготовку конгрессного мероприятия и его информационную поддержку	<p>УМЕЕТ: пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации, определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий, применять методы и способы эффективной деловой коммуникации (в том числе с использованием современных средств связи) с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника, определять актуальные темы и разрабатывать информационные материалы о конгрессных мероприятиях</p> <p>ЗНАЕТ: нормативные правовые акты в сфере организации и проведения публичных мероприятий и в сфере персональных данных, основы менеджмента конгрессных мероприятий, основные виды маркетинговых коммуникаций, методы разработки рекламных и информационных текстов, основы психологии и этики делового общения и межкультурной коммуникации, современные тенденции в сфере организации коммуникаций на конгрессных мероприятиях</p> <p>ВЛАДЕЕТ НАВЫКАМИ: поиск источников информации для подготовки и проверки информации о конгрессных мероприятиях, подготовка информации и иллюстративного материала для включения в презентационные и маркетинговые материалы конгрессных мероприятиях,</p>	<p>Текущий контроль: индивидуальный и фронтальный опрос в ходе аудиторных занятий; оценка выполнения практических и индивидуальных заданий.</p> <p>Наблюдение за выполнением практического задания.</p> <p>Оценка выполнения практического задания.</p> <p>Экзамен</p>

	<p>подготовка текстов и иллюстративных материалов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,</p> <p>формирование комплекта информационных материалов по эффективному участию в конгрессных мероприятиях для предоставления участникам конгрессных мероприятий по запросу и для размещения на сайте конгресса или конгрессной организации для быстрого доступа участников,</p> <p>информирование руководства о соглашениях с участниками конгрессного мероприятия, об их участии в общих маркетинговых мероприятиях и о ходе реализации проекта конгрессного мероприятия для своевременного включения в маркетинговые материалы конгрессного мероприятия</p>	
<p>ПК 2.2. Сопровождать работу офиса организатора конгрессного мероприятия при подготовке к проведению конгрессного мероприятия.</p>	<p>УМЕЕТ:</p> <p>пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации,</p> <p>определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий,</p> <p>планировать и применять тактику проведения переговоров с потенциальными участниками конгрессных мероприятий с целью привлечения их участия в деловой и дополнительной программах мероприятия,</p> <p>применять методы и способы деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника, в том числе с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары)</p> <p>ЗНАЕТ:</p> <p>нормативные правовые акты в сфере организации и проведения публичных мероприятий,</p> <p>основы менеджмента конгрессных мероприятий и смежных направлений деятельности,</p> <p>основные виды маркетинговых коммуникаций,</p> <p>основы психологии и этики делового</p>	

	<p>общения и межкультурной коммуникации, а также теории межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, иностранный язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере конгрессной деятельности,</p> <p>история индустрии встреч,</p> <p>технологии организации эффективного участия в конгрессных мероприятиях</p> <p>ВЛАДЕЕТ НАВЫКАМИ:</p> <p>подготовка и рассылка информационных писем и приглашений потенциальным организаторам или инициаторам и участникам конгрессных мероприятий, ведение, обновление клиентской базы данных потенциальных участников конгрессных мероприятий, подрядных организаций, партнерских организаций, спонсоров,</p> <p>поиск отраслевых экспертов, спикеров и модераторов в соответствии со структурой деловой программы,</p> <p>подготовка презентаций конгрессных мероприятий для потенциальных участников с целью их привлечения к участию,</p> <p>прием, проверка и архивирование необходимых заявочных документов от каждой организации, подавшей заявку об участии в конгрессных мероприятиях, консультирование потенциальных участников о конгрессных мероприятиях, мероприятиях деловой и дополнительной программы конгресса в соответствии с их интересами и запросами, проведение переговоров,</p> <p>оформление документов на оплату участником конгрессных мероприятий заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания услуг в соответствии с заявочной документацией</p>	
<p>ПК 2.3. Планировать и организовать мероприятия деловой программы.</p>	<p>УМЕЕТ:</p> <p>продвигать деловые мероприятия разных типов и продавать билеты</p> <p>составлять программу мероприятия и повестку дня</p> <p>собирать обратную связь после мероприятия</p> <p>зарабатывать на конференции или другом деловом мероприятии</p> <p>ЗНАЕТ:</p> <p>форматы деловых мероприятий</p> <p>критерии отбора спикеров деловой программы</p> <p>выбор площадки и оборудования для конференции или другого делового</p>	

	<p>мероприятия организация питания для участников деловой программы методика расчёта бюджета с учетом особенностей делового мероприятия виды продвижения деловых мероприятий разных типов</p> <p>ВЛАДЕЕТ НАВЫКАМИ: организация удобства гостей деловой программы расчёт бюджета деловой программы с учетом особенностей делового мероприятия продвижение деловых мероприятия разных типов и продажа билетов проведение оценки и сбор обратной связи деловой программы</p>	
<p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p>	<p>УМЕЕТ: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности, применять современную научную профессиональную терминологию, определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования, выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи, определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять источники финансирования, презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности, определять источники достоверной правовой информации, составлять различные правовые документы, находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать, оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта</p> <p>ЗНАЕТ: содержание актуальной нормативно-правовой документации, современная научная и профессиональная терминология, возможные траектории профессионального развития и самообразования, основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности, правила разработки презентации, основные этапы разработки и реализации проекта</p>	

<p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>	<p>УМЕЕТ: организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности ЗНАЕТ: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p>	
--	--	--

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры, подпись зав.кафедрой
1	2	3
1		
2		
3		
4		