

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»

Декан факультета СПО, к.т.н.

*С.Л. Поляков* С.Л. Поляков

«24» декабря 2025 г.

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

образовательной программы

**42.02.01 «Реклама»**

<u>Объем профессионального модуля, часов</u>	261
Учебные занятия, часов	114
в т.ч. лабораторно-практические занятия, часов	32
в т.ч. курсовой проект, часов	20
Самостоятельная работа, часов	24
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 по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

*код*

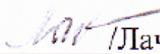
Реклама

*наименование специальности(ей)*

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией экономических  
дисциплин и рекламы

Протокол № 4 от 04.12.2025 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 5 от 24.12.2025 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	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15

# 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;

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

## 1.2. Количество часов, отводимое на освоение программы профессионального модуля

Всего часов – 261, в том числе:

учебные занятия, часов – 114;

самостоятельной работы обучающегося, часов – 24;

учебной и производственной практики, часов – 108.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименование циклов, учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей, МДК, виды практик	Объем образовательной программы, всего	Объем образовательной программы в академических часах							
			Самостоятельная работа	Объем по учебным предметам, дисциплинам и МДК			По практике производственной и учебной	Консультации	Промежуточная аттестация	
				Всего учебных занятий	в т. ч. по учебным предметам, дисциплинам и МДК					
					теоретическое обучение	лаб. и практ. занятий	курсовых работ (проектов)			
ОК01-07, ОК09, ПК 2.1, 2.2	<b>Всего</b>	<b>261</b>	<b>24</b>	<b>114</b>	<b>62</b>	<b>32</b>	<b>20</b>	<b>108</b>	<b>1</b>	<b>14</b>
	Рекламные коммуникации	46	8	38	22	16				
	Разработка рекламных стратегий	101	16	76	40	16	20		1	8
	Учебная практика	36						36		
	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
<b>ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b>		
<b>МДК 02.01 Рекламные коммуникации</b>		<b>22</b>
<b>Тема 2.1. Рекламные коммуникации</b>	<b>Содержание</b>	
	1. Рекламная коммуникация: обоснование выбора канала при планировании рекламной кампании	2
	2. Основные каналы рекламной коммуникации. Понятие ATL-и VTL-рекламы.	2
	3. Стимулирование сбыта и продаж: система основных рекламно-коммуникационных приемов	2
	4. Характеристики и особенности брендинга. Коммуникационные аспекты фирменной коммуникации с целевой аудиторией	2
	5. Характеристика средств массовой коммуникации. Значение информации в организации маркетинговых коммуникаций. Печатные средства информации: газеты и журналы. Средства вещания информации: радио и телевидение. Достоинства и недостатки.	2
	6. Коммуникационные средства прямого маркетинга. Достоинства и недостатки.	2
	7. Достоинства и недостатки размещения рекламных сообщений в Internet - среде	2
	8. Рекламная коммуникация на основе пиар-стратегий.	2

	9. Особенности размещения рекламы в социальных сетях и мессенджерах	2
	10. Рекламная коммуникация на основе событийного маркетинга	2
	11. Мерчандайзинг и рекламная упаковка как дополнительные средства рекламной коммуникации	2
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>16</b>
	Практическое занятие № 1. Тактическое планирование рекламной кампании	2
	Практическое занятие № 2. Стратегическое планирование рекламной кампании	2
	Практическое занятие № 3. Разработка обоснования выбора рекламных коммуникаций на основе бизнес-целей заказчика	2
	Практическое занятие № 4. Учет правовых аспектов при тактическом планировании рекламной коммуникации	2
	Практическое занятие № 5. Решение задач по теме «Рекламные коммуникации прямого маркетинга»	2
	Практическое занятие № 6. Обоснование выбора каналов ATL-и BTL-рекламы при планировании рекламной кампании	2
	Практическое занятие № 7. Разработка схемы рекламной коммуникации для социально значимого проекта	2
	Практическое занятие № 8. Обоснование эффективности рекламной кампании	2
	<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы</b>	
	1. Разработка и создание рекламного сообщения для нативного размещения. Обоснование выбора канала размещения.	
	2. Разработка схемы пиар-мероприятия. Обоснование качественных и количественных показателей.	
	3. Разработка схемы рекламной коммуникации через стратегию спонсорства. Обоснование выбора сторонних участников (коммерческие и некоммерческие организации)	<b>8</b>
	4. Подготовка сообщения по теме «Пример успешной рекламной кампании»	
<b>МДК 02.02 Разработка рекламных стратегий</b>		<b>101</b>
<b>Тема 1.1. Основы</b>	<b>Содержание</b>	14

<b>организации и проведения коммуникационных кампаний</b>	1. Особенности массовых коммуникаций размещения рекламных коммуникаций Рекламная и коммуникационная кампания Сущность, логика действий, участники.	2
	2. Рекламные акции мероприятия. Сущность, логика действий, участники	2
	3. Стратегическое и тактическое планирование. Особенности выполнения работ Стратегический и тактический план коммуникационной кампании организаций-заказчиков. Содержание и особенности разработки. Тактическое медиапланирование (выбор конкретных распространения рекламы; период проведения формат рекламных сообщений).	2
	4. Медиамикс для рекламной кампании. Выбор масштаба рекламной Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан).	2
	5. Стратегический бриф. Содержание и особенности разработки Особенности медиапланирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное нескольких медиа, реклама группы, планирование	2
	6. Бюджет рекламной кампании	2
	7. Распределение бюджета при планировании рекламной кампании	2
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	6
	Практическое занятие 1. Планирование рекламной акции	2
	Практическое занятие № 2. Распределение бюджета рекламной кампании	
	Практическое занятие № 3 Анализ организации заказчика рекламной кампании для определения целей рекламной кампании(подготовка брифа)	
<b>Тема 1.2. Формирование рекламной стратегии</b>	<b>Содержание</b>	26
	1. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика	2

	2. Ознакомление с коммуникационными стратегиями организаций Построение логики действий при стратегическом и тактическом планировании	2
	3. Анализ рекламных коммуникаций организации-заказчика	2
	4. Анализ ЦА. Создание портрета целевой аудитории.	2
	5. Анализ конкурентов	
	6. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании	2
	7. Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю. УТП	2
	8. Выбор каналов Выбор рекламных продуктов Интеграция коммуникационных каналов. Формирование рекламной идеи Выбор канала размещения. Интеграция медиаканалов.	2
	9. Подходы в формировании бюджета рекламной кампании Особенности распределения бюджета при планировании медиаплан рекламной/коммуникационной кампании	2
	10. Форматы оформления и представления результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	2
	11. Представление заказчику результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	2
	12. Мониторинг реализации стратегического плана оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании рекламной кампании	2
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>12</b>
	Практическое занятие № 4 Подготовка брифа для разработки рекламной стратегии	2
	Практическое занятие № 5. Анализ ЦА. Формирование портрета ЦА для разработки рекламной стратегии	2
	Практическое занятие № 6 Анализ конкурентов для целей стратегического планирования для разработки рекламной стратегии	2

	Практическое занятие № 7. Выбор каналов и способов рекламирования для разработки стратегии	2
	Практическое занятие № 8 Составление медиаплана рекламной кампании	2
<b>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)</b>		<b>20</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составление плана работы.</li> <li>2. Подбор методической и нормативной литературы.</li> <li>3. Систематизация теоретических сведений.</li> <li>4. Работа над теоретическим разделом.</li> <li>5. Сбор и обработка фактических данных.</li> <li>6. Анализ текущей ситуации предприятия.</li> <li>7. Работа над практическим разделом.</li> <li>8. Написание текста работы.</li> <li>9. Подготовка к защите курсовой работы.</li> <li>10. Презентация и защита проекта.</li> </ol>		
<b>Курсовой проект (работа)</b>		*
<b>Тематика курсовых проектов (работ)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка и реализация стратегии продвижения организации</li> <li>2. Маркетинговые стратегии для нового продукта</li> <li>3. Коммуникационная кампания для сезонного продукта или услуги</li> <li>4. Коммуникационная кампания для нового продукта</li> <li>5. Медиа стратегия предприятия</li> <li>6. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы.</li> <li>7. Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса.</li> </ol> <b>Вариативность тем обеспечивается приложением к конкретному предприятию или организации</b>		
<b>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)</b>		<b>10</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Планирование выполнения курсового проекта: определение этапов, сроков и ресурсов для выполнения проекта.</li> <li>2. Определение задач работы: формулирование конкретных задач и целей проекта.</li> <li>3. Изучение литературных источников: поиск и анализ научных статей, книг и других источников, связанных с тематикой проекта.</li> </ol>		

<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Проведение предпроектного исследования: анализ рынка, конкурентов, потребностей целевой аудитории и другие исследования.</li> <li>5. Работа над проектом (разработка 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)</li> <li>6. Соблюдение этических норм и законодательства: анализ правовых ограничений и этических вопросов в рекламе.</li> <li>7. Подготовка презентации проекта: создание и проведение презентации для защиты проекта.</li> </ol>	
<p><b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Индустриальные стандарты АКАР: стратегическое планирование</li> <li>2. Маркетинговые стратегии на разных рынках</li> <li>3. Определение и сегментация целевой аудитории</li> <li>4. Составление портрета целевой аудитории</li> <li>5. Структура стратегического/коммуникационного брифа</li> <li>6. Система брифов стратегического планирования</li> <li>7. Позиционирование и потребительский инсайт</li> <li>8. Основное обещание и key message</li> <li>9. Рекламная идея и методы ее поиска</li> <li>10. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры</li> <li>11. Основные метрики эффективности рекламной/коммуникационной кампании</li> <li>12. Структура медиаплана и его основные показатели</li> <li>13. Разработка или участие в реальных рекламных и коммуникационных проектах.</li> </ol>	<b>6</b>
<p><b>Учебная практика</b></p> <p><b>Виды работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий.</li> <li>2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории.</li> <li>3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.</li> </ol>	<b>36</b>

<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы.</li> <li>5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения.</li> <li>6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты.</li> <li>7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.</li> <li>8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами.</li> <li>9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы.</li> <li>10. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития.</li> <li>11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях.</li> <li>12.</li> </ol>	
<p><b>Производственная практика (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)</b></p> <p><b>Виды работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.</li> <li>2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.</li> <li>3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории с целью выбора каналов коммуникаций.</li> <li>4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.</li> <li>5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.</li> <li>6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.</li> <li>7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.</li> <li>8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.</li> <li>9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии.</li> <li>10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии.</li> </ol>	72

11. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.	
<b>Экзамен по профессиональному модулю</b>	<b>6</b>
<b>Всего</b>	<b>301</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому оснащению**

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов и лабораторий: цифровых коммуникационных технологий.

Оснащение учебных кабинетов и лабораторий в соответствии с установленным протоколом Методического совета факультета № 5 от 24.12.2025 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. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581838>

##### **Дополнительные источники:**

1. Синяева, И. М. Организация рекламного бизнеса: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569276>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
<b>ОК 01</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение способов решения профессиональных задач;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения задач;</li> <li>- знание более одного способа решения профессиональной задачи;</li> <li>- аргументация выбора конкретного способа.</li> </ul>	<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"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 02</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);</li> <li>- владение разными способами представления информации;</li> <li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>- объективный анализ найденной информации;</li> <li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> </ul>	<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"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

<p><b>ОК 03</b></p>	<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"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p><b>ОК 04</b></p>	<p>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;</li> <li>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</li> <li>- соблюдение принципов профессиональной этики;</li> <li>- владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе</li> </ul>	<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"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных</p>

		компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
<b>ОК 05</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</li> <li>- 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.</li> </ul>	<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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 07</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности;</li> <li>- определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;</li> <li>- соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</li> <li>- определение путей обеспечения ресурсосбережения;</li> <li>- выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны</li> </ul>	<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"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

	труда при организации образовательного процесса.	
<b>ОК 09</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;</li> <li>- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области</li> </ul>	<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> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ПК 2.1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- адекватность и полнота разработанных планов;</li> <li>- умение определить цели и задачи кампании;</li> <li>- способность выбрать стратегические подходы;</li> </ul>	<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"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ПК 2.2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- качество анализа рынка и целевой аудитории;</li> <li>- четкость и структурированность презентации;</li> <li>- соответствие планов установленным форматам;</li> <li>- убедительность аргументации;</li> <li>- понимание стратегической направленности.</li> </ul>	<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"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных</p>

		компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
--	--	--