МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КОЛЛЕДЖ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ
Ордена Трудового Красного Знамени федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Московский технический университет связи и информатики» (КТ МТУСИ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.02 РАЗРАБОТКА О ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ

по специальности среднего профессионального образования
42.02.01 РЕКЛАМА

Квалификация выпускника: специалист по рекламе

Образовательная программа на базе основного общего образования

Форма обучения: очная

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A4B5DCA3E5B5FC3D5C0B0A4A3D3B5A3B
Владелец: ОРДЕНА ТРУДОВОГО КРАСНОГО ЗНАМЕНИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "МОСКОВСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ СВЯЗИ И ИНФОРМАТИКИ"
Действителен с 17.02.2026 до 13.05.2027

2025г.

ОДОБРЕНО:
Предметной (цикловой) комиссией гуманитарных и социальных дисциплин

Протокол № 8
от 26 марта 2025г.

Председатель предметной (цикловой) комиссии
_____/Никитина Д.В./

Разработано на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 74908) в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Рассмотрено и одобрено на заседании методического совета
«08» апреля 2025г. Протокол № 6

СОГЛАСОВАНО:
Заместитель директора по учебной работе
_____/Соломонова А.В.

Организация-разработчик:
КТ МТУСИ, г. Москва

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	7
3.1. Объем учебной и производственной практики	7
3.2. Тематический план и содержание учебной и производственной практики	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИТИ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	10
4.1. Материально-техническое обеспечение	10
4.2. Учебно-методическое обеспечение	10
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

1.1. Область применения программы практики

Программа учебной и производственной практики является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, входящей в состав укрупнённой группы специальностей и направлений подготовки 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело, в части освоения основного вида деятельности (ВД): разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.2. Место учебной и производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная и производственная практики включены в профессиональный цикл образовательной программы.

1.3. Цели и задачи программы – требования к результатам освоения

Учебная и производственная практики направлены на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках модулей ОПОП СПО по основным видам деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности 42.02.01 Реклама: квалификация - Специалист по рекламе.

Учебная и производственная практика базируется на междисциплинарных курсах профессионального модуля:

МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникативных кампаний, акций и мероприятий.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Иметь практический опыт:

- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;

расчёта основные показатели эффективности рекламной кампании.

Уметь:

- определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании;
- определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании;
- определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании;
- уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиаплан рекламной/коммуникационной кампании;
- составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;
- пользоваться профессиональным глоссарием;
- рассчитывать основные показатели эффективности рекламной кампании;
- анализировать эффективность рекламной кампании;
- использовать сервисы для аналитики и статистики рекламных кампаний Яндекс. Директ и ВК Реклама;

работать с большими объемами данных, анализировать их и применять для повышения эффективности рекламных мероприятий.

Знать:

- систему маркетинговых коммуникаций;
- инструменты маркетинговых коммуникаций;
- методику стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;
- виды стратегий: бизнес-стратегию, маркетинговую стратегию, коммуникационную стратегию, медиа стратегию;
- способы и приемы коммуникации с заказчиком в процессе брифования;
- систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- логику и структуру плана активации коммуникационной стратегии;
- логику и структуру медиаплана;
- методы и способы поиска рекламной идеи;
- методы и способы бюджетирования, и способы оценки эффективности рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

1.4. Количество часов на освоение программы учебной и производственной практики:

Количество часов практики: всего – 216 часов, из них учебная практика – 72 часов, производственная практика – 177 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Результатом освоения программы практики профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий является овладение профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

Код	Содержание 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 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 1	**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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Объем учебной и производственной практики

Вид учебной работы	Объём в часах
Объем образовательной программы	**216**
в том числе:	
учебная практика	72
производственная практика	144
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет	

3.2. Тематический план и содержание учебной и производственной практики по ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем акад. часов	Коды компетенций
	Учебная практика		
		72	
Тема 1: Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**Содержание учебного материала**	**30**	
	Определение коммуникационной кампании, функции рекламной/коммуникационной кампании.	6	ПК 2.1, ПК 2.2, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	Структура коммуникационной кампании. Основные требования к проекту РК	6	
	Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика	6	
	Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика	6	
	Коммуникационная стратегия кампании	6	
Тема 2: Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**Содержание учебного материала**	**24**	
	Разработка стратегического/креативного брифа на проведение рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	6	ПК 2.1, ПК 2.2, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	Составление активационный план коммуникационной стратегии	6	
	Разработка стратегического/креативного брифа на проведение рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия.	6	
	Проведение аналитики рынка	6	
Тема 3: Основные показатели эффективности рекламной кампании	**Содержание учебного материала**	**18**	
	Методы определения коммуникативной и экономической эффективности рекламы.	6	ПК 2.1, ПК 2.2, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	Основные метрики рекламной коммуникации.	6	
	Определение вида и механизмов программы лояльности.	6	
	Учебная практика	**72**	
	Производственная практика	**144**	
Тема 1: Планирование рекламных кампаний (по	**Содержание учебного материала**	**48**	
	Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	6	ПК 2.1, ПК 2.2,
	Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	6	
	Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	6	

запросу заказчика).	Основные способы поиска рекламной идеи	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	Основные способы поиска рекламной идеи	6	
	Обоснование и выбор каналов коммуникации.	6	
	Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании	6	
	Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов ее мониторинга	6	
Тема 2: Определение форматов предъявления результатов планирования результатов рекламной кампании (по запросу заказчика).	**Содержание учебного материала**	**48**	
	Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	6	ПК 2.1, ПК 2.2, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	6	
	Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	6	
	Разработка презентации рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	6	
	Разработка презентации рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	6	
	Разработка презентации рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	6	
	Защита презентации рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	6	
	Защита презентации рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	6	
Тема 3: Применение цифровых технологий при планировании и разработке стратегии маркетинговых коммуникаций (по запросу заказчика).	**Содержание учебного материала**	**48**	
	Площадки онлайн-продвижения: Яндекс Директ, VK Реклама. Инструменты для аналитики рекламы	6	ПК 2.1, ПК 2.2, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	Площадки онлайн-продвижения: Яндекс Директ, VK Реклама. Инструменты для аналитики рекламы	6	
	Площадки онлайн-продвижения: Яндекс Директ, VK Реклама. Инструменты для аналитики рекламы	6	
	Использование сервиса Яндекс Директ для аналитики и статистики	6	
	Использование сервиса Яндекс Директ для аналитики и статистики	6	
	Использование сервиса Яндекс Директ для аналитики и статистики	6	
	Использование платформы ВК Реклама для получения аналитических и статистических данных	6	
	Использование платформы ВК Реклама для получения аналитических и статистических данных	6	
	Производственная практика	**144**	
	ВСЕГО	**216**	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИК

4.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы учебной и производственной практики предусмотрены следующие специальные помещения:

Основ композиции в рекламе
Рисунка и живописи в рекламе
Основы финансовой грамотности
Основ бережливого производства
Психологии в рекламе
Истории экранных искусств
Маркетинговых исследований
Дизайна и макетирования рекламной продукции
Брендинга и бренд менеджмента
Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний

Лаборатории:
Информационных технологий
Цифровых коммуникационных технологий
Компьютерной графики
Видеостудия
Фотостудия

Базы производственной практики – площадки ООО «Труайти», РОО «Союз дизайнеров Москвы», ООО «ВП-МЕДИА», РОО «Союз дизайнеров Москвы».

4.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программ учебной и производственной практик библиотечный фонд КТ МТУСИ имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда 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.

4.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

Основные печатные издания

1. Володина Л. В. Теория и практика коммуникационной кампании в коммерческой сфере: учебное пособие / Л. В. Володина. – СПб.: СПГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. – 97 с.
2. Карпова С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2023. — 425 с.
3. Носова С.С., Путилов А.В., Норкина А.Н., Цифровая экономика — Москва: КноРус, 2024. — 303 с.
4. Поляков В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Юрайт, 2023. — 514 с.

Основные электронные издания

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512271
2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513928

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)

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

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Код и содержание профессиональных компетенций, формируемых в рамках модуля	**Критерии оценки**	**Методы оценки результатов обучения**
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 Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной, 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	результатов работы на практических занятиях Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной, производственной практики
Код и содержание общих компетенций, формируемых в рамках модуля	**Критерии оценки**	**Методы оценки результатов обучения**
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	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта

	задачи; - аргументация выбора конкретного способа	Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной, 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: - зачета,; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной, производственной практики
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и

		нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной, 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 Зачет Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности Результаты выполнения

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	индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - зачета; - экзамена по модулю Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики