Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Марина Викторовна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 17.08.2026 18:27:38
Уникальный программный ключ:
b60019126a3f15cfd49eff4247dfc09aa2f09f7a

Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«Университетский колледж»

Предметно-цикловая комиссия «Реклама»

УТВЕРЖДЕНО
Директор АНО ПО
«Университетский колледж»
_____ Краюшкина М.В.
«21» марта 2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности 42.02.01 Реклама
(код и наименования специальности)
по программе базовой подготовки

Москва, 2025

Рабочая программа профессионального модуля составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Положение о разработке рабочих программ учебных дисциплин, профессиональных модулей по специальностям среднего профессионального образования

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Университетский колледж» (АНО ПО «Университетский колледж»)

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика .....Ошибка! Закладка не определена.

1.1. Цель и место профессионального модуля «ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» в структуре образовательной программы.**Ошибка! Закладка не определена.**

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля.**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Структура и содержание профессионального модуля ..Ошибка! Закладка не определена.

2.1. Трудоемкость освоения модуля .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2.2. Структура профессионального модуля .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2.3. Примерное содержание профессионального модуля.....**Ошибка! Закладка не определена.**

2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) ....**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Условия реализации профессионального модуля.....Ошибка! Закладка не определена.

3.1. Материально-техническое обеспечение.....**Ошибка! Закладка не определена.**

3.2. Учебно-методическое обеспечение .....**Ошибка! Закладка не определена.**

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля ..... Ошибка! Закладка не определена.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»

код и наименование модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения:**
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные	**Умения:**
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска

	технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	структурировать получаемую информацию	
		выделять наиболее значимое в перечне информации	
		оценивать практическую значимость результатов поиска	
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач	
		использовать современное программное обеспечение	
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	
		Знания:	
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности	
		приемы структурирования информации	
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации	
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	
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	**Умения:**	
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности	
		применять современную научную профессиональную терминологию	
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи	
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план	
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования	
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности	
		презентовать бизнес-идею	
		определять источники финансирования	
		Знания:	
		содержание актуальной нормативно-правовой документации	
		современная научная и профессиональная терминология	
		возможные траектории профессионального развития и самообразования	
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности	
		правила разработки бизнес-планов	
		порядок выстраивания презентации	
		кредитные банковские продукты	
Код ПК	**Уметь**	**Знать**	**Владеть навыками**

ПК 3.1.	-определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	-типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет -способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.	-аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет -выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет -постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
ПК 3.2.	-подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения -использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность -представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов -обеспечивать качественное функционирования сайта -писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп -находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА -разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет -преобразовывать требования заказчика в бриф -учитывать мнение заказчика при планировании РК.	-возможности Интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг виды сайтов, их -возможности и варианты применения требования к качественному функционированию сайтов -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -отраслевую терминологию -важность учета пожеланий заказчика при -планировании рекламной кампании в сети Интернет -структуру брифа и требования к нему.	-подбора и использования оффера -разработки рекламной кампании в сети Интернет.
ПК 3.3.	-использовать поисковые системы интернета -использовать технологии поисково-контекстной рекламы -использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы	-отраслевую терминологию -важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет	-структуры и базовых принципов рекламного сообщения -реализации рекламной кампании в сети Интернет.

	-использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете -создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий -конвертировать файлы в нужные форматы -использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат -размещать рекламные материалы в социальных медиа -разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов -определять эффективные офферы -создавать оригинальные и стильные логотипы -составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа -создавать оригинальные, современные по стилю сайты использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов повышать информационную наглядность сайтов -создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях -разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика -доводить информацию заказчика до ЦА -использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество	- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.	

	-использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.		

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	**Объем в часах**	**В т.ч. в форме практ. подготовки**
Учебные занятия	88	110
Курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	72	72
учебная	*36*	*36*
производственная	*36*	*36*
Промежуточная аттестация	-	-
Всего	**160**	

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовая работа (проект)	Самостоятельная работа	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК.3.1, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	**88**	**52**	**88**	36	-	**-**		
ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Раздел 2. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	**110**	**58**	**110**	52	-	**-**		
ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Учебная практика	**36**	**36**					**36**	
	Производственная практика	**36**	**36**						**36**
	Промежуточная аттестация								
	Всего:	***270***	**182**	***198***	***88***	**-**	**-**	**36**	**36**

2.3. Примерное содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	**Примерное содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия,** *курсовой проект (работа)*
1	**2**
Раздел 1. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет. (88)	
МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	**Содержание**
	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории
	2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз
	3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете
	4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда
	5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет
	6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения
	7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 1: Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.
	Практическое занятие 2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.

	Практическое занятие 3. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.
	Практическое занятие 4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.
	Практическое занятие 5. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс. Метрику.
	Практическое занятие 6. Разработать концепцию продвижения личного бренда.
	Практическое занятие 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.
	Практическое занятие 8. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.
	В том числе самостоятельная работа обучающихся *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией*
Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете	**Содержание**
	1. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.
	2. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.
	3. SEO. РСЯ. Email-маркетинг.
	4. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.
	5. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.
	6. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.
	7. **Системы управления интернет-рекламой.**
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 9. Создать контент стратегию для личного бренда.
	Практическое занятие 10. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».
	Практическое занятие 11. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.
	Практическое занятие 12. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».
	Практическое занятие 13. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.
	Практическое занятие 14. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию
	Практическое занятие 15. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.
	Практическое занятие 16. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга
	В том числе самостоятельная работа обучающихся *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией*
Раздел 2. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. (110)	
МДК.03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	

Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	**Содержание**
	1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.
	2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы
	3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта
	5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями
	6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга
	7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.
	В том числе практических и лабораторных занятий
	1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет»
	2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.
	3. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании
	4. Разработка контентной составляющей для личного бренда
	5. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства
	6. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.
	7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы.
	8. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.
	9. Оптимизация meta-информации страницы
	10. Составить продающую цепочку для чат-бота
	В том числе самостоятельная работа обучающихся *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией*
Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	**Содержание**
	1. Технологии привлечения посетителей на сайт
	2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга
	3. Этапы осуществления компаний.
	4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.
	5. E-mail- и вирусный маркетинг.
	6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.
	7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности
	В том числе практических и лабораторных занятий
	1. Разработка уникального торгового предложения
	2. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов
	3. Визуальное оформление контента для личного бренда
	4. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании
	5. Swot анализ и Pest анализ компании
	6. Позиционирование бренда. Платформа
	7. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей
	8. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения
	9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
	10. Анализ трафика на веб-сайт
	В том числе самостоятельная работа обучающихся

	Необходимость и тематика определяются образовательной организацией
Учебная практика **Виды работ** 1. Ознакомление с конструктором сайтов 2. Разработка графических элементов 3. Создание концепции графического оформления 4. Разработка структуры и схемы сайта 5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта	
Производственная практика *раздела №* (*если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики)*** 1. Виды работ 2. Создание клиентской базы для рекламного предприятия 3. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии. 4. Изготовить рекламный и/или PR материал. 5. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. 6. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.	
Всего 282	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК:

- рабочее место преподавателя - 1шт.;
- столы ученические - 14 шт.;
- стулья ученические -28 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- компьютер - 1 шт.;
- проектор - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- наглядные пособия - 28 шт.;
- комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 28 шт.;
- шкаф для хранения учебных материалов - 1 шт.

Мастерская веб- дизайн и разработка:

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- автоматизированные рабочие места обучающихся - 12 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- проектор и экран - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- принтер RICOH SP 220 - 1 шт.;
- МФУ DCP Brother LTR A4 -1 шт.;
- МФУ HP Laser Jet MFP M436n - 1 шт.;
- графические редакторы и программы для просмотра графических изображений - 12 шт.;
- наглядные пособия - 12 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Жильцова, О. Н. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544789
2. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545453
3. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/589140
4. Моргачева, И. Н. Контент-маркетинг : учебное пособие для вузов / И. Н. Моргачева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 94 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21349-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569767

3.2.2. Дополнительные источники

1. Интернет-ресурсы:
1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: http://www.akarussia.ru/
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: http://www.iaa.ru/15
4. Сайт о креативе в рекламе http://www.creatiff.ru/
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru ;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru ;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": http://www.advertising.ru
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: http://www.cprrd.ru/.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК,	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 3.1	- определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»;	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 3.2	- выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 3.3	- участников рекламной деятельности и их функции; - классификацию рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: экзамена, квалификационного экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 01	- 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 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.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);	Устные выступления с Презентацией Защита проектов

	- 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.	Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. 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.
ОК 03	- 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, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.