

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Горшков Георгий Сергеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 02.06.2025 11:09:01
Уникальный программный ключ:
77acd55e49b7c81c7c6a46276b4779b08f9164a9

Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
**«МОСКОВСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ
ИНСТИТУТ»**

Одобрено Педагогическим советом
«18» марта 2025 г.
Протокол № 3

УТВЕРЖДЕНО
приказом Директора
от «7» апреля 2025 г. № 2-04/25

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Среднее профессиональное образование

Программа подготовки специалистов среднего звена

Специальность **42.02.01 Реклама**

Квалификация выпускника: **"специалист по рекламе"**

Год начала подготовки - 2025

СОГЛАСОВАНО
Протокол согласования с
ООО «Пролог плюс»
от 12 марта 2025 г.



П Р И К А З

«7» апреля 2025 г.

г. Москва

№ 2-04/25

Об утверждении образовательных программ среднего профессионального образования

В соответствии с п. 5 ст. 12 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ, п. 5 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 24 августа 2022 г. № 762, требованием федеральных государственных образовательных стандартов по специальностям среднего профессионального образования, на основании решения Педагогического совета Института от 18.03.2025 г., протокол № 3,
ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить образовательные программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена согласно приложению.
2. Утвердить в составе образовательной программы:
 - учебный план,
 - календарный учебный график,
 - рабочие программы учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), учебных и производственных практик,
 - оценочные материалы,
 - программу государственной итоговой аттестации,
 - методические материалы,
 - рабочую программу воспитания и календарный план воспитательной работы,
 - формы аттестации.
3. Председателям предметно-цикловых комиссий обеспечить выполнение учебных планов и программ;
4. Контроль исполнения Приказа возложить на начальника учебного отдела Куликову Е.Ю.

Директор

Г.С. Горшков

Перечень
образовательных программ среднего профессионального образования

Код	Специальность
09.02.06	Сетевое и системное администрирование
09.02.07	Информационные системы и программирование
38.02.01	Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)
38.02.03	Операционная деятельность в логистике
38.02.06	Финансы
38.02.07	Банковское дело
38.02.08	Торговое дело
40.02.02	Правоохранительная деятельность
40.02.04	Юриспруденция
42.02.01	Реклама
43.02.16	Туризм и гостеприимство
44.02.01	Дошкольное образование
44.02.02	Преподавание в начальных классах

ПРОТОКОЛ
согласования основной образовательной программы - программы подготовки
специалистов среднего звена

Специальность	42.02.01 Реклама
Квалификация	«специалист по рекламе»
Форма обучения	очная, заочная
Срок обучения (очное) основное общее образование	2 года 10 месяцев
среднее общее образование	1 год 10 месяцев
Срок обучения (заочная) основное общее образование	3 года 9 месяцев
среднее общее образование	2 года 9 месяцев

Документация, представленная на согласование:

1. Характеристика образовательной программы
2. Учебный план по очной и заочной формам обучения
3. Рабочие программы учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей, учебных и производственных практик
4. Фонд оценочных средств
5. Рабочая программа воспитания, календарный график воспитательной работы, формы аттестации.

Заключение

1. Содержание рабочих программ учебных дисциплин, профессиональных модулей, учебных и производственных практик соответствуют требованиям к знаниям, умениям, практическому опыту, направлено на освоение видов деятельности по специальности 42.02.01 Реклама в соответствии с ФГОС и профессиональных стандартов «Фотограф», «Специалист по интернет-маркетингу», «Маркетолог».

2. Объем времени на освоении учебных дисциплин, профессиональных модулей, учебных и производственных практик достаточен для освоения указанного содержания учебного материала.

3. Объем и содержание практических работ: содержит достаточное количество, позволяющих приобрести необходимые умения и навыки.

4. Объем времени вариативной части ООП распределен оптимально между предложенными ФГОС дисциплинами, профессиональными модулями и отражает требования отрасли к подготовке новых кадров.

Выделенные ФГОС СПО 828 часов вариативной части ООП направлены на увеличение объема часов дисциплин и профессиональных модулей обязательной части, расширение и углубление подготовки, практического опыта по видам деятельности, определяемой содержанием обязательной части, в соответствии с выявленными квалификационными запросами работодателей.

5. Тематика курсовых работ: соответствует целям и задачам освоения профессионального модуля.

6. Наличие учебных кабинетов, лабораторий: обеспечивает изучение учебных дисциплин, профессиональных модулей, проведение всех видов лабораторных и практических работ, практик.

7. Оценочные материалы позволяют определить уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, определенных ФГОС.

8. Рабочая программа воспитания охватывает основные направления воспитательной работы образовательной организации, включают мероприятия профессиональной направленности.

Представленная на согласование ООП разработана в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама. Программа соответствует актуальному уровню развития отрасли, специфики региона, запросам работодателей и может обеспечивать формирование необходимых компетенций, знаний, умений, практического опыта. Часы вариативной части использованы на приобретение дополнительных знаний, умений, компетенций и практического опыта.

Работодатель

	
Генеральный директор	С.И. Смирнов
должность	подпись
	расшифровка подписи



ЗАКЛЮЧЕНИЕ
на фонд оценочных средств
по профессиональным модулям
основной образовательной программы среднего профессионального образования
по специальности
42.02.01 Реклама

Представленные на экспертизу фонды оценочных средств (далее ФОС) предназначены для оценки качества освоения профессиональных модулей в рамках основной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**.

Материалы, входящие в ФОС профессиональных модулей, позволяют оценить уровень сформированности у обучающихся общих и профессиональных компетенций, а также их готовность к выполнению следующих видов деятельности в реальных или имитационных условиях:

- Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
- Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
- Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
- Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

1. Структура и содержание ФОС профессиональных модулей соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию фондов оценочных средств профессионального модуля:

1.1 Перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения профессиональных модулей соответствует ФГОС СПО специальности **42.02.01 Реклама**.

1.2 Показатели и критерии оценивания результатов обучения обеспечивают возможность проведения оценки качества подготовки обучающихся.

1.3 ФОС профессиональных модулей разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности; соответствует требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, полноте по количественному составу оценочных средств и позволяет объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций.

1.4 ФОС профессиональных модулей содержат материалы для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся, позволяющие поэтапно оценить умения, знания, практический опыт и освоенные компетенции.

1.5 ФОС профессиональных модулей максимально приближены к условиям будущей профессиональной деятельности обучающихся.

2. Направленность ФОС профессиональных модулей соответствует целям ООП по специальности **42.02.01 Реклама**, будущей профессиональной деятельности обучающегося.

3. Объём ФОС профессиональных модулей соответствует учебному плану специальности.

4. ФОС профессиональных модулей обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания.

Таким образом, структура*содержание, направленность, объём и качество ФОС профессиональных модулей отвечают предъявляемым требованиям.

Общие выводы

На основании проведенной экспертизы можно сделать заключение, что ФОС профессиональных модулей специальности **42.02.01 Реклама** соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта, современным требованиям рынка труда и позволит эффективно оценить качество освоения содержания профессиональных модулей по данной специальности.

Работодатель

<i>Генеральный директор</i>	<i>[Подпись]</i>	<i>[Подпись]</i>
должность	подпись	расшифровка подписи



1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Определение основной образовательной программы

Настоящая ООП разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама** (далее – ФГОС СПО).

ООП определяет рекомендованный объем и содержание среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, планируемые результаты освоения образовательной программы, условия образовательной деятельности.

ООП разработана для реализации образовательной программы на базе основного и среднего общего образования.

1.2. Нормативные основания для разработки ООП СПО:

Нормативные основания для разработки ООП:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама»;

- Приказ Министерства Просвещения Российской Федерации от 24 августа 2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (далее – Порядок организации образовательной деятельности);

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. № 413 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования (далее - ФГОС СОО);

- Приказ Министерства Просвещения Российской Федерации от 8 ноября 2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 885, Министерства Просвещения Российской Федерации № 390 от 5 августа 2020 г. «О практической подготовке обучающихся»;

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014г. № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 февраля 2015года, регистрационный № 36020);

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019года, регистрационный № 54635);

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018г. № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018года, регистрационный № 51397);

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022г. № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 года, регистрационный № 69714)

– Приказ Министра обороны Российской Федерации № 96 и Министерства образования и науки Российской Федерации № 134 от 24 февраля 2010 г. «Об утверждении инструкции об организации обучения граждан Российской Федерации начальным знаниям в области обороны и их подготовки по основам военной службы в образовательных учреждениях среднего (полного) общего образования, образовательных учреждениях начального профессионального и среднего профессионального образования и учебных пунктах»;

– Устав Автономной некоммерческой организации профессионального образования «Московский областной финансово-юридический институт»;

– локальные акты МФЮИ.

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ООП:

ФГОС СПО – Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;

ООП – основная образовательная программа;

ОК – общие компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ПС – профессиональный стандарт;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;
ТФ – трудовая функция;
ДЭ – демонстрационный экзамен;
ГИА – государственная итоговая аттестация.

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: "специалист по рекламе".

Формы обучения: очная, заочная.

Объем образовательной программы:

- на базе среднего общего образования: 2952 академических часа;
- на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования: 4428 академических часа.

Срок получения образования по образовательной программе:

по очной форме обучения:

- на базе среднего общего образования: 1 год 10 месяцев;
- на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования 2 года 10 месяцев;

по заочной форме обучения:

- на базе среднего общего образования: 2 года 9 месяцев;
- на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования 3 года 9 месяцев.

3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

Область профессиональной деятельности выпускников: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

Требования к результатам освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими общими компетенциями (далее - ОК):

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 правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

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

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими профессиональными компетенциями (далее - ПК), соответствующими видам деятельности:

1.Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

2. 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. 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.

4. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Образовательная программа по специальности **42.02.01 Реклама** разработана на основе профессиональных стандартов:

11.010 «Фотограф»

Наименование обобщенной трудовой функции	Код	Уровень квалификации
Создание фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	В	5
Обработка фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	С	5

В результате анализа ФГОС и профессиональных стандартов, установлено соответствие между профессиональными компетенциями и трудовыми функциями:

Трудовые функции в соответствии с профессиональными стандартами		Виды деятельности в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама			
		Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
11.010 «Фотограф»					
ОТФ В Создание фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	ТФ В/01.5.				ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	ТФ В/02.5.				ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	ТФ В/03.5.				ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
ОТФ С Обработка фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	ТФ С/01.5.				ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	ТФ С/02.5.				ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	ТФ С/03.5.				ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3

Образовательная программа по специальности **42.02.01 Реклама** разработана на основе профессиональных стандартов:

06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»

Наименование обобщенной трудовой функции	Код	Уровень квалификации
Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	А	4
Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	В	4
Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	С	4

В результате анализа ФГОС и профессиональных стандартов, установлено соответствие между профессиональными компетенциями и трудовыми функциями:

Трудовые функции в соответствии с профессиональными стандартами		Виды деятельности в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама			
		Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»					
ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ А/01.4	ПК.1.1 ПК.1.2 ПК.1.3			
	ТФ А/02.4	ПК.1.1 ПК.1.2 ПК.1.3			
	ТФ А/03.4	ПК.1.1 ПК.1.2 ПК.1.3			
ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ В/01.4	ПК.1.4	ПК.2.1 ПК.2.2	ПК.3.1 ПК.3.2 ПК.3.3	
	ТФ В/02.4	ПК.1.4	ПК.2.1 ПК.2.2	ПК.3.1 ПК.3.2 ПК.3.3	
	ТФ В/03.4	ПК.1.4	ПК.2.1 ПК.2.2	ПК.3.1 ПК.3.2 ПК.3.3	
ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ С/01.4		ПК.2.1 ПК.2.2	ПК.3.1 ПК.3.2 ПК.3.3	
	ТФ С/02.4		ПК.2.1 ПК.2.2	ПК.3.1 ПК.3.2 ПК.3.3	
	ТФ С/03.4		ПК.2.1 ПК.2.2	ПК.3.1 ПК.3.2 ПК.3.3	

Образовательная программа по специальности **42.02.01 Реклама** разработана на основе профессиональных стандартов:

08.035 «Маркетолог»

Наименование обобщенной трудовой функции	Код	Уровень квалификации
Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	А	6

В результате анализа ФГОС и профессиональных стандартов, установлено соответствие между профессиональными компетенциями и трудовыми функциями:

Трудовые функции в соответствии с профессиональными стандартами		Виды деятельности в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама			
		Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
08.035 «Маркетолог»					
ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6	ПК.1.4	ПК.2.1 ПК.2.2	ПК.3.1 ПК.3.2 ПК.3.3	
	ТФ А/02.6	ПК.1.4	ПК.2.1 ПК.2.2	ПК.3.1 ПК.3.2 ПК.3.3	

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности

ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения:
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном	Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем

	языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	коллективе Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Умения: описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения Знания: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности Знания: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)

		писать простые связные сообщения на знакомые или интересные профессиональные темы
		Знания:
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
		особенности произношения
		правила чтения текстов профессиональной направленности

4.2. Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК.1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп	Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
		Знания: - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка	Практический опыт: - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка.
		Знания: - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
		Знания: - отраслевую терминологию;

		- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
	ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять цели и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт: - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения: Преобразовывать требования заказчика в бриф
		Знания: - Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций ...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
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	- Практический опыт: Планирования системы маркетинговых коммуникаций
		Умения: - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. Знания: - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	ПК.2.2 Предъ-	Практический опыт:

	являть результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. Умения: - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. Знания: - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегию продвижения бренда в сети Интернет	Практический опыт: - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		Умения: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
		Знания: - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Практический опыт: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. Умения: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта;

		- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. Знания: - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
	ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Практический опыт: - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет. Умения: - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и

		стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Практический опыт: - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
		Умения: - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.
		Знания: - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	Практический опыт: -определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
		Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Практический опыт: - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
		Умения: - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-

		продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. Знания: - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	--	---

5. ДОКУМЕНТЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА:

учебный план (приложение 1),
 годовой календарный учебный график (приложение 2),
 рабочие программы учебных дисциплин (модулей), программы учебной и производственной практик (приложение 3),
 рабочая программа воспитания (приложение 4),
 календарный план воспитательной работы (приложение 5),
 фонды оценочных средств (приложение 6),
 формы аттестации (приложение 7).

6. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ППССЗ

Основная профессиональная образовательная программа может быть частично реализована с применением дистанционных образовательных технологий.

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Предусмотрены следующие технологии обучения, которые позволят обеспечить достижение планируемых результатов обучения:

Используемые методы активизации образовательной деятельности:

1) методы ИТ – применение компьютеров для доступа к Интернет-ресурсам, использование обучающих программ с целью расширения информационного поля, повышения скорости обработки и передачи информации, обеспечения удобства преобразования и структурирования информации для трансформации ее в знание;

2) работа в команде – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи сложением результатов индивидуальной работы членов команды с делением ответственности и полномочий;

3) case-study – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений;

4) игра – ролевая имитация студентами реальной профессиональной деятельности с выполнением функций специалистов на различных рабочих местах;

5) проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельной «добыче» знаний, необходимых для решения конкретной проблемы;

6) контекстное обучение – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением;

7) обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студентов за счет ассоциации их собственного опыта с предметом изучения;

8) индивидуальное обучение – выстраивание студентами собственных образовательных траекторий на основе формирования индивидуальных учебных планов и программ с учетом интересов и предпочтений студентов;

9) междисциплинарное обучение – использование знаний из разных областей, их группировка и концентрация в контексте конкретной решаемой задачи;

10) опережающая самостоятельная работа – изучение студентами нового материала до его изложения преподавателем на лекции и других аудиторных занятиях.

Преподаватели самостоятельно выбирают наиболее подходящие методы и формы проведения занятий.

Использование при реализации образовательных программ методов и средств обучения, образовательных технологий, наносящих вред физическому или психическому здоровью обучающихся, запрещается.

8. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Оценка качества освоения обучающимися основной образовательной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую аттестацию.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по каждой учебной дисциплине и профессиональному модулю разрабатываются Институтом самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения. Задания разрабатываются преподавателями, реализующим программы учебных дисциплин и профессиональных модулей.

Оценочные средства для промежуточной аттестации должны обеспечить демонстрацию освоенности всех элементов программы СПО и выполнение всех требований, заявленных в программе как результаты освоения. Задания разрабатываются с участием работодателей.

Государственная итоговая аттестация по специальности **42.02.01 Реклама** проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы).

В ходе государственной итоговой аттестации оценивается степень соответствия сформированных компетенций выпускников требованиям ФГОС. Государственная итоговая аттестация должна быть организована как демонстрация выпускником выполнения одного или нескольких основных видов деятельности по специальности.

Для государственной итоговой аттестации разрабатывается программа государственной итоговой аттестации и фонды оценочных средств (далее – ФОС).

Задания для демонстрационного экзамена, разрабатываются на основе профессиональных стандартов и с учетом оценочных материалов.

По данной специальности могут применяться оценочные материалы по специальности **42.02.01 Реклама**.

ФОС по программе для специальности формируются из комплектов оценочных средств текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации.

9. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте Института (<https://mfui.ru/sveden/objects/>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию Института для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;

- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.