

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Факультет среднего профессионального образования



УТВЕРЖДАЮ
проф. Декан факультета СПО, к.т.н.
С.Л. Поляков
«19» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического
планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и
мероприятий»

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 «Реклама»

<u>Объем профессионального модуля, часов</u>	301
Учебные занятия, часов	144
в т.ч. лабораторно-практические занятия, часов	32
в т.ч. курсовой проект, часов	20
Самостоятельная работа, часов	37
Практика, часов	108
в т.ч. учебная практика, часов	36
в т.ч. производственная практика, часов	72

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе
ФГОС СПО по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

код

Реклама

наименование специальности(ей)

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией экономических

дисциплин и рекламы

Протокол № 10 от 14.06.2024 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 8 от 19.06.2024 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

Разработчики:

Лачугина М.М., преподаватель высшей квалификационной категории, к.э.н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида деятельности (ВД) **Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий** и соответствующих общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК).

Перечень 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:

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.

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими общими и профессиональными компетенциями, обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

Владеть навыками	– Планирования системы маркетинговых коммуникаций – Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
Уметь	– определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании; – определять и формулировать цели

	<p>рекламной/коммуникационной кампании;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение программы профессионального модуля

Всего часов – 301, в том числе:

учебные занятия, часов – 144;

самостоятельной работы обучающегося, часов – 37;

учебной и производственной практики, часов – 108.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименование	Объем образовательной нагрузки	Учебная нагрузка обучающихся (час.)							
			Самостоятельная учебная работа	Во взаимодействии с преподавателем						
				Нагрузка на дисциплины и МДК			По практике производственной и учебной	Консультации	Промежуточная аттестация	
				Всего учебных занятий	в т. ч. по учебным дисциплинам и МДК					
теоретическое обучение	лаб. и практ. занятий	курсовых работ								
	Всего	301	37	144	92	32	20	108	2	10
ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	119	25	88	52	16	20		2	4
ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	Медиапланирование и медиабаинг	68	12	56	40	16				
ПК 2.1, ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	Учебная практика	36						36		
ПК 2.1, ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	Производственная практика	72						72		
	Экзамен по профессиональному модулю	6								6

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

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		119
Введение в курс		2
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание 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 Практическое занятие. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия Практическое занятие. Создание коммуникационной стратегии предприятия	4
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 1)	Содержание 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 Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 1)	4
		6
		6

Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)	Содержание	
	1. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	4
	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)		
<ol style="list-style-type: none"> 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. 		20
Курсовой проект (работа)		
Тематика курсовых проектов (работ)		
<ol style="list-style-type: none"> 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 		*

<ol style="list-style-type: none"> 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. 	
<p>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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		68
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	Содержание	
	1. Стратегический/креативный бриф	
	2. Коммуникационная стратегия и ее виды	16
	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	
	Предъявление продуктов стратега в формате презентации	4
	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		X

<p>12. Структура медиаплана и его основные показатели</p> <p>13. Разработка или участие в реальных рекламных и коммуникационных проектах.</p>	
<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 12. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников. 	<p>36</p>

<p>Производственная практика (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 	72
Всего	301

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому оснащению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов и лабораторий.

Оснащение учебных кабинетов и лабораторий в соответствии с установленным протоколом Методического совета факультета № 8 от 19.06.2024 г.

Технические средства обучения: комплект мультимедийного оборудования.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Основные источники:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>

2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513928>

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512109>.

Дополнительные источники:

1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год

4. 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</p> <p>Защита проекта</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>
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 спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития. 	<p>Устные выступления с Презентацией</p> <p>Защита проектов</p> <p>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 профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной 	<p>Осуществление самообразования, использование современной</p>

	<p>деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации</p>	<p>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	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе 	<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 компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере</p>

	<p>государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</p> <ul style="list-style-type: none"> - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>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>
ОК 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>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p>

	в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 2.1	- адекватность и полнота разработанных планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 2.2	- качество анализа рынка и целевой аудитории; - четкость и структурированность презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.