

**Частное образовательное учреждение
профессионального образования
Брянский техникум управления и бизнеса**

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 09D41FB70039B39F944142467F307B5036
Владелец: Прокопенко Любовь Леонидовна
Действителен: с 14.08.2025 до 14.08.2026

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
ПК.3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
ПК.3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - выявления основных и второстепенных конкурентов; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - структуры и базовых принципов рекламного сообщения.
------------------	---

Уметь	<ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - производить качественные аналитические исследования рынка; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - определять ключевые цели рекламной кампании; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - использовать поисковые системы интернета.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды; - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - методики рекламного планирования; - важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 347 часов

в том числе в форме практической подготовки 226 часов

Из них на освоение МДК- 257 часов

в том числе самостоятельная работа - 62

практики, в том числе учебная 36 часов

производственная 36 часов

Промежуточная аттестация -18 часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная		
1	2	3	4	5	6	7	8			
ПК.3.1, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Раздел 1. МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	117	60	117	60		31			
ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Раздел 2. МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	140	76	140	76		32			
ОК 01-07, ОК09, ПК 3.1.-3.3.	Учебная практика	36	36						36	
ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Производственная практика	36	36							36
	Промежуточная аттестация	18	18						18	
	Всего:	347	226	257	136		62	18	36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

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

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
Раздел 1. МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.		86/60
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание	16
	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	4
	2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	2
	3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	2
	4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда	2
	5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	2
	6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения	2
	7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	30
	Практическое занятие 1: Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.	4
	Практическое занятие 2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.	4
	Практическое занятие 3. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.	4
	Практическое занятие 4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.	4
	Практическое занятие 5. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс.Метрику.	4
	Практическое занятие 6. Разработать концепцию продвижения личного бренда.	2
	Практическое занятие 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.	4
	Практическое занятие 8. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	4

Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно- медийного продвижения в интернете	Содержание	14
	1. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.	2
	2. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.	2
	3. SEO. РСЯ. Email-маркетинг.	2
	4. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.	2
	5. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.	2
	6. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.	2
	7. Системы управления интернет-рекламой.	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	30
	Практическое занятие 9: Создать контент стратегию для личного бренда.	4
	Практическое занятие 10. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	4
	Практическое занятие 11. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.	4
	Практическое занятие 12. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	4
	Практическое занятие 13. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.	4
	Практическое занятие 14. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	2
	Практическое занятие 15. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.	4
	Практическое занятие 16. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга	4
Раздел 2. МДК.03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.		108/76
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание	13
	1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.	1
	2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы	2
	3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	2
	4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	2
	5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями	2
	6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	2

	7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	36
	1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет»	2
	2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.	2
	3. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании	4
	4. Разработка контентной составляющей для личного бренда	4
	5. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства	4
	6. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.	4
	7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима а/в тестирования. Создание креативов для рекламы.	4
	8. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.	4
	9. Оптимизация meta-информации страницы	4
	10. Составить продающую цепочку для чат-бота	4
Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	Содержание	15
	1. Технологии привлечения посетителей на сайт	3
	2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга	2
	3. Этапы осуществления компаний.	2
	4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.	2
	5. E-mail- и вирусный маркетинг.	2
	6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.	2
	7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	40
	1. Разработка уникального торгового предложения	4
	2. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов	4
	3. Визуальное оформление контента для личного бренда	4
	4. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании	4
	5. Swot анализ и Pest анализ компании	4
	6. Позиционирование бренда. Платформа	4
	7. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей	4
	8. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения	4

	9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	4
	10. Анализ трафика на веб-сайт	4
Учебная практика Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 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 		36
Производственная практика раздела № <i>(если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики)</i> <ol style="list-style-type: none"> 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. 		36
Самостоятельная работа		62
Промежуточная аттестация		18
Всего		347

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Маркетинговых исследований, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные источники

1. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137769.html>

2. Деева, К. А. Интернет-маркетинг : учебно-методическое пособие / К. А. Деева, Е. А. Малов. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2024. — 64 с. — ISBN 978-5-7782-5170-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/155566.html>; <https://urait.ru/bcode/568394>

3. Катаев, А. В. Технологии маркетинга в интернет-среде : учебное пособие / А. В. Катаев, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. — 146 с. — ISBN 978-5-9275-4644-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149683.html>

4. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>

5. Ушанов, П. В. Рекламная деятельность на телевидении : учебное пособие для СПО / П. В. Ушанов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2026. — 47 с. — ISBN 978-5-4488-2660-3, 978-5-4497-4830-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/154890.html>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Заболотская, Е. А. Современные модели информационного потребления в сфере моды / Е. А. Заболотская ; под редакцией С. П. Акутиной. — Москва : Издательство «Перо», 2022. — 24 с. — ISBN 978-5-00204-600-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137697.htm>

2. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 161 с. — ISBN 978-5-9275-3437-1. — Текст :

электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100169.html>

3. *Милинчук, Е. С.* SMM-маркетинг : учебник для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568585>

4. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561458>

5. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561316>

6. *Паллотта, В. И.* Графический дизайн в рекламно-выставочной коммуникации. В 2 частях. Ч.1 : учебное пособие / В. И. Паллотта, Т. В. Сичкарь. — Москва : Университет мировых цивилизаций имени В.В.Жириновского, 2022. — 228 с. — ISBN 978-5-907445-91-8 (ч.1), 978-5-907445-90-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126942.html>

7. *Хуссейн, И. Д.* Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568998>

3.3.3 Интернет-ресурсы:

1. Образовательная платформа «ЮРАЙТ» - <https://urait.ru/>
2. Цифровой образовательный ресурс «IPR Smart» - <https://www.iprbookshop.ru/>
3. Информационно-правовой портал «ГАРАНТ» - <http://www.garant.ru/>
4. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
5. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
6. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
7. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
8. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
9. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru ;
10. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
11. Рекламный сайт "Advertising.ru"; <http://www.advertising.ru>
12. Сайт "Advertology.ru"; www.advertology.ru/
13. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprtd.ru/>.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК,	Критерии оценки	Методы оценки
--------------	-----------------	---------------

формируемых в рамках модуля		
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Устные выступления с презентацией Защита проектов Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации. 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить</p>

		<p>альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> - 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» 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - участников рекламной деятельности и их функции; - классификацию рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного

	<ul style="list-style-type: none"> - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы. 	<p>экзамена по модулю.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
--	--	---