

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Уральский филиал Финуниверситета

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор

ООО «ФИУКИ»



И.М. Сайтгалина

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Уральского филиала
Финуниверситета



И.А. Кравченко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического
планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и
мероприятий**

по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Угрюмова Наталья Викторовна, к.э.н., преподаватель

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и рекомендована на заседании предметно-цикловой комиссии профессиональных дисциплин.

Протокол от «27» января 2026 г. № 6.

Председатель
предметно-цикловой комиссии
профессиональных дисциплин

Н.В. Угрюмова

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

1.1.Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – рабочая программа) является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции.

1.2.Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студентами в ходе освоения профессионального модуля должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – планирования системы маркетинговых коммуникаций; – разработки стратегии маркетинговых коммуникаций; – расчёта ключевых показателей эффективности; – работы в цифровых каналах.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> - определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании; - определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании; - определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании; - уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиаплан рекламной/коммуникационной кампании; - составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний; - пользоваться профессиональным глоссарием.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> - систему маркетинговых коммуникаций; - инструменты маркетинговых коммуникаций; - методику стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний; - виды стратегий: бизнес-стратегию, маркетинговую стратегию, коммуникационную стратегию, медиа стратегию; - способы и приемы коммуникации с заказчиком в процессе брифования; - систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - логику и структуру плана активации коммуникационной стратегии; - логику и структуру медиаплана; - методы и способы поиска рекламной идеи; - методы и способы бюджетирования, и способы оценки эффективности рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - профессиональный глоссарий.

1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего – 316 часов, из них
 самостоятельная работа – 20 часов;
 на освоение МДК – 134 часа;
 учебная практика – 36 часов;
 производственная практика (по профилю специальности) – 108 часов;
 экзамен по модулю – 18 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности в области проведения исследований для создания и реализации рекламного продукта, том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Перечень общих компетенций

Код	Наименование 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 правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.1	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план и содержание профессионального модуля

Коды профессиональн ых общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всег о	В том числе					
Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельна я работа	Промежуточная аттестация		Учебная	Производст венная				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК01-ОК05, ОК07,ОК09, ПК 2.1, ПК 2.2	МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	54	20	54	20	20				
ОК01-ОК05, ОК07,ОК09, ПК 2.1, ПК 2.2	МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	100	60	80	60		20			
ОК01-ОК05, ОК07,ОК09, ПК 2.1, ПК 2.2	Учебная практика, часов	36							36	
ОК01-ОК05, ОК07,ОК09, ПК 2.1, ПК 2.2	Производственная практика (по профилю специальности), часов	108								108
ОК01-ОК05, ОК07,ОК09, ПК 2.1, ПК 2.2	Экзамен по модулю	18						18		
	Всего:	316	80	134	80	20	20	18	36	108

3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		54/20
Введение в курс		2
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание	4
	1. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика.	
	2. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика.	
	3. Коммуникационная стратегия кампании.	
	4. Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия.	2
	Практическое занятие. Создание коммуникационной стратегии предприятия.	2
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 1)	Содержание	4
	1. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании.	
	2. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании.	
	3. Создание портрета целевой аудитории.	
	4. Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории.	
	5. Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 1).	6

Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)	Содержание	4
	1. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message).	
	2. Основные способы поиска рекламной идеи.	
	3. Обоснование и выбор каналов коммуникации.	
	4. Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании.	
	5. Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов ее мониторинга.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10
	Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 2).	10
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)		20
1. Составление плана работы.		
2. Подбор методической и нормативной литературы.		
3. Систематизация теоретических сведений.		
4. Работа над теоретическим разделом.		
5. Сбор и обработка фактических данных.		
6. Анализ текущей ситуации предприятия.		
7. Работа над практическим разделом.		
8. Написание текста работы.		
9. Подготовка к защите курсовой работы.		
10. Презентация и защита проекта.		
Курсовой проект (работа)		
Тематика курсовых проектов (работ)		
1. Маркетинговые стратегии для нового продукта.		
2. Коммуникационная кампания для сезонного продукта или услуги.		
3. Коммуникационная кампания для нового продукта.		
4. Определение и сегментация целевой аудитории.		
5. Система брифов стратегического планирования.		
6. Позиционирование и потребительский инсайт.		
7. Рекламная идея и методы ее поиска на примере конкретного рынка.		
8. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры.		
9. Основные метрики эффективности рекламной кампании.		
10. Структура медиаплана и его основные показатели.		
11. Активационный план коммуникационной стратегии.		
12. Медиа стратегия предприятия.		
13. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы.		

14.	Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальных сетях.		
15.	Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса.		
16.	Оценка и сравнение эффективности разных медийных каналов для выбранной целевой аудитории.		
17.	Исследование влияния немедийных каналов на потребительское поведение в определенной отрасли.		
18.	Проектирование и оценка бюджета рекламной кампании.		
19.	Аудит и анализ конкурентоспособности предприятия на выбранном рынке.		
20.	Разработка и исполнение тактического плана рекламы для сезонного продукта или услуги.		
21.	Изучение и применение психологических аспектов в рекламных сообщениях и их влияние на потребителей.		
22.	Разработка и реализация стратегии по совершенствованию образа предприятия.		
23.	Анализ законодательных аспектов рекламы в разных юрисдикциях и их влияние на практику.		
24.	Создание и внедрение корпоративной социальной ответственности через коммуникационные стратегии.		
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)			
1.	Планирование выполнения курсового проекта: определение этапов, сроков и ресурсов для выполнения проекта.		
2.	Определение задач работы: формулирование конкретных задач и целей проекта.		
3.	Изучение литературных источников: поиск и анализ научных статей, книг и других источников, связанных с тематикой проекта.		
4.	Проведение предпроектного исследования: анализ рынка, конкурентов, потребностей целевой аудитории и другие исследования.		
5.	Работа над проектом (азработка коммуникационных стратегий, создание креативных концепций: разработка креативных идей и дизайна для рекламных материалов, выбор и анализ каналов коммуникации: определение наиболее эффективных каналов для доставки сообщения, бюджетирование и планирование ресурсов: оценка стоимости и планирование бюджета проекта, оценка эффективности).		
6.	Соблюдение этических норм и законодательства: анализ правовых ограничений и этических вопросов в рекламе.		
7.	Подготовка презентации проекта: создание и проведение презентации для защиты проекта.		
МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			100/60
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	Содержание		16
	1. Стратегический/креативный бриф.		
	2. Коммуникационная стратегия и ее виды.		
	3. Активационный план коммуникационной стратегии.		
	4. Аналитика рынка и трендов.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	40	
	Практическое занятие. Стратегическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия.	40	
Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега	Содержание	4	
	Предъявление продуктов стратега в формате презентации.		

	В том числе практических занятий и лабораторных работ	40
	Практическое занятие. Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия.	40
Примерная тематика самостоятельной учебной работы 1. Индустриальные стандарты АКАР: стратегическое планирование. 2. Маркетинговые стратегии на разных рынках. 3. Определение и сегментация целевой аудитории. 4. Составление портрета целевой аудитории. 5. Структура стратегического/коммуникационного брифа. 6. Система брифов стратегического планирования. 7. Позиционирование и потребительский инсайт. 8. Основное обещание и key message. 9. Рекламная идея и методы ее поиска. 10. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры. 11. Основные метрики эффективности рекламной/коммуникационной кампании. 12. Структура медиаплана и его основные показатели. 13. Разработка или участие в реальных рекламных и коммуникационных проектах.		20
Учебная практика Виды работ 1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий. 2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. 3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных. 4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. 5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. 6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты. 7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность. 8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами. 9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. 10. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития. 11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях.		36

12. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.	
Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ 1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. 3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. 4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. 5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. 6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. 7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. 8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. 9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. 12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.	108
Всего	316

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ГО МОДУЛЯ

4.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации:

Для дисциплин МДК.02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий и МДК.02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий:

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний»

Специализированная мебель:

Стол учительский – 1 шт.;

Стул учительский – 1 шт.;

Стол студенческий двухместный – 8 шт.;

Стулья – 16 шт.;

Шкаф – 2 шт.;

Доска меловая – 1 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер преподавателя – 1 шт.;

Мультимедиапроектор – 1 шт.;

Экран с электроприводом – 1 шт.;

Комплект (2 шт.) аудио колонок для воспроизведения аудио файла – 1 шт.;

Принтер – 1 шт.

Для дисциплины МДК.02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий:

Лаборатория «Цифровых коммуникационных технологий»

Специализированная мебель:

Стол учительский – 1 шт.;

Стул учительский – 1 шт.;

Стол компьютерный – 15 шт.;

Стул компьютерный – 15 шт.;

Шкаф – 2 шт.;

Доска меловая – 1 шт.;

Тумба – 2 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер преподавателя – 1 шт.;

Компьютер для работы студентов – 15 шт.;

Мультимедиапроектор – 1 шт.;

Экран – 1 шт.;

Комплект (2 шт.) аудио колонок для воспроизведения аудио файла – 1 шт.;

Принтер – 1 шт.;

Сканер – 1 шт.;

Кондиционер – 2 шт.

Для дисциплины **МДК.02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий:**

Помещение для самостоятельной работы

Библиотека, читальный зал с выходом в интернет

Специализированная мебель:

Стол (учительский) – 1 шт.;

Стул учительский – 1 шт.;

Стол студенческий двухместный – 13 шт.;

Стулья студенческие – 26 шт.;

Компьютеры для студентов – 6 шт.;

Стол компьютерный – 6 шт.;

Стулья – 6 шт.;

Шкаф – 4 шт.;

Доска меловая – 1 шт.

Технические средства обучения:

Мультимедиапроектор – 1 шт.;

Экран – 1 шт.,

Комплект (2 шт.) аудио колонок для воспроизведения аудио файла – 1 компл.,

Компьютер преподавателя – 1 шт.;

Принтер – 1 шт.

4.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 418 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/587419>
2. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 157 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/586643>
3. Попкова, Е. Г., Основы рекламы : учебник / Е. Г. Попкова. — Москва : КноРус, 2026. — 267 с. — URL: <https://book.ru/book/958301>
4. Попкова, Е. Г., Маркетинг в рекламе : учебник / Е. Г. Попкова, Е. А. Родина, А. В. Боговиз. — Москва : КноРус, 2026. — 178 с. — URL: <https://book.ru/book/959154>

4.2.2. Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/

2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Кейс-задачи Защита проекта Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения</p>

	спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 03	<p>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации.</p>	<p>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.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 04	<p>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей;</p> <p>- объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;</p> <p>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</p> <p>- соблюдение принципов профессиональной этики;</p> <p>- владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.</p>	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных</p>

		компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
OK 05	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
OK 07	<ul style="list-style-type: none"> - сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса. 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
OK 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно- 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и</p>

	<p>правовой документации, стандартах;</p> <ul style="list-style-type: none"> - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области. 	<p>построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 2.1	<ul style="list-style-type: none"> - адекватность и полнота разработанных планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы. 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 2.2	<ul style="list-style-type: none"> - качество анализа рынка и целевой аудитории; - четкость и структурированность презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности. 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>