

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области  
Областное государственное автономное профессиональное  
образовательное учреждение  
**«Белгородский индустриальный колледж»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ. 05 Продвижение услуг радиосвязи и вещания**

по специальности  
**11.02.10 Радиосвязь, радиовещание и телевидение  
(углубленной подготовки)**

квалификация  
**специалист по телекоммуникациям**

Белгород 2020г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности **11.02.10 Радиосвязь, радиовещание и телевидение (углубленной подготовки).**

Рассмотрено  
цикловой комиссией

Протокол заседания № 1  
от «31» августа 2020 г.

Председатель цикловой  
комиссии

\_\_\_\_\_/ Чобану Л.А. /

Согласовано

Зам.директора по УМР

\_\_\_\_\_/Бакалова Е.Е.

«31» августа 2020 г.

Утверждаю

Зам.директора по УР

\_\_\_\_\_/Выручаева Н.В.

«31» августа 2020 г.

Рассмотрено

цикловой комиссией

Протокол заседания № 1

от « » августа 2021г.

Председатель цикловой  
комиссии

\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_/

Рассмотрено

цикловой комиссией

Протокол заседания № 1

от « » августа 2022 г.

Председатель цикловой  
комиссии

\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_/

Рассмотрено

цикловой комиссией

Протокол заседания № 1

от « » августа 2023 г.

Председатель цикловой  
комиссии

\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_/

Рассмотрено

цикловой комиссией

Протокол заседания № 1

от « » августа 2024 г.

Председатель цикловой  
комиссии

\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_/

Организация разработчик: ОГАПОУ «Белгородский индустриальный колледж»

Составитель:

Фалькова И.Н. - преподаватель ОГАПОУ «Белгородский индустриальный колледж»

Экспертиза:

(внутренний рецензент) ОГАПОУ «Белгородский индустриальный колледж», преподаватель Савченко В.А.

(внешний рецензент) ФГУП РТРС филиала «Белгородский ОРТПЦ» директор Моисеев С.П.

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	4
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	7
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	8
<b>4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	13
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	16

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ. 05 Продвижение услуг радиосвязи и вещания

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности **11.02.10 Радиосвязь, радиовещание и телевидение** (углубленной подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Продвижение услуг радиосвязи и вещания** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Проводить маркетинговые исследования рынка услуг связи для формирования бизнес-планов и бизнес-процессов.
2. Выбирать технологии для предоставления различных услуг связи в соответствии с заказами потребителей.
3. Определять стратегию жизненного цикла услуг радиосвязи и вещания.

### 1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

#### **иметь практический опыт:**

- применения методов изучения рынка отрасли связи и информатизации; разработки маркетингового плана продвижения услуг связи, достижения конкурентного преимущества на рынке;
- организации работы по продвижению услуг связи на рынке связи и информатизации; составления рекламного продукта;
- решения практических задач рекламы услуг связи; поиска и привлечения потенциальных клиентов; презентаций и продаж услуг связи;
- работы с жалобами клиентов и выхода из конфликтных ситуаций;
- выбора стратегии поведения на основе психологического типа клиента;
- обслуживания клиентов по телефону; получения данных от клиентов;
- решения практических задач методами экспертных оценок;
- выявления и использования конкурентных преимуществ на рынке услуг связи и информатизации; расчета коэффициентов качества услуги связи;
- применения инструментария для построения деловых отношений через Интернет;
- электронного ведения бизнеса;
- моделирования и анализа деятельности организации на основе современных информационных технологий.

#### **уметь:**

- применять маркетинговый подход к исследованию рынка услуг связи и информатизации;
- решать практические задачи методом экспертных оценок; выявлять конкурентные преимущества;
- разрабатывать маркетинговый план;

- разрабатывать концептуальную модель бизнес-плана продвижения услуг связи;
- разрабатывать и работать с компьютерной моделью бизнес-плана продвижения услуг связи;
  - определять стратегию жизненного цикла услуг связи;
  - определять и выбирать показатели для оценки качества услуг связи;
  - владеть методикой определения уровня удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг;
  - разрабатывать рекламу услуг;
  - определять и выбирать показатели для оценки качества услуг связи и информатизации.

**знать:**

- методы изучения рынка отрасли связи и информатизации;
- методы изучения конкурентоспособности организации на рынке связи и информатизации;
  - перспективные технологии разработки бизнес-плана;
  - стратегические и финансовые аспекты бизнес-плана и их влияние на реализацию намерений и достижение целей организации;
  - инструменты маркетингового "микса" и продвижение услуг связи;
  - организацию работы по продвижению услуг связи на рынке;
  - процессы жизненного цикла услуг связи и информатизации;
  - методы ценообразования на рынках услуг связи и информатизации;
  - методы контроля и оценки качества предоставляемых услуг;
  - качество продукции и цели управления качеством;
  - качество продукции и внедрение новых технологий;
  - качество продукции и оценку качества услуг связи и информатизации;
  - систему менеджмента качества;
  - психологическое воздействие рекламного продукта при продвижении услуг связи;
  - PR-технологии и продвижение услуг связи;
  - методы ценообразования на рынках услуг связи;
  - современные информационные системы компаний;
  - современные технологии управления организации: процессно-стоимостные и функциональные.

**1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего –153 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося –117 часов, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –78 часа; самостоятельной работы обучающегося –11 часов(всего); консультаций – 28 часов  
производственной практики – 36 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Продвижение услуг радиосвязи и вещания**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1	Проводить маркетинговые исследования рынка услуг связи для формирования бизнес-планов и бизнес-процессов.
ПК 5.2	Выбирать технологии для предоставления различных услуг связи в соответствии с заказами потребителей.
ПК 5.3	Определять стратегию жизненного цикла услуг радиосвязи и вещания.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.05 Продвижение услуг радиосвязи и вещания

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		Консультации	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности)** часов		
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы, практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
ПК 5.1-5.3	Раздел 1. Конкурентоспособности организаций сферы услуг	60	40	20		6					14
ПК 5.1-5.3	Раздел 2. Продвижение услуг радиосвязи и вещания	57	38	16	-	5	-				14
	Производственная практика, (по профилю специальности), часов	36								36	
<b>Всего</b>		<b>153</b>	<b>78</b>	36	-	<b>11</b>	-		<b>36</b>	<b>28</b>	

\* Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

\*\* Производственная практика (по профилю специальности) может проводиться параллельно с теоретическими занятиями междисциплинарного курса (рассредоточено) или в специально выделенный период (концентрированно).

**3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)  
ПМ.05 Продвижение услуг радиосвязи и вещания**

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
ПМ 05. Раздел 1. Конкурентоспособность организаций сферы услуг		60		
МДК 05.01. Теоретические основы оценки конкурентоспособности организации связи и информатизации		60		
Тема 1.1. Управление конкурентоспособностью организаций сферы услуг	Содержание		40	
	1	Основы управления, ориентированного на обеспечение конкурентоспособности организаций сферы услуг. Конкуренция: понятие, сущность и движущие силы. Система управления организацией: структура и содержание. Сущность научных подходов к управлению конкурентоспособностью. Принятие решений в системе управления конкурентоспособностью организации	20	2
	2	Особенности оценки конкурентоспособности услуг. Услуга: понятие, сущность, классификация. Критерии конкурентоспособности услуг. Факторы конкурентоспособности услуг. Принципы и методы оценки конкурентоспособности услуг.		2
	3	Оценка конкурентного потенциала организаций сферы услуг. Конкурентоспособность организации: характеристика понятия и факторы воздействия. Конкурентный потенциал организации. Конкурентная позиция организации. Конкурентный риск.		2
	4	Конкурентная среда организации в обеспечении конкурентоспособности		3

		<b>организаций сферы услуг.</b> Государственное регулирование сферы услуг Конкурентная среда организации. Конкурентная разведка.		
	5	<b>Экономическое поведение организаций сферы услуг по обеспечению конкурентоспособности.</b> Конкурентная стратегия: понятие и классификация Методические подходы к формированию конкурентной стратегии организации.		<b>3</b>
	<b>Практические занятия</b>		<b>20</b>	
	1-2	Методы оценки конкурентоспособности предприятия	4	
	3-4	Оценка конкурентоспособности инфокоммуникационных услуг	4	
	5-6	Оценка удовлетворенности потребителей качеством инфокоммуникационных услуг	4	
	7-8	SWOT-анализ в оценке конкурентоспособности организации	4	
	9-10	Расчет общего коэффициента конкурентоспособности услуг	4	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 05</b>			<b>6</b>	
Систематическая проработка конспектов занятий, рекомендуемой учебной литературы (по вопросам к параграфам главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к лабораторным работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторно-практических работ, отчетов и подготовка к их защите.				
<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b>				
1. Экономическая характеристика и классификация услуг.				
2. Исследование рынка услуг и прогнозирование спроса.				
3. Оценка возможностей предприятий связи по удовлетворению спроса.				
4. Определение объема услуг в бизнес-планах предприятий.				
5. Сущность и классификация тарифов				
6. Характеристика действующих тарифов и методов их формирования.				
7. Технология маркетинга новых услуг и систем связи.				
8. Расчет основных показателей бизнес-плана предприятия				
9. Методы оценки эффективности бизнес-планов инвестиционных проектов				
<b>Консультации МДК 05.01</b>			<b>14</b>	
<b>Раздел 2. Продвижение услуг радиосвязи и вещания</b>			<b>57</b>	
<b>МДК 05.02. Методика выбора технологий для продвижения услуг</b>			<b>57</b>	
<b>Тема 2.1.</b>			<b>38</b>	
<b>Стратегии продвижения услуг</b>		<b>Содержание</b>		
	1	<b>Маркетинговые исследования.</b> Типы маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований по изучению потребителей.	<b>22</b>	<b>2</b>

связи	2	<b>Стратегии маркетинговой коммуникации.</b> Виды маркетинговых коммуникаций. Личные продажи. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Пропаганда. Стимулирование сбыта.		2	
	3	<b>Эффективность мобильной рекламы.</b> Мобильная реклама: тенденции и перспективы. Bluetooth-реклама как главная составляющая мобильного маркетинга. Bluetooth-реклама для продвижения услуг.		2	
	4	<b>Реклама и связи с общественностью.</b> Основы рекламы. Технологии связей с общественностью. Антикризисный PR. Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. Разработка и реализация PR-мероприятий. Организация работы со СМИ. Реклама в коммуникационном процессе. Технологии разработки и производства рекламного продукта.		2	
	5	<b>Исследования в сфере связей с общественностью и рекламы.</b> Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью. Прикладная социология. Интегрированные маркетинговые коммуникации.		3	
	6	<b>Подготовка рекламных и PR-текстов.</b> Копирайтинг. Жанры PR-текстов. Стилистика рекламных и PR-текстов		3	
	7	<b>Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью.</b> Современные подходы к работе с информацией в сфере бизнеса. Современные пакеты прикладных программ для организации рекламной деятельности. Виды и технологии Internet-рекламы. Роль и место web-сайта в продвижении товаров и услуг		3	
	<b>Практические занятия</b>			<b>16</b>	
	1-2	Отбор целевых сегментов рынка		4	
	3	Анализ факторов внешней и внутренней среды влияющих на работу фирмы		2	
	4	Разработка товарного знака и выбор упаковки		2	
5	Анализ влияния цены на покупательскую способность потребителя		2		
6	Выбор посредника		2		
7	Разработка текста рекламного сообщения		2		
	8	Маркетинг и рыночные позиции компании		2	
<b>Консультации МДК 05.02</b>			<b>14</b>		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ 05</b>			<b>5</b>		
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к лабораторным и практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя оформление лабораторно-практических работ, отчетов и подготовка к их защите.					

<p><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение маркетинга и основные факторы, влияющие на него</li> <li>2. Содержание и процесс управления маркетингом</li> <li>3. Маркетинг и внутренняя среда фирмы</li> <li>4. Маркетинг и корпоративная стратегия</li> <li>5. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования</li> <li>6. Виды маркетинговой информации и источники ее получения</li> <li>7. Обзор рынка маркетинговой информации</li> <li>8. Маркетинговые информационные системы</li> <li>9. Организация маркетинговых исследований</li> <li>10. Обработка и анализ результатов маркетинговых исследований</li> <li>11. Понимание потребителя</li> <li>12. Сегментирование рынка и позиционирование услуг на нем</li> <li>13. Маркетинговые решения и стратегия по услугам</li> </ol>		
<p><b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>  <b>Виды работ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организации работы по продвижению услуг связи на рынке связи и информатизации; составление рекламного продукта</li> <li>2. Реклама услуг связи; поиск и привлечение потенциальных клиентов; презентаций и продаж услуг связи;</li> <li>3. Организация работы с жалобами клиентов и выхода из конфликтных ситуаций</li> <li>4. Организация обслуживания клиентов по телефону; получение данных от клиентов</li> <li>5. Обзор рынка маркетинговой информации</li> <li>6. Бизнес-план продвижения услуг связи.</li> <li>7. Моделирование и анализ деятельности организации на основе современных информационных технологий.</li> <li>8. Организация маркетинговых исследований.</li> <li>9. Обработка и анализ результатов маркетинговых исследований</li> </ol>	<b>36</b>	
<p><b>Всего</b></p>	<b>153</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета.

Технические средства обучения:

- компьютер
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- комплект учебно-наглядных пособий
- раздаточный материал:
- тестовые задания
- таблицы, схемы;
- карточки-задания;
- стенды, плакаты.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику (по профилю специальности). Производственную практику (о профилю специальности) рекомендуется проводить концентрированно в специально выделенный период на рабочих местах баз практики.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**Нормативные документы:**

1. Конституция РФ
2. Гражданский кодекс РФ Издательство Омега-Л, 201
3. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ "О связи".
4. РД 45.120.-2000 Руководящий документ отрасли. Нормы технологического проектирования. Городские и сельские телефонные сети. ЦНТИ, «ИНФОРМСВЯЗЬ». – Москва, 2000 г.

**Основные источники:**

1. Экономика организации (предприятия) (для СПО). Учебник: учебник / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. — М.: КноРус, 2018. - 408 с.
2. Лебедева, Е. М. Экономика отрасли: учебник / Е. М. Лебедева. - Москва: Академия, 2019. – 176 с.: ил. - (Профессиональное образование) (Топ 50).
3. Экономика организации (предприятия) (для СПО). Учебник: учебник / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. — М.: КноРус, 2018. - 408 с. - <http://www.book.ru/book/92593>
4. Кибанов, А.Я. Управление персоналом. : учебное пособие / Кибанов А.Я. — Москва : КноРус, 2019. — 201 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07343-8. — URL: <https://book.ru/book/932267> — Текст : электронный.

### **Дополнительные источники:**

1. Растова, Ю.И. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / Растова Ю.И., Фирсова С.А. — Москва: КноРус, 2019. — 280 с. — URL: <https://book.ru/book/930229> (дата обращения: 18.09.2019). — Текст: электронный.
2. Олехнович, С. А. Организация и управление бизнес-процессами: конспект лекций / С. А. Олехнович. — СПб.: Университет ИТМО, 2016. — 168 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/67455.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Бочарова Т. Как повысить конкурентоспособность организации? // Управление персоналом. - 4 - №4. - С.38-39.
4. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. -М.: Аспект Пресс, 2014.

### **Internet-ресурсы**

1. <http://www.subscribe.ru> (Маркетинговые исследования // бесплатная рассылка)
2. <http://www.cfin.ru>
3. [http://www.marketing.spb.ru/lib-research/competition\\_spy.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-research/competition_spy.htm)
4. [www.kadrovic.ru](http://www.kadrovic.ru)

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля ПМ.05 **Продвижение услуг радиосвязи и вещания** является освоение производственной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля.

### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля ПМ.05 Продвижение услуг радиосвязи и вещания по специальности 11.02.10 Радиосвязь, радиовещание и телевидение.

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, осуществляющих руководство практикой.

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты — преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 5.1 Проводить маркетинговые исследования рынка услуг связи для формирования бизнес-планов и бизнес-процессов.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знание методов изучения конкурентоспособности организации на рынке связи и информатизации;</li> <li>- применение маркетингового подхода к исследованию рынка услуг связи и информатизации;</li> <li>- решение практических задач методом экспертных оценок; выявлять конкурентные преимущества;</li> <li>- разработка маркетингового плана;</li> </ul>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- защиты практических занятий;</li> <li>- контрольных работ по темам МДК.</li> </ul> <p>Зачеты по производственной практике и по каждому из разделов профессионального модуля.</p> <p>Комплексный экзамен по модулю.</p>
ПК 5.2 Выбирать технологии для предоставления различных услуг связи в соответствии с заказами потребителей.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка концептуальной модели бизнес-плана продвижения услуг связи;</li> <li>- работа с компьютерной моделью бизнес-плана продвижения услуг связи;</li> </ul>	
ПК 5.3 Определять стратегию жизненного цикла услуг радиосвязи и вещания.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определение стратегии жизненного цикла услуг связи;</li> <li>- определение и выбирать показатели для оценки качества услуг связи;</li> <li>- владение методикой определения уровня удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг;</li> <li>- разработка рекламы услуг;</li> <li>- выбор показателя для оценки качества услуг связи и информатизации.</li> </ul>	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к будущей профессии</li> <li>- увлечённость в технической деятельности</li> </ul>	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области инсталляции, регулировки, настройки и технического обслуживания радиоэлектронной аппаратуры;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения;</li> </ul>	
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- понимать сущность выбранной профессии;</li> <li>- проявлять техническую устремлённость и интерес к собственной деятельности;</li> <li>- анализировать работу и давать ей собственную оценку;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения;</li> </ul>	
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективный поиск необходимой информации;</li> <li>- использование различных источников, включая специализированные сайты Internet</li> </ul>	

профессионального и личностного развития.		
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	- составление монтажных схем с применением графических редакторов; - разработка печатных плат с помощью современных информационных технологий и технических средств.	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной работы	

<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля</p>	
<p>ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>- анализ инноваций в области инсталляции, регулировки, настройки и технического обслуживания радиотелевизионной аппаратуры;</p>	