

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИЙ «ПРОФЕССИОНАЛ»
(АНО ПО «КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИЙ «ПРОФЕССИОНАЛ»)**

Предметно-цикловая комиссия «Реклама»

СОГЛАСОВАНО:



УТВЕРЖДЕНО:



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

программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности 42.02.01 Реклама
(код и наименования специальности)

по программе базовой подготовки

Москва, 2026

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

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Колледж инноваций «Профессионал» (АНО ПО «Колледж инноваций Профессионал»)

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ
ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ
ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

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 обучающийся должен освоить основной вид деятельности: Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций 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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 03	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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками		Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
Уметь		Разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в интернете
		планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек.
		запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности.
Знать		специфику механизма торгового бренда.
		новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью он-лайн технологий.

Всего часов **172**

в том числе в форме практической подготовки **86**

Из них на освоение МДК **172**

в том числе самостоятельная работа _____

практики, в том числе учебная 36

производственная 36

Промежуточная аттестация

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и мероприятий
Для специальности 42.02.01 Реклама

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК 1 ОК 2 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 4.1	Раздел 1. Цифровой маркетинг	131	50							
ОК 1 ОК 2 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 4.1	Раздел 2 Коммуникационные инструменты интернет- среды	82	36							
	Учебная практика	36	36							
	Производственная практика	36	36						36	
	Промежуточная аттестация	12								36
	Всего:	297	158						36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

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)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч	Код ПК, ОК
1	2	3	4
		Обязат. часть ОП	
Раздел 1. Цифровой маркетинг			
МДК.03.01 Цифровой маркетинг			
Тема 3.1 Маркетинговые основы изучения интернет-рынка	Содержание		ОК 1 ОК 2 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 4.1
	Введение в DIGITAL-маркетинг. Сущность, понятие, особенности и принципы	25	
	DIGITAL-маркетинг в построении современной бизнес- концепции предприятия. Электронная коммерция. Состояние и тенденции развития интернет-фирм в России		
	Интернет-рынок и его структура. Комплекс маркетинга 4Р для интернет-рынка		
	Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга		
	Особенности ведения товарной политики в Интернете. Информационные товары и интернет-товары. Товарная политика и товарные стратегии в Интернете		
	Особенности ведения ценовой политики в Интернете. Цена и этапы ее формирования. Современные ценовые стратегии в Интернете. Модель ценообразования на интернет-рынке		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое задание: Интернет-рынки	25	ОК 1 ОК 2 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 4.1
	Практическое задание: Сегментация в Интернете		
	Практическое задание: Оценка товарной политики интернет-фирмы		
	Практическое задание: Способы повышения знаний о товаре, услуге или компании		
	Практическое задание: Бюджетное продвижение продукта		
	Практическое задание : Оценка ценовой конкуренции на интернет- площадках		
Практическое задание : Методы ценообразования в Интернете .			

Тема 3.2 Особенности продвижения на различных интернет-площадках	Содержание		
	Поисковое продвижение сайтов. Технологии привлечения посетителей на сайт	25	ОК 1 ОК 2 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 4.1
	Сайт как инструмент цифрового маркетинга.		
	Вирусный маркетинг в Интернете		
	Email-маркетинг		
	Маркетинг в социальных сетях		
	Интернет-реклама		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое задание: блоги, сообщества, вики, социальные сети,	25	ОК 1 ОК 2 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 4.1
	Практическое задание: комплексные сервисы, карты, мессенджеры, почтовые рассылки, RSS		
	Практическое задание: Формирование лояльности и предпочтений целевой аудитории.		
	Практическое задание: Выбор целевой аудитории и каналов продвижения		
	Практическое задание: Email-маркетинг		
	Практическое задание: Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий		
	Практическое задание: Связь стратегии цифрового маркетинга и разработки/модернизации сайта		
	Практическое задание: Аудит сайта.		
	Практическое задание: Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.		
	Практическое задание: Принципы управления поисковым маркетингом		
	Практическое задание: Анализ веб сайтов предприятий.		
	Практическое задание: Анализ эффективности e-mail рекламы		
	Практическое задание: Работа с пользователями в социальных сетях		
	Практическое задание: Разработка плана рекламной кампании в интернете		
	Практическое задание: Проектирование медиаплана в интернете		
	Практическое задание: Интернет- маркетинг и он-лайн реклама		
Раздел 2. Коммуникационные инструменты интернет- среды			
МДК 03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды			
Тема 3.3 Основы	Содержание		ОК 1 ОК 2 ПК 3.1

цифровых коммуникаций	Основные понятия в сфере цифровой коммуникации. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг	18	ПК 3.2 ПК 4.1
	Цели цифровых коммуникаций и их назначение		
	Интернет как основа развития цифровых коммуникаций		
	Технологии общения в интернете		
	Стратегии цифровой коммуникации в интернете		
	Основы создания цифровых ресурсов и обеспечение их функционирования в глобальной сети		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	18	ОК 1 ОК 2 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 4.1
	Практическое задание: Мобильные платформы, мобильные устройства.		
	Практическое задание :Пользовательский контент.		
	Практическое задание : Характеристика видов электронных платежных систем		
	Практическое занятие: Анализ рекламы в интернете		
	Практическое занятие: Качество веб -ресурса		
	Практическое занятие: Блоги в сфере профессиональных коммуникаций		
	Практическое занятие: Приемы лидогенерации		
	Практическое занятие: Технические возможности сервисов сбора статистики о посетителях «Яндекс Метрика» и «GoogleAnalytics» Веб-аналитика необходима владельцу веб-ресурса		
Тема 3.4 Виды и технологии цифровых коммуникаций	Содержание	18	ОК 1 ОК 2 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 4.1
	Информационные коммуникационные технологии, их классификация		
	Деловые коммуникации в цифровой среде		
	Межличностная интернет-коммуникация		
	Посадочная страница коммерческого сайта		
	Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети интернет		
	Поисковое продвижение сайта. Способы привлечения посетителей из поисковых систем.		
	SEO– аудит сайта		
	Контекстная и таргетированная реклама. Поисковая оптимизация (SEO).		
	Медийная (юаннерная) реклама и инструменты ее автоматизации		
	RTB– технология интернет- рекламы		

Продвижение компании с помощью SMM		
Обзор популярных социальных сетей		
Social Media Optimization (SMO)		
Мониторинг социальных сетей и блогов		
Новые цифровые технологии. Медиа-показатели эффективности.		
Цифровой этикет		
В том числе практических занятий и лабораторных работ		
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для предприятия торговли	18	ОК 1 ОК 2 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 4.1
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для промышленного предприятия		
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для предприятия, оказывающего услуги		
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для рекламного предприятия		
Практическое занятие: Разработка макета сайта в программе Photoshop		
Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Winx)		
Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Tilda)		
Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Canva)		
Практическое занятие: Сравнительный анализ оптимизированных сайтов		
Практическое занятие: Повышение коэффициента кликабельности сайта		
Практическое занятие: Разработка приемов для увеличения привлекательности сайта для целевых клиентов		
Практическое занятие: Дизайн веб-ресурсов		
Практическое занятие: Создание макета электронной газеты		
Практическое занятие: Разработка контекстной рекламы		
Практическое занятие: Разработка таргетированной рекламы		
Практическое занятие: Разработка таргетированной и контекстной рекламной кампании в системах Яндекс.Директ и Google Adword		
Практическое занятие: «Популярные социальные сети в России»		
Практическое занятие: Создание макета социальной интернет– рекламы		
Практическое занятие: Создание рекламного письма почтовой рассылки		
Практическое занятие: Разработка вирусной рекламы		
Практическое занятие: Настройка аудитории		
Практическое занятие: Разработка дизайна формы для регистрации		

	Практическое занятие: Разработка интернет- каталога		
	Практическое занятие: Создание мобильного приложение		
	Практическое занятие: Адаптация мобильного приложения под веб- версию		
	Практическое занятие: Спам в Интернете		
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела			
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)			
Учебная практика Виды работ Управление коммуникациями в Интернет Медийная реклама в интернете. Виды баннеров. Способы продажи. Контекстная реклама в интернете. Специфика видео как рекламного носителя. Таргетированная реклама в социальных сетях. Поисковая оптимизация: Подготовка текстов для интернет-ресурсов. Рассылки - механизмы работы, метрики эффективности, инструменты. Обеспечение он-лайн мероприятий. Нестандартное продвижение - SMO, вирусный маркетинг. Медиамикс. Тренды развития PR и рекламы в сети Интернет		36	
Производственная практика Виды работ ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании, являющейся местом прохождения практики; выявление актуальных научных проблем и тенденций в прикладной области маркетингового управления; Участие в создании рекламы для интернет-кампании (баннер, поисковая реклама); Участие в создании корпоративного или промо-сайта; Участие в создании сценария промоакции; Участие на этапе контроля за созданием рекламного продукта (продакшн) ; Участие на этапе анализа результатов тестирования рекламного продукта (претестинг и пост-тестинг) ; Участие в защите творческих разработок агентства перед заказчиком; Участие в согласовании творческой концепции с заказчиком; Создание своего творческого портфолио рекламно- информационных средств, выполненных в материале и с применением средств графического дизайна;		36	

Выполнение работ по заказу руководителя практики.		
Самостоятельная работа	41	
Всего	297	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Мастерская веб- дизайн и разработка (по БТИ 15):

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

Мастерская программные решения для бизнеса (по БТИ 15):

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

Лаборатория прикладной информатики (по БТИ 9):

- рабочее место преподавателя (процессор Intel Core i5, оперативная память 16 Гб) - 1 шт.;
- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- столы ученические - 10 шт.;
- стулья ученические - 10 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- автоматизированные рабочие места обучающихся (процессор Intel Core i5, оперативная память 8 Гб) - 10 шт.;
- проектор - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- наглядные пособия - 10 шт.;
- комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 10 шт.;
- принтер RICOH SP 220 - 4 шт.;
- программное обеспечение общего назначения:
 - Microsoft®WindowsProfessional 10 Russian Upgrade Academic OLV 1License NoLevel AdditionalProduct Each
 - 12 Microsoft®Office 2019 Russian Academic OLV 1License NoLevel AdditionalProduct Each - 10 шт.;
- программное обеспечение профессионального назначения: Windows 10, OpenOffice, 7zip, Windows Defender (антивирусное ПО), Adobe Acrobat Reader, EclipseIDEforJavaEEDevelopers, .NETFrameworkJDK 8, MicrosoftSQLServerExpressEdition, онлайн-приложение Draw.io для создания диаграмм, MicrosoftVisualStudio,

MySQLInstallerforWindows, NetBeans, SQLServerManagementStudio, MicrosoftSQLServerJavaConnector, AndroidStudio, IntelliJIDEA - 10 шт.;
- справочно-правовая система «Консультант плюс» - 10 шт.

Кабинет основы композиции, рисунка, живописи в рекламе (по БТИ 16):

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- доска ученическая - 1 шт.;
- компьютер - 1 шт.;
- проектор - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- трибуна - 1 шт.;
- наглядные пособия - 28 шт.;
- комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 28 шт.;
- шкаф со стеклянными дверцами на замке для учебно-методической документации - 1 шт.;
- мольберты - 14 шт.;
- банкетки - 14 шт.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные издания

1.Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789> (дата обращения: 06.12.2024).

2.Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545453> (дата обращения: 06.12.2024).

3.Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19915-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557325> (дата обращения: 06.12.2024).

3.2.2. Дополнительные издания

1.Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 369 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21085-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559308> (дата обращения: 06.12.2024).

2.Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство

Юрайт, 2024. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542134> (дата обращения: 06.12.2024)

3.Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542275> (дата обращения: 06.12.2024).

4.Синяева, И. М. Реклама, PR, имидж : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20256-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557864> (дата обращения: 06.12.2024).

4. 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. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	– сформированность понимания логики и этапов подготовки рекламной кампании в интернете; – способность осуществлять планирование и реализацию рекламных проектов в цифровой среде.	Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	–способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании и рассчитывать эффективность от ее проведения. –владение навыками проектирования коммуникационных кампаний в интернете.	Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	- владение методами и технологиями проведения рекламных интернет-кампаний; - владение современными методами оценки интернет-продвижения; - методами оптимизации интернет-ресурсов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов.	Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области маркетингового обеспечения реализации рекламного продукта в интернете; -оценка эффективности и качества выполняемых задач.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе осво-ения образовательной програм-мы
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области интернет- маркетинга и продвижения в сети интернет.	Мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной и про-изводственной практике, само-стоятельных работ

5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае обучения в колледже инвалидов и (или) лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются особенности психофизического развития, индивидуальные возможности и состояние здоровья таких обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект

лекций; тексты заданий). На аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и (или) тифлосурдопереводчиков.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списки литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению обеспечивается выпуск и использование на учебных занятиях альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы), а также обеспечивает обучающихся надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата материально-технические условия колледжа обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, а также пребывания в них (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов; наличие специальных кресел и других приспособлений).

На аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации лицам с ограниченными возможностями здоровья, имеющим нарушения опорно-двигательного аппарата могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

