

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

Колледж дизайна

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор Рекламного
агентство «Легко»

«21»



Тришина О.О.
2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа дизайна КБГУ

«20»



Канлов А.М.
2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И
ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И
КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ**

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	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» 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 02.	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

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	планирования системы маркетинговых коммуникаций
	разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
Уметь	определять ключевые цели рекламной кампании

	формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК
	осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения
	определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание
	определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки
	определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач
	определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)
	определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности
	учитывать мнение заказчика при планировании РК
	использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.
	составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды
	разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг
	создавать план РК с учетом поставленных целей и задач
	осуществлять медиапланирование
	определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета
	эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI
	осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний
	преобразовывать требования заказчика в бриф
	доводить информацию заказчика до ЦА
	использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании
	уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия
	использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям
	использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.
Знать	методики рекламного планирования
	инструментов рекламного планирования
	систему маркетинговых коммуникаций
	виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
	принципы выбора каналов коммуникации
	аудиторию различных средств рекламы
	отраслевую терминологию
	формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда
	технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций
	принципы стратегического и оперативного планирования РК
	виды запросов пользователей в поисковых системах интернета
	особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете
	принципы функционирования современных социальных медиа
	виды и инструменты маркетинговых коммуникаций

	важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
	важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей
	логику и структуру плана рекламной кампании
	логику и структуру медиаплана
	структуру брифа и требования к нему
	важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 249 часов,

в том числе в форме практической подготовки – 158 ч.,

Из них на освоение МДК – 166 часов,

МДК 02.01 - 66,

МДК 02.02 – 100,

в том числе:

на практики - 72,

в том числе учебная – 36,

производственная – 36.

Самостоятельная работа - 12

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				в том числе		
	Лабораторных, и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа		Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная				
1	2	3	4	5		6	7	8	9	10	11
ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК.07, ОК09	Раздел 1. Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	66	32	66		32		2			
ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК.07, ОК09	Раздел 2. Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	100	54	100		54		10			
ПК 2.1, ПК 2.2 ОК01-ОК05, ОК.07, ОК09	Учебная практика, часов	36	36						36		
ПК 2.1, ПК 2.2 ОК01-ОК05,	Производственная практика, часов	36	36							36	

ОК.07, ОК09									
	Промежуточная аттестация	11							
	Всего:	249	240	168	108			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	Код ПК, ОК
1	2	3	5
Раздел 1. Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		66	
МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		32/32/2	
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание учебного материала	10/10	1,2
	1.Определение коммуникационной кампании, функции рекламной/коммуникационной кампании.	10	
	2.Структура коммуникационной кампании. Основные требования к проекту РК		
	3. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика		
	4.Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика		
	5. Коммуникационная стратегия кампании		
	6. Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании		
	В том числе практических занятий	10	
	Практическое занятие №1. Определение достоинств и недостатков традиционных видов рекламы	4	
	Практическое занятие №2. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия	2	

	Практическое занятие №3. Создание коммуникационной стратегии предприятия	4	
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 1)	Содержание учебного материала	10/10	
	1. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании	10	1,2
	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	10	
	Практическое занятие №4. Определение бизнес-целей, маркетинговых целей заказчика, коммуникационных целей рекламной/коммуникационной кампании	2	
	Практическое занятие №5. Определение и формулировка целей и задач рекламной/коммуникационной кампании	2	
	Практическое занятие №6. Определение портрета целевой аудитории	2	
	Практическое занятие №7. Составление брифа на проведение рекламной кампании	4	
Тема 1.3. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)	Содержание	12/12/2	
	1. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	12	1,2
	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	12	
	Практическое занятие №8. Разработка плана рекламной кампании	2	
	Практическое занятие №9. Расчет рекламного бюджета	2	
	Практическое занятие №10. Определение каналов продвижения	2	
	Практическое занятие №11. Составление медиаплана размещения рекламы	4	

	Практическое занятие №12. Определение методов оценки эффективности рекламной/коммуникационной кампании	2	
	Самостоятельная работа по темам раздела	2	
Раздел 2. Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		100	
МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		36/54/10	
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	Содержание учебного материала	18/16	
	1. Стратегический/креативный бриф	18	1,2
	2. Коммуникационная стратегия и ее виды		
	3. Активационный план коммуникационной стратегии		
	4. Аналитика рынка и трендов		
	В том числе практических занятий	16	
	Практическое занятие №13. Разработка стратегического/креативного брифа на проведение рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	5	
	Практическое занятие №14. Составление активационный план коммуникационной стратегии	5	
	Практическое занятие №15. Проведение аналитики рынка и трендов, предъявление результатов	6	
Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега	Содержание учебного материала	18/36	
	1. Предъявление продуктов стратега в формате презентации	18	1,2
	В том числе практических занятий	36	
	Практическое занятие №16. Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	12	
	Практическое занятие №17. Разработка презентации рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	12	
	Практическое занятие №18. Защита презентации рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	12	
	Самостоятельная работа по темам раздела	10	
Дифференцированный зачет		2	

Учебная практика разделов 2		
Виды работ		
1. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний.		
2. Оценка эффективности рекламной деятельности в цифровой среде.	36	
Производственная практика		
Виды работ		
1. Планирование рекламных кампаний (по запросу заказчика).		
2. Определение форматов предъявления результатов планирования результатов рекламной кампании (по запросу заказчика).	36	
3. Применение цифровых технологий при планировании и разработке стратегии маркетинговых коммуникаций (по запросу заказчика).		
Итого часов по модулю:	249	
Учебная практика	36	
Производственная практика	36	
Аудиторная нагрузка в том числе:	154	
практические занятия	86	
теоретическое обучение	68	
самостоятельная работа	12	
Консультации	2	
Промежуточная аттестация	9	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

-кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний», оснащенный оборудованием: рабочие места (по количеству обучающихся), рабочее место преподавателя, комплект учебно- методической документации, наглядные пособия: образцы документов, тематические презентации;

- техническими средствами: компьютеры с лицензионным программным обеспечением, мультимедийное оборудование;

- 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. *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, 2025. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561316>
2. *Фролов, Ю. В.* Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов : учебник для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев ; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562602>
3. *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. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>
4. *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>

3.2.2. 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 К°, 2019 г.
3. Никитаева А.Ю., Маслюкова Е.В., Ковалев Д.В., Цифровая экономика - Ростов -

- на - Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2022. — 190 с.
4. Носова С.С., Путилов А.В., Норкина А.Н., Основы цифровой экономики — Москва: КноРус, 2023. — 390 стр.
 5. Тесленко И.Б., Крылов В.Е., Дигилина О.Б., Губернаторов А.М., Цифровая экономика — Москва: КноРус, 2023. — 212 с.

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)
4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

3.2.4. Электронный ресурс

1. Ассоциация коммуникационных агентств России: <https://www.akarussia.ru/>
2. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <https://propel.ru/obe/mraro>
3. Сайт о рекламном рынке <https://adindex.ru/>
4. Сайт Федеральной антимонопольной службы <https://fas.gov.ru>
5. Сайт "Advertology.ru": <http://www.advertology.ru>
6. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.apartment.ru/Article/487115420.html>

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 2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	- 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 по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	- 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 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 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 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- 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.	Устные выступления с Презентацией Защита проектов 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. 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 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- 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.	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; 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. 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 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и

бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- 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.	защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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; 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.

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	