

РАССМОТРЕНО
на заседании методической комиссии
ГБПОУ «ТКСиТ»
Протокол № 1 31 августа 2023 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.А. Кузнецова
31 августа 2023 г.

СОГЛАСОВАНО
Зам. директора по УМР ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.П. Розова
Зам. директора по УИР ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.С. Рязанцева
31 августа 2023 г.

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«Тверской колледж сервиса и туризма»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

МДК.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного
продукта

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

МДК.03.03 Основы цифрового маркетинга

для

42.02.01 Реклама

2023 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама (утв. Приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510) и требований регионального рынка труда для специальности 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик: ГБПОУ «ТКСиТ»

Разработчики:

Ракчеева Анна Игорьевна, преподаватель

Горячева Светлана Вадимовна, преподаватель

Лебедева Регина Сергеевна, преподаватель

©ГБПОУ «ТКСиТ»

© Ракчеева Анна Игорьевна, преподаватель

© Горячева Светлана Вадимовна, преподаватель

© Лебедева Регина Сергеевна, преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	23

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Область применения примерной программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама**.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности: маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

1.2.1. Перечень общих компетенций

Код ОК	Индикаторы достижения компетенции
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

Код ПК	Индикаторы достижения компетенции
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

1.2.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Иметь практический опыт	ПО1: выявления требований целевых групп потребителей; ПО2: разработки средств продвижения рекламного продукта; ПО3: разработки маркетинговой части бизнес-плана.
уметь	У1: проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; У2: анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; У3: проводить сегментирование рынка.

	У4: принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
знать	З1: задачи, цели и общие требования к рекламе; З2: основные направления рекламной деятельности; З3: виды рекламной деятельности; З4: структуру рекламного рынка.

1.2.4. Формируемые личностные результаты:

Перечень личностных результатов	
ЛР 1:	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.
ЛР 7:	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 9:	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.
ЛР 10:	Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.
ЛР 11:	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.
ЛР 13:	Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности.
ЛР 14:	Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.
ЛР 15:	Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем.
ЛР 16:	Выполняющий профессиональные навыки с учетом специфики субъекта Российской Федерации.
ЛР 17:	Проявляющий общительность, умение эффективно разрешать конфликт, свободное владение вербальными и невербальными средствами общения, непринужденность, логическая и четкая речь, вежливость, тактичность.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – **552** часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося
МДК.03.01 – 108 часов;

внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося – 54 часа;

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося
МДК. 03.02 – 50 часов;

внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося – 25 часов;

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося
МДК. 03.03 – 114 часов;

внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося – 57 часов;

учебной и производственной практики всего – 144 часа:

учебной практики – 36 часов;

производственной практики – 108 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Коды ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	в т.ч. в форме практической подготовке	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
				Обязательные аудиторные учебные занятия			внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа	УП, часов	ПП, часов
				всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. лабораторные занятия, часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1-3.2	Раздел 1. Маркетинг в рекламе	162	108	108	72	13	54		
ПК 3.1-3.2	Раздел 2. Правовое обеспечение рекламной деятельности	75	40	50	-	24	25		
ПК 3.1-3.2	Раздел 3. Основы цифрового маркетинга	171	99	114	72	22	57		
ПК 3.1-3.2	Учебная практика	36	36					36	
	Производственная практика	108	108						108
	Всего:	552	391	272	144	59	136	36	108

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся		Объем часов	Результаты освоения	
1	2		3	4	
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе			162		
Раздел 1. Маркетинг в рекламе			108+54вср		
Тема 1.1. Экономические основы предприятия	Содержание		5		
	1-3	<i>Лекция: Основные принципы работы организации.</i> Понятие отраслевой структуре. Понятие предпринимательской деятельности.	3		<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	5	<i>Лекция: Понятие, состав и структура основных фондов.</i> Понятие, классификация и структура основных средств. Износ основных средств	1		<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	6	<i>Лекция: Оборотные средства.</i> Понятие, классификация и структура оборотных средств. Кругооборот оборотных средств.	1		<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	Лабораторное занятие:		3		
	4	№ 1.1: организационно-правовая форма организации, виды деятельности <i>в форме практической подготовки</i>	1		<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	7-8	№ 1.2: пути эффективности использования оборотных средств <i>в форме практической подготовки</i>	2		<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка реферата. 2. Подготовка презентации.			10		
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Маркетинг – основа управления в условиях рынка (5). 2.1. Оборотные средства и пути эффективности их использования (5).					
Тема 1.2.	Содержание		12		

Организация маркетинговой деятельности в рекламе	9	<i>Лекция: Понятие маркетинга.</i> Принципы, цели и задачи маркетинга.	1	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
	10-11	<i>Лекция: Товар. Классификация товара Жизненный цикл товара. Фирменный стиль товара. Понятие бренда.</i> <i>Практикум:</i> прописать деятельность студента, направленная на усвоение пройденной темы/материала	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
	12-13	<i>Лекция: Потребители. Классификация потребителей.</i> Принятие решения о покупке. Основные этапы при принятии решения о покупке. Позиционирование.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
	14	<i>Лекция: Комплекс маркетинга и рекламы.</i> Система планирования и организации службы маркетинга на рекламном предприятии.	1	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
	15-16	<i>Лекция: Маркетинговые исследования.</i> Выявление проблем, формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
	17-18	<i>Лекция: Анализ собранной информации. Стимулирование сбыта.</i> Сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
	19-20	<i>Лекция: Анализ потребления.</i> Сбытовая политика. Мероприятия стимулирования сбыта. Маркетинг услуг. Ценообразование в сфере рекламы. Продвижение рекламных услуг.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
	Лабораторные занятия:			4	
	21-22	№1.3: Проведение SWOT-анализа <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
	23-24	№1.4: Анализ целевой аудитории <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка сообщения. 2. Подготовка реферата.			20		

3. Подготовка доклада. 4. Подготовка презентации.				
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Понятие маркетинга (5). 2.1. Комплекс маркетинга и рекламы (5). 3.1. Ценообразование в сфере (5). 4.1. Маркетинговые исследования (5)				
Тема 1.3 Маркетинговые исследования	Содержание	6		
	25-26	<i>Лекция: Маркетинговые исследования.</i> Выявление проблем, формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	27-28	<i>Лекция: Организация маркетинговой деятельности.</i> Система планирования и организации службы маркетинга на рекламном предприятии.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	29-30	<i>Лекция: Бизнес-план.</i> Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	Лабораторные занятия:		6	
	31-32	№1.5: Разработка позиционирования. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	33-34	№1.6: Разработка плана рекламной кампании. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	35-36	№1.7: Заполнение брифа, ТЗ. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Отработка профессиональных навыков. 2. Подготовка презентации.		24		
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Бизнес-план (5). 1.2. Проведение SWOT-анализа (5) 1.3. Анализ целевой аудитории (5)				

1.4. Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана (4).			
2.1. Анализ потребления (5).			
Практические занятия (в форме практической подготовки):		72	
1-12	№1.1: Разработка мероприятий, анкеты для исследования предпочтений целевых групп потребителей Анализ результатов исследований предпочтений целевых групп потребителей.	12	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
13-24	№1.2: Сегментирование рынка.	12	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
25-36	№1.3: Выбор средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителя.	12	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
37-48	№1.4: Разработка средств продвижения рекламного продукта.	12	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
49-60	№1.5: Анализ маркетинговой части бизнес-плана рекламного агентства.	12	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
61-72	№1.6: Составление плана разработки маркетинговой части бизнес-плана.	12	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
Промежуточная аттестация в форме экзамена			
		Всего МДК.03.01:	162
МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности			75
Раздел 2. Правовое обеспечение рекламной деятельности			50+25вср
Тема 2.1. Правовое регулирование рекламной информации	Содержание		2
	1	<i>Лекция: ФЗ «О рекламе». Правовое понятие и признаки рекламной информации. Правовая классификация рекламной информации: на аудиторию, по территории распространения, по целевому назначению. Практикум: Работа с главами статьями ФЗ «О рекламе»</i>	1
	2	<i>Лекция: Рекламное законодательство. Общие и специальные требования к рекламе, закрепленные в рекламном законодательстве. Правовое государство и гражданское общество. Основные проблемы его становления.</i>	1
	Лабораторные занятия:		4

	3-4	№2.1: Правовая характеристика рекламной информации <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 09 У1, У4, 31-34</i>
	5-6	№2.2: Работа с законами, регламентирующими государственное управление в сфере массовой информации. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 09 У1-У2, 31-34</i>
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Реферат-обзор. 2. Кейс-задание			6	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1 Подготовка правовых характеристик рекламы на транспортных средствах (3). 2.1 Составление перечня товаров, работ, услуг, которые нельзя рекламировать на территории Российской Федерации (3).				
Тема 2.2. Организационно-правовые формы осуществления хозяйственной деятельности, регулирование трудовых отношений в рекламной деятельности				
	Содержание		4	
	7-8	Лекция: Индивидуальная предпринимательская деятельность граждан Индивидуальная предпринимательская деятельность граждан. Коммерческие общества и товарищества как участники хозяйственной деятельности. Гражданско-правовой статус коммерческих обществ и товариществ Понятие трудового договора.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-0К 09 У1-У2, 31-34</i>
	9-10	Лекция: Стороны и содержание трудового договора. Содержание трудового договора. Документы, представляемые при заключении трудового договора. Порядок заключения трудового договора. Практикум: Заполнение трудового договора	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-0К 09 У1-У4, 31-32</i>
	Лабораторное занятие:		2	
	11-12	№ 2.3: Работа с трудовым кодексом в части содержания трудового договора. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 09 У1-У4, 31-32</i>
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Кроссворд. 2. Конспект.			6	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1 Составление кроссворда по пройденным темам (3). 1.2. Составление опорного конспекта на тему: «Этические вопросы рекламы» (3).				
Тема 2.3. Субъекты рекламной деятельности			2	
	13-14	Лекция: Правовой статус субъектов рекламной деятельности. Рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 05</i>

		Потребители рекламы, спонсоры. Антимонопольные органы. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности. Государственный контроль в сфере рекламы.		<i>У1-У4, 31-34</i>
	Лабораторное занятие:		4	
15-16	№ 2.4: Особенности правовых статусов субъектов рекламной деятельности. <i>в форме практической подготовки</i>		2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-ОК 05 У1-У4, 31-34</i>
17-18	№ 2.5 Работа с сайтом Федеральной антимонопольной службой России. <i>в форме практической подготовки</i>		2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-ОК 05 У1-У4, 31-34</i>
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Реферат-обзор 2. Кроссворд			6	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Антимонопольные органы (3). 2.1. Кроссворд на тему «Виды рекламы» (3)				
Тема 2.4. Организация договорной работы в рекламной деятельности	Содержание		4	
	19-22	<i>Лекция: Договоры в сфере рекламы.</i> Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора. Порядок и значение хозяйственного договора. Форма хозяйственного договора. Договор купли-продажи. Договор поставки. Транспортные договоры. Договоры оказания возмездных услуг. Договоры о совместной деятельности. Организация договорной работы в организации.	4	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-ОК 09 У1-У2, 31-34</i>
	Лабораторные занятия:		4	
	23-24	№ 2.6: Работа по договорам оказания возмездных рекламных услуг. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-ОК 09 У1-У2, 31-34</i>
	25-26	№ 2.7: Работа с договором купли-продажи рекламных услуг. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-ОК 09 У1-У2, 31-34</i>
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Конспект.			3	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Виды хозяйственных договоров (3).				
Тема 2.5.	Содержание		4	

Правила рекламирования отдельных видов товаров и услуг, предусмотренных в рекламном законодательстве	27-30	<i>Лекция: Правила рекламирования отдельных видов товаров и услуг</i> Реклама алкогольной продукции. Реклама пива. Реклама табачных изделий и курительных принадлежностей. Реклама лекарственных средств. Реклама биологически активных добавок, пищевых добавок, продуктов детского питания. Реклама продукции военного назначения и оружия. Реклама товаров при дистанционном способе продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий. Особенности рекламы, основанной на риске игр, пари. Реклама финансовых услуг. Реклама ценных бумаг. Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением. Рекламные конструкции. <i>Практикум:</i> описать специальные требования, предъявляемые к рекламе защищающие несовершеннолетних от негативного воздействия рекламы	4	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-0К 09 У1-У4, 31-34</i>
	Лабораторное занятие:		2	
	31-32	№ 2.8: Правовые требования для рекламы отдельных видов товаров и услуг. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-0К 09 У1-У4, 31-34</i>
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Реферат-обзор. 2. Презентация.			4	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Рекламные конструкции (2). 2.1 Реклама биологически активных добавок, пищевых добавок, продуктов детского питания (2).				
Тема 2.6. Система российского информационного права	Содержание			
	33-34	<i>Лекция: Система российского информационного права.</i> Конституционное право граждан на информацию. Свобода слова и право на информацию. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации». Закон РФ «О средствах массовой информации». Система государственного управления в сфере массовой информации. Федеральная государственная политика в отношении СМИ. Взаимоотношения законодательных исполнительных, судебных органов власти и средств массовой информации.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-0К 09 У1-У4, 31-34</i>
	35-36	<i>Лекция: Авторское право.</i> Понятие авторского права. Классификация авторских прав. Использование произведения. Защита авторских и смежных прав. Права на распространение авторского произведения. Ответственность изготовителя и распространителя. Коммерческое	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-0К 09 У1-У4, 31-34</i>

		распространение массовой информации. <i>Практикум: Обзор закона «О средствах массовой информации»</i>		
	Лабораторное занятие:		2	
	37-38	№ 2.9: Кейс «Понятие авторского права». <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-0К 09 У1-У4, 31-34</i>
Тема 2.7. Правовые средства индивидуализации и товарных знаков в рекламе	Содержание		4	
	39-42	<i>Лекция: Средства индивидуализации и товарные знаки</i> Товарный знак в рекламе и его роль в позиционировании товаров. Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак. Процедура регистрации товарных знаков. Управление товарным знаком. Договоры на передачу товарных знаков. Брэндинг (бренд-менеджмент) товарных знаков. Способы защиты средств индивидуализации в РФ. <i>Практикум: составить брэйдинг</i>	4	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-0К 09 У1-У2, 31-32</i>
	Лабораторное занятие:		2	
	43-44	№ 2.10: Индивидуализация товаров, услуг в рекламной деятельности. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 02-0К 09 У1-У2, 31-32</i>
Тема 2.8. Правовые процедуры рассмотрения и разрешения споров в рекламе	Содержание		2	
	45-46	<i>Лекция: Порядок рассмотрения и разрешения споров в сфере рекламы.</i> Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции. Рассмотрение споров в сфере рекламы арбитражными судами.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 09 У1, У4, 31-32</i>
	Лабораторные занятия:		4	
	47-48	№ 2.11: Процедуры разрешения споров о рекламе. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 09 У1, У4, 31-32</i>
	49-50	№ 2.12: описать особенности рассмотрения дел об оспаривании предписаний антимонопольных органов. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 09 У1, У4, 31-32</i>
Промежуточная аттестация в форме экзамена				
			Всего МДК.03.02:	75
МДК.03.03 Основы цифрового маркетинга				171
Раздел 3. Основы цифрового маркетинга				114+57всп
Тема 3.1 Организация	Содержание			4

промоушен бренда в digital (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.).	1-2	<i>Лекция: Понятие бренда. Реклама ВКонтакте.</i> Репутация бренда в интернете. Реклама в ВКонтакте и Одноклассниках.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	3-4	<i>Лекция: Продвижение бренда</i> в социальных сетях. Продвижение бренда в digital среде.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	Лабораторное занятие:		2	
	5-6	№ 3.1: Составление контент-плана по продвижению компании в интернете, направленного на поддержание имиджа. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка доклада.			6	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Продвижение бренда (6).				
Тема 3.2 Копирайтинг / SEO-тексты.	Содержание		3	
	7-8	<i>Лекция: Копирайтинг. SEO-тексты.</i> Рерайт текста. SEO-статья. SEO-копирайтинг. Структура написания.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	9	<i>Лекция: SEO-продвижение.</i> Ключевые слова.	1	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	Лабораторные занятия:		4	
	10-11	№3.2: Разработка статьи для продвижения компании в интернете. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	12-13	№3.3: Подбор ключевых слов для SEO продвижения. <i>в форме практической подготовки</i>	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
Тема 3.3 Визуализация и упаковка продуктов	Содержание		4	
	14	<i>Лекция: Разбор визуальных средств рекламы.</i>	1	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	15-16	<i>Лекция: Изготовление рекламных макетов</i> (обработка фото и видеоматериалов в рекламной деятельности). Макеты для разных каналов продвижения.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>

		<i>в форме практической подготовки</i>		
	17	<i>Лекция: Работа в конструкторах Tilda и Wix. Рекламный дизайн в онлайн-конструкторах.</i>	1	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
		<i>в форме практической подготовки</i>		
	Лабораторные занятия		4	
	18-21	№3.4: Разработка макета для интернет-продвижения для разных каналов продвижения (модульный баннер, пост в социальных сетях, статья и т.д.). Разработка макета для социальных сетей, отражающий бренд компании.	4	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
		<i>в форме практической подготовки</i>		
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка презентации.			6	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Копирайтинг (6).				
Тема 3.4 Инструменты продвижения в интернет-маркетинге	Содержание		6	
	22,27	<i>Лекция: SMM-продвижение.</i> Таргетированная реклама. Настройка рекламного кабинета в ВКонтакте и Одноклассники.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
		<i>в форме практической подготовки</i>		
	23,28	<i>Лекция: Коммуникационные стратегии</i> в ВКонтакте/сообществах в Одноклассниках (блогеры, инфлюенсеры, партнеры, СМИ и т.д.). Мессенджеры продаж (скрипты продаж).	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
	24,29	<i>Лекция: Маркетинговая аналитика.</i> Эффективность рекламной кампании в интернете. Продуктовая аналитика. Интерпретация данных о поведении пользователей внутри сервисов и приложений. А/В тестирование. Коммуникационная аналитика. Маркетинговые исследования и потребности аудитории продукта. Анализ пользовательского опыта. Выдвижение гипотез.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>
		<i>в форме практической подготовки</i>		
	Лабораторные занятия		12	
25-26	№3.5: Настройка рекламных кабинетов в ВКонтакте и Одноклассники.	2	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
	<i>в форме практической подготовки</i>			
30-34	№3.6: Настройка контекстной рекламы.	5	<i>ПК 3.1-3.2 ОК 01-0К 9 У1-У4, 31-34</i>	
	<i>в форме практической подготовки</i>			
35-39	№3.7: Анализ сайта компании. Выявление сильных и слабых сторон.	5	<i>ПК 3.1-3.2</i>	

		Выдвижение гипотезы о продвижении сайта. Увеличение конверсии. <i>в форме практической подготовки</i>		<i>OK 01-OK 9 У1-У4, 31-34</i>
Внеаудиторная самостоятельная работа:			45	
1. Подготовка сообщения. 2. Подготовка реферата. 3. Подготовка доклада. 4. Подготовка презентации. 5. Подготовка сообщения.				
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:				
1.1. Мессенджеры продаж (6). 1.2. SMM-продвижение (6). 2.1. Коммуникативная стратегия (6). 2.2. SMM-продвижение (3). 3.1. Изготовление рекламных макетов (6). 4.1. Конструкторы (6). 4.2. Маркетинговая аналитика (6) 5.1. Макеты для носителей (6)				
Практические занятия (в форме практической подготовки):			72	
1-12	№3.1: Разработка SEO оптимизированного текста.		12	<i>ПК 3.1-3.2 OK 01-OK 9 У1-У4, 31-34</i>
13-24	№3.2: Оформление группы (сообщество) и оформите ее		12	<i>ПК 3.1-3.2 OK 01-OK 9 У1-У4, 31-34</i>
25-36	№3.3: Подготовка контент-план для сообщества		12	<i>ПК 3.1-3.2 OK 01-OK 9 У1-У4, 31-34</i>
37-48	№3.4: Создание публикаций в группе		12	<i>ПК 3.1-3.2 OK 01-OK 9 У1-У4, 31-34</i>
49-60	№3.5: Запуск рекламу Вконтакте.		12	<i>ПК 3.1-3.2 OK 01-OK 9 У1-У4, 31-34</i>
61-72	№3.6: Разработка 10 механик проведения конкурсов в Вконтакте		12	<i>ПК 3.1-3.2 OK 01-OK 9 У1-У4, 31-34</i>

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	3	
Всего МДК.03.03:	171	
Учебная практика	36	
Виды работ: - проведение исследования предпочтений целевых групп потребителей; - анализ результатов исследований предпочтений целевых групп, - проведение сегментирования рынка; - принятие решения, направленные на продвижение рекламного продукта;		
Производственная практика	108	
Виды работ: - выявление требований целевых групп потребителей; - разработка средств продвижения рекламного продукта; - разработка маркетинговой части бизнес-плана.		
Всего	552	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия:

- **учебного кабинета:** проектирования рекламного продукта
- **лаборатории и мастерской** по направлению «Реклама» *информационных и коммуникационных технологий.*

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся (25);
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации.

Оборудование лаборатории «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- мебель для рисования и экспозиции;
- набор для рисования;
- МФУ;
- маркерная учебная доска.

Оборудование мастерской «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- базовый набор фотостудии и видеостудии;
- компьютер, многофункциональное устройство;
- прибор для художественной резки пенопласта, пластика;
- оборудование для изготовления рекламной и сувенирной продукции;
- мебель производственная;
- МФУ;
- маркерная учебная доска.

Технические средства обучения:

- стационарные компьютеры и ноутбук с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиа – проектор;
- экран.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Учебники и учебные пособия

1. Винарский, Я.С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: практическое пособие/ Я.С. Винарский, Р. Д. Гутгарц. - Москва: ИНФРА-М, 2023. – 269 с.
2. Матвеев, Р. Ф., Правовое обеспечение профессиональной деятельности. : учебное пособие / Р. Ф. Матвеев. — Москва : КноРус, 2022. — 157 с.
3. Твердохлебова, М.Д., Интернет-маркетинг: учебник / М.Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2023. — 190 с.

Дополнительные источники:

1. Герасимов, Б.И. Виды и средства распространения рекламы: учебное пособие- Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. – 128 с.
2. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров/ М.В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. – 346 с.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Программа профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта реализуется в течение 7 семестра курса обучения.

Освоению данного модуля предшествует изучение дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного, профессионального циклов.

В процессе обучения студентов основными формами являются: аудиторные занятия, включающие лекции, лабораторные и практические занятия, проводимые в форме практической подготовки, а также внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося. Тематика лекций, лабораторных и практических занятий соответствует содержанию программы профессионального модуля.

Лекции формируют у студентов системное представление об изучаемых разделах профессионального модуля, обеспечивают усвоение ими основных дидактических единиц, готовность к восприятию профессиональных технологий и инноваций, а также способствуют развитию интеллектуальных способностей.

Лабораторные и практические занятия обеспечивают приобретение и закрепление необходимых навыков и умений, формирование профессиональных компетенций, готовность к самостоятельной и

индивидуальной работе, принятию ответственных решений в рамках профессиональной компетенции.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов проводится вне аудиторных часов. Внеаудиторная самостоятельная работа включает в себя отработку практических умений и способствует развитию познавательной активности, творческого мышления обучающихся, прививает навыки самостоятельного поиска информации, а также формирует способность и готовность к самосовершенствованию, самореализации и творческой адаптации, формированию общих компетенций.

Оценка теоретических и практических знаний студентов осуществляется с помощью решения профессиональных задач, оценки практических умений. После изучения раздела МДК.03.01. Маркетинг в рекламе и МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности проводится экзамен, после МДК.03.03 Основы цифрового маркетинга проводится дифференцированный зачет. В конце изучения ПМ состоится экзамен, кроме того, материалы профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, включаются в государственную (итоговую) аттестацию по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная практика проводится непрерывным циклом.

Производственная практика проводится как итоговая практика по завершению модуля. Базами производственной практики являются предприятия и организации, с которыми колледж заключает договор о взаимном сотрудничестве. Основными условиями прохождения производственной практики в данных предприятиях и организациях являются наличие квалифицированного персонала, оснащенность современным технологическим оборудованием. Практика по профилю специальности проводится под руководством преподавателей и специалистов предприятия-базы практики. Руководитель от колледжа назначается приказом директора из числа преподавателей специальных дисциплин. В обязанности преподавателя-руководителя практики входит: контроль выполнения программы практики, оказание методической и практической помощи студентам при отработке практических профессиональных умений и приобретения практического опыта, проверка заполнения дневника по производственной практике. Руководители практики студентов от предприятия-базы практик назначаются приказом руководителя предприятия до начала практики, из числа специалистов, имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие профессионального образования, соответствующего профилю модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и специальности 42.02.01 Реклама.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой. Преподаватели и специалисты предприятия-базы практики с опытом деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы (является обязательным).

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	<ul style="list-style-type: none">- соответствие анкеты, разработанной для исследования предпочтений целевых групп потребителей, целям и задачам опроса, и требованиям составлению опросных анкет;- результативность проведения анкетирования целевых групп потребителей;- полнота и аргументированность составления анализа предпочтений потребителей;- обоснованность сегментирования потребительских групп;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: <ul style="list-style-type: none">- устных опросов;- практических занятий № 1.1-1.6;- лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7;- при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы;- при выполнении работ учебной и производственной практики;- промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	<ul style="list-style-type: none">- результативность проведения анкетирования целевых групп потребителей;- соответствие разработки маркетинговой части бизнес-плана требованиям к маркетинговому планированию;- обоснованность отбора средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей;- адекватность разработки	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: <ul style="list-style-type: none">- устных опросов;- практических занятий № 1.1-1.6;- лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7;- при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы;- при выполнении работ учебной и производственной практики;- промежуточной аттестации по

	<p>средств стимулирования сбыта целям и задачам продвижения рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> - соблюдение законодательства в сфере рекламной деятельности при разработке средств продвижения рекламного продукта; 	<p>завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.</p>
<p>ОК 01 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация умения объяснить социальную значимость получаемой специальности; - демонстрация интереса к будущей профессии; - стремление к освоению профессиональных компетенций, знаний и умений (участие в предметных конкурсах, олимпиадах и др.). 	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1-1.6; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
<p>ОК 02 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<ul style="list-style-type: none"> - способность организовать собственную деятельность в соответствии с поставленной целью; - определение и самостоятельный выбор способов (технологий) решения задачи в соответствии с заданными условиями и имеющимися ресурсами. 	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1-1.6; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
<p>ОК 03 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация способностей определения и самостоятельного выбора способов разрешения проблемы в соответствии с заданными критериями; - способность провести анализ ситуации по заданным критериям, определять риски; - адекватность оценки последствия принятых решений. 	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1-1.6; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики;

		- промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 04 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1-1.6; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 05 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1-1.6; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 06 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1-1.6; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.

<p>ОК 07 Брать на себя ответственность за работу членом команды (подчиненных), результат выполнения заданий</p>	<p>- проявление ответственности к результатам выполнения профессиональных обязанностей членами команды; - проведение самоанализа и корректировки результатов собственной работы.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1-1.6; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.</p>
<p>ОК 08 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<p>- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1-1.6; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.</p>
<p>ОК 09 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1-1.6; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.7, 2.1. – 2.12; 3.1. – 3.7; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.</p>

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля производится в соответствии с универсальной шкалой.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
85 ÷ 100	5	отлично
70 ÷ 84	4	хорошо
50 ÷ 69	3	удовлетворительно
менее 50	2	неудовлетворительно

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений экзаменационной комиссией определяется интегральная оценка освоенных обучающимися профессиональных и общих компетенций как результатов освоения профессионального модуля.