

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Х.М. БЕРБЕКОВА»**

Колледж дизайна

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор Рекламного
агентства «Легко»


Тришина О.О.
«21» марта 2025 г.



УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа дизайна КБГУ


Канлоев А.М.
«20» марта 2025 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И
РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Программа подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Среднее профессиональное образование

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

Очная форма обучения

Нальчик, 2025

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности СПО 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.07.2023 № 552, учебного плана по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама.

Разработчик: Каширокова И.Е.

Рецензент: Тришина О.О., генеральный директор ООО Рекламное агентство «Легко»

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и одобрена на заседании ЦК «Графический дизайн и дизайн среды»

Протокол № 6 от «19» марта 2025 года

Председатель ЦК


(подпись)

Каширокова И.Е.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. 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 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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	выявления основных и второстепенных конкурентов
	проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
	проведения анализа рынка
	проведения качественных аналитических исследований рынка
	применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.

	выявления основных и второстепенных конкурентов
	проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
	определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
	планирования системы маркетинговых коммуникаций
	разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
Уметь	производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей
	анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории
	доводить информацию заказчика до целевой аудитории
	использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований
	использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований
	уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
	производить качественные аналитические исследования рынка
	производить качественные аналитические исследования конкурентной среды
	уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
	преобразовывать требования заказчика в бриф
Знать	способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды
	аудиторию различных средств рекламы
	формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда
	технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	методы и технологию изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	отраслевую терминологию
	методики и инструменты для проведения маркетингового исследования
	структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним
	основ маркетинга.
	принципов выбора каналов коммуникации
	виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
	важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий
	важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 237 часов,

в том числе в форме практической подготовки – 154 ч.,

Из них на освоение МДК – 154 часа,

МДК 01.01 - 80,

МДК 01.02 – 74,

в том числе:

курсовой проект – 20ч.

на практики - 72,

в том числе учебная – 36,

производственная – 36.

Промежуточная аттестация - 11 (проводится в форме экзамена).

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных, и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	80	48	80	48	X	X	11	X	X
ПК 1.4; ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	74	54	74	34	20	X		X	X
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика, часов	36	36							36
	Промежуточная аттестация	11								
	Всего:	237	206	158	84	20	X	11	36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем в часах	Уровень освоения
1	2	3	
Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов			
МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		32/48	
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	Содержание учебного материала	10	
	1. Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения.		1,2
	2. Процесс анализа целевой аудитории.		
	В том числе лабораторных и практических занятий	12	
	Практическое занятие 1. Сегментирование целевой аудитории	6	
	Практическое занятие 2. Определение каналов коммуникации	6	
Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	Содержание учебного материала	10	
	1. Роль анализа рынка для бизнеса. Виды и методы исследований рынка. Основные этапы проведения исследования рынка.		1,2
	В том числе лабораторных и практических занятий	12	
	Практическое занятие 3. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка.	6	
	Практическое занятие 4. Преобразование полученных данных и разработка концепции позиционирования продукта на рынке.	6	
Тема 1.3 Комплексное изучение конкурентов.	Содержание учебного материала	12	
	1. Роль анализа конкурентов для бизнеса. Этапы и структура исследования конкурентов.		1,2
	2. Методы исследования конкурентов. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов.		
	В том числе лабораторных и практических занятий	24	

	Практическое занятие 5. Проведение сравнительного анализа конкурентов.	8	
	Практическое занятие 6. Оценка методов продвижения конкурентов.	8	
	Практическое занятие 7. Оценка конкурентных преимуществ/недостатков.	8	
Промежуточная аттестация- экзамен			
Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			
МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		20/34	
Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	Содержание учебного материала	10	1,2
	1. Понятие брифа, виды брифов.		
	2. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний.		
	В том числе лабораторных и практических занятий	20	
	Практическое занятие № 8 Разработка бренда компании	5	
	Практическое занятие № 9 Разработка рекламы продукта	5	
	Практическое занятие № 10 Разработка компьютерной графики рекламы	5	
	Практическое занятие № 11 Виртуальные технологии	5	
Тема 2.2. Рекламные акции и мероприятия	Содержание учебного материала		
	1. Понятие рекламных акций и мероприятий, их цели и задачи . 2. Виды рекламных акций и мероприятий. 3. Взаимосвязь стратегических целей и целей рекламных акций. 4. Стратегия: вывод на рынок новой торговой марки. 5. Стратегия: быстрая продажа товаров. 6. Стратегия: поддержка бренда и лояльности клиентов.	10	

	7. Специфика промо-акций в торговых сетях. 8. Оценка эффективности рекламных акций и мероприятий.		
	В том числе лабораторных и практических занятий	14	
	Практическая работа №12. Виды рекламных акций и мероприятий. Практическая работа №13. Акции с целью вывода на рынок новой торговой марки. Практическая работа №14. Акции с целью быстрой продажи товаров. Практическая работа №15. Акции с целью поддержки лояльности клиентов. Практическая работа №16. Рекламные акции для B2C. Практическая работа №17. Рекламные акции для B2B. Практическая работа №18. PR-акции	2 2 2 2 2 2 2	
Учебная практика раздела №1,2 Виды работ: 1. разработка брифа; 2. проведение ситуационного анализа рынка; 3. формирование стратегического планирования		36	
Производственная практика раздела №2 Виды работ:		36	
1. Проведение ситуационного анализа (по запросу заказчика). 2. Проведение стратегического планирования (по запросу заказчика).			
Курсовой проект (работа) Тематика курсовых проектов (работ) 1. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании. 2. Фактор и значение знаменитости в коммуникационном проекте. 3. Digital коммуникации как способ привлечения российской молодежной аудитории. 4. Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей. 5. Рекламная кампания кинофильмов: влияние использования юмористического контента на восприятие продукта российской молодежью.			

- | | |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none">6. Продвижение молодёжных брендов и услуг с помощью инструментов digital-маркетинга.7. Формирование лояльности пользователей услуг мобильной связи на примере (МТС и Tele2).8. Маркетинговые коммуникации в индустрии моды на примере российских шоу-румов.9. Реклама в метро: проблемы и перспективы.10. Особенности восприятия образов искусства в рекламных коммуникациях.11. Влияние технологии Product Placement на зрительскую оценку фильма.12. Эффективность привлечения интернет-блогеров российскими брендами в сфере моды.13. Влияние бьюти-блогеров на продвижение косметического бренда.14. Эффективность Product Placement в российском кинопрокате.15. Коммуникационные технологии торговых центров для аудитории.16. Особенности продвижения музея для разных возрастных групп посетителей (18-30; 31-45) на примере.17. Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение на примере.18. Технологии виртуальной и дополненной реальности в рекламе: эффективность при восприятии бренда целевой аудиторией.19. Коммуникационные стратегии продвижения брендов в блогосфере.20. Привлечение медийных личностей как способ продвижения бренда. | |
|---|--|

21. Продвижение бренда банков посредством мобильного приложения. 22. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений. 23. Стратегии продвижения мобильного приложения для сохранения и увеличения вовлечённости. 24. Коммуникационные онлайн-стратегии люксовых брендов в России. 25. Анализ эффективности product placement в кинематографе на примере среднего и премиум рынков одежды. 26. Оценка эффективности рекламных мероприятий. 27. Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях. 28. Классификация рекламных кампаний. 29. Понятие комплексной рекламной кампании. 30. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач. 31. Разработка и передача рекламного обращения. 32. Особенности наружной рекламы. 33. Разработка рекламной кампании товара. 34. Разработка рекламной кампании услуг. 35. Разработка рекламной кампании организации. 36. Разработка и реализация промоакции. 37. Разработка, проведение event мероприятия.		
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) Виды работ: 1. Подбор методической и нормативной литературы. 2. Систематизация теоретических сведений. 3. Сбор и обработка фактических данных. 4. Работа над теоретическим разделом. 5. Анализ текущей ситуации предприятия. 6. Работа над практическим разделом. 7. Написание текста работы. 8. Подготовка к защите курсовой работы. 9. Защита курсовой работы.	20	
Всего	237	
Учебная практика	36	
Производственная практика	36	

Аудиторная нагрузка в том числе:	206	
практические занятия	154	
теоретическое обучение	52	
самостоятельная работа	-	
Консультации	-	
Промежуточная аттестация	11	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

-кабинет Маркетинговых исследований, оснащенный оборудованием: ноутбуки; зарядные устройства; мыши компьютерные, посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; комплект заданий для проведения текущего контроля знаний; комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений),

- техническими средствами: компьютер с выходом в Интернет; программное обеспечение MS Office, Windows Media Player, Internet Explorer; пакет Adobe CC, CorelDraw; программа просмотра pdf-файлов; редактор просмотра изображений; интерактивная доска.

- площадка работодателя для проведения производственной практики – ООО Рекламное агентство «Легко».

3.2. Информационное обеспечение обучения

Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564893>
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>
3. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 307 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16625-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560877>
4. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16552-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560241>
5. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебник для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 218 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16787-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562963>

6. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947>
7. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511785>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : Учеб. пособие / П.С.Завьялов. -М.: ИНФРАЛукина А.В. Маркетинг/ А.В.Лукина. -5-е изд., испр. и доп.. -М.: ФО-РУМ, 2008. -240с. -("Профессиональное образование")
2. Маркетинг : учебник, практикум и учебно-метод. комплекс по маркетингу/ Р.Б.Ноздрева, Г.Д.Крылова и др.. -М.: Юристъ, 2002. -568с.
Маркетинг : Учебный компьютерный курс. -Второе издание. -Саратов: Диполь, 2007. -СД. -(Вузовская серия)
3. Маркетинг и управление брендом : Пер. с англ.. -М: Альпина Бизнес Букс, 2007. -174 с : ил. -(Серия "Дайджест McKinsey")
4. Наумов, В. Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 345 с. + Доп. Материалы — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1014653. - ISBN 978-5-16-015021-5.
5. Блюм М.А. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для СПО/ М.А.Блюм, Б.И.Герасимов, Н.В.Молоткова. -М.: ФОРУМ, 2018. -144 с-М, 2008. -496с.. - ("Высшее образование")
6. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.
7. Журнал "Практика Рекламы"
8. Журнал "Рекламные идеи"
9. Журнал "Мир этикетки"
10. Журнал "Лаборатория рекламы"
11. Журнал «Со-Общение»
12. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
13. Журнал «Маркетинг Менеджмент»
14. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
15. Журнал о маркетинге «Маркетинг Pro»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоения компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	- анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.	- полнота и точность анализа рынка; - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.	Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты; Экспертная оценка в рамках текущего контроля:

		- результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	- аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов.	Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);	Устные выступления с Презентацией Защита проектов

интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- 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.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	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. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей.	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;

	- 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.	Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК.05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - 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.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- 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;	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

	- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	<i>Актуализирована</i>	Протокол заседания ЦК ____ № ____ от ____ 20__ года	
2.		Протокол заседания ЦК ____ № ____ от ____ 20__ года	
3.		Протокол заседания ЦК ____ № ____ от ____ 20__ года	