



ПРАВИТЕЛЬСТВО ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ
МИНИСТЕРСТВО ТУРИЗМА ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ
МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение «Тверской колледж
сервиса и туризма»

СОГЛАСОВАНО

И.о. руководителя ЦОПП
Тверской области

_____ / Е.А. Томашевич /
« ___ » _____ 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБП ОУ «Тверской
политехнический колледж»

_____ / Н.В. Сушко /
« ___ » _____ 2020 г.

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

программа профессиональной подготовки по профессии

АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ

программа для обучающихся общеобразовательных организаций, направленная на
получение первой профессии

для лиц, ранее не имевших профессии рабочего
или должности служащего

Объем программы: 144 ч.

Форма обучения: очно-заочная, с применением дистанционных
образовательных технологий

Тверь - 2020

СОДЕРЖАНИЕ:

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ.....	3
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ	6
3. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ МОДУЛЕЙ	11
4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ	11
5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	19
6. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ	21

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Пояснительная записка

Программа направлена на получение первой профессии обучающихся общеобразовательных организаций. Программа реализуется в рамках реализации в рамках осуществления мероприятий по реализации регионального проекта по разработке и распространению в системе среднего профессионального образования новых образовательных технологий и формы опережающей профессиональной подготовки в рамках федерального проекта «Молодые профессионалы (Повышение конкурентоспособности профессионального образования)» национального проекта «Образование» в Тверской области.

Программа профессионального обучения направлена на обучение лиц, ранее не имевших профессии рабочего или должности служащего, с учетом требований профессионального стандарта 20032 «Агент рекламный и спецификации стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Реклама».

К освоению программы допускаются учащиеся общеобразовательных организаций 14-16 лет. Медицинские ограничения регламентированы Перечнем медицинских противопоказаний Минздрава России.

Присваиваемый квалификационный разряд: 3-й разряд

Лица, освоившие программу профессиональной переподготовки и прошедшие итоговую аттестацию, получают свидетельство о профессии рабочего, должности служащего.

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2013 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп. от 6 февраля 2020 г. №9-ФЗ).
- Постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. №23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов».
- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. №148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов».
- Приказ Минобрнауки России от 23 августа 2017 г. №816 «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».
- локальные акты государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Тверской колледж сервиса и туризма» утверждённые в установленном порядке.
- иные нормативные правовые акты, регламентирующие образовательную деятельность в Российской Федерации.

Программа профессиональной переподготовки разработана с учетом требований:

- спецификацией стандарта компетенции «Реклама»
- профессиональным стандартом «06.043» «Специалист по интернет-маркетингу» (утвержден приказом Минтруда России от 04.06.2018 №366н
- профессиональным стандартом «08.035» «Маркетолог». Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 №366н
- приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 02.07.2013 № 513 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение».

1.2. Требования к результатам обучения и планируемые результаты

В результате освоения программы профессионального обучения у слушателя должны быть сформированы компетенции, в соответствии с разделом 2.1. программы.

В результате освоения программы слушатель должен

знать:

- историю, современное состояние и перспективы движения WorldSkills International (WSI) и Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы»);
- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правила и принципы взаимодействия с заказчиками;
- основные подходы и способы изучения рынка
- способы анализа рынка и конкурентной среды
- инструменты для анализа и продвижения рекламы, в том числе и в интернете
- принципы формирования бюджета рекламной кампании
- принципы выбора каналов продвижения торговой марки
- технологии планирования и организации рекламных кампаний;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- способы и правила создания электронной презентации

уметь:

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- анализировать целевой рынок и продукт, подлежащий разработке, в том числе с помощью стандартных инструментов интернет-аналитики;
- составлять бриф на организацию рекламной кампании;
- выбирать и использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы;
- пользоваться инструментами подбора ключевых слов в интернете;
- создавать рекламные тексты, в том числе и с включением в состав текста подобранных ключевых слов;
- определять бюджет рекламной кампании и ее основные составляющие;
- определять каналы продвижения торговой марки и затраты на ее продвижение;
- достигать коммуникативного эффекта при выборе каналов продвижения торговой марки;
- оценивать эффективность рекламной кампании в интернете;
- разрабатывать качественные, наглядные и современные по стилю электронные презентации;
- проводить защиту проекта с учетом аудитории, используя современные программные и аппаратные средства
- добиваться положительной реакции аудитории при представлении проекта
- использовать информационные технологии, в том числе и сетевые, для получения и несложной обработки графической информации
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения.

1.3. Категория слушателей

Лица, ранее не имевших профессии рабочего или должности служащего имеющих.

К освоению программы допускаются учащиеся общеобразовательных организаций 14-16 лет.

Медицинские ограничения регламентированы Перечнем медицинских противопоказаний Минздрава России.

1.4. Срок обучения

Нормативный срок обучения по программе составляет **144** часа, с учетом всех видов учебной работы.

1.5. Форма обучения

Очно-заочная, с использованием дистанционных образовательных технологий.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1 Учебный план

№	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практ. занятия	промеж. и итог.конт роль	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 1. Теоретическое обучение					
1.1	Модуль 1. Современные профессиональные технологии в рекламе	2	2			Тест
1.2	Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции Т14 «Реклама»	2	2			Тест
1.3.	Требования охраны труда и техники безопасности	2	2			Тест
2.	Раздел 2. Профессиональный курс					
2.1	Модуль 1. Составление брифа	18	4	10	4	
2.2	Модуль 2. Разработка ключевых элементов рекламной кампании	18	4	10	4	тесты КР
2.3	Модуль 3. Графика и инфографика	16	4	8	4	тесты КР
2.4	Модуль 4. Планирование рекламной кампании	24	4	16	4	тесты КР
2.5	Модуль 5. Продвижение в интернете. SEO-Копирайтинг	12	2	6	4	тесты КР
2.6	Модуль 6. WEB-визуализация	14	4	6	4	тесты КР
2.7	Модуль 7. Подготовка и проведение презентации	18	4	10	4	тесты КР
3.	Квалификационный экзамен:	18			18	

	- проверка теоретических знаний; - практическая квалификационная работа (демонстрационный экзамен)					тест ДЭ ¹
	ИТОГО:	144	32	66	46	

2.2 Учебно-тематический план

№	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практ. занятия	промеж. и итог. контроль	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 1. Теоретическое обучение	12	12			
1.1	Современные профессиональные технологии в рекламе	2	2			
1.1.1	Современные профессиональные технологии в рекламе.	2	2			тест
1.2	Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции Т14 «Реклама»	2	2			
1.2.1	История, современное состояние и перспективы движения WorldSkills International (WSI) и Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы») как инструмента развития профессиональных сообществ и систем подготовки кадров	2	2			тест
1.3	Требования охраны труда и техники безопасности	2	2			
1.3.1	Общие требования охраны труда.	2	2			тест
2.	Раздел 2. Профессиональный курс					
2.1	Модуль 1. Составление брифа	18	4	10	4	
2.1.1	Определение структуры брифа	4	2	2		тест
2.1.2	Проведение первичного анализа рынка и конкурентной среды	6	2	4		тест

¹ Демонстрационный экзамен по компетенции

2.1.3	Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче	4		4		тест
2.1.4	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.2	Модуль 2. Разработка ключевых элементов рекламной кампании	18	4	10	4	
2.2.1	Выделение ключевого инсайта кампании (на основе анализа конкурентной среды, анализа ситуации на рынке)	4	2	2		тест
2.2.2	Разработка нейма и тестирование его на оригинальность	2		2		тест
2.2.3	Разработка слогана кампании (на основе ранее выделенного инсайта) и тестирование его на оригинальность	2		2		тест
2.2.4	Первичная визуализация идеи (через mood board)	6	2	4		тест
2.2.5	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.3	Модуль 3. Графика и инфографика	16	4	8	4	
2.3.1	Визуализация торговой марки (логотип, инфографика)	4	2	2		тест
2.3.2	Разработка логотипа	4	1	3		тест
2.3.3	Разработка инфографики	4	1	3		тест
2.3.4	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.4	Модуль 4. Планирование рекламной кампании	24	4	16	4	
2.4.1	Определение каналов продвижения торговой марки (в т.ч. в интернет-среде)	8	2	6		тест
2.4.2	Разработка плана рекламной кампании	8	2	6		тест
2.4.3	Указание потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете	4		4		тест
2.4.4	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР

2.5	Модуль 5. Продвижение в интернете. SEO-Копирайтинг	12	2	6	4	
2.5.1	Поисковые системы и их возможности для интернет продвижения	1	1			тест
2.5.2	Яндекс.Директ	1		1		тест
2.5.3	Google AdWords	1		1		тест
2.5.4	SEO-продвижение	2		2		
2.5.5	СММ-продвижение	1	1			
2.5.6	Копирайтинг с учетом SEO	2		2		тест
2.5.7	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.6	Модуль 6. WEB-визуализация	14	4	6	4	
2.6.1	Разработка визуальной концепции мини-сайта (лендинг-пейджа) в рамках РК (эскиз)	2	2			тест
2.6.2	Подготовка материалов и конструирование макета в WiX.	2	2			тест
2.6.3	Публикация макета прототипа в интернете	1		1		тест
2.6.4	SEO-оптимизация макета в WiX (поисковая оптимизация)	1		1		
2.6.5	Тестирование и окончательная публикация сайта	2		2		тест
2.6.6	Технологии СММ продвижения	2		2		
2.6.7	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
2.7	Модуль 7. Подготовка и проведение презентации	18	4	10	4	
2.7.1	Современные цифровые технологии подготовки и проведения презентаций	8	2	6		тест
2.7.2	Технологии защиты проектов	6	2	4		тест
2.7.3	Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок	4			4	КР
3.	Квалификационный экзамен	18			18	

3.1	Проверка теоретических знаний	1			1	тест
3.2	Демонстрационный экзамен по компетенции	17			17	ДЭ
	ИТОГО:	144	32	66	46	

2.3 Календарный учебный график

Образовательный процесс в режиме онлайн осуществляется в соответствии с расписанием занятий, доступным слушателю в любое время.

Календарный учебный график – это часть дополнительной профессиональной программы, определяющая продолжительность обучения, последовательность обучения, текущего контроля, и итоговой аттестации.

1. Календарный учебный график при освоении дополнительной программы профессиональной переподготовки в течение **2 календарных месяцев:**

Номер месяца обучения	Т	П	СРС	ПАС	ИАС
1	22	44	0	10	0
2	10	22	0	20	16

Обязательные учебные занятия:

Т – теоретические; П – практические; СРС – самостоятельная работа слушателей; ПАС – промежуточная аттестация слушателей; ИАС – итоговая аттестация слушателей.

Календарный учебный график по программе «Агент рекламный»

	ИТОГО часов								Итого часов
	1	2	3	4	5	6	7	8	
	28.10-3.11.2020	4.11-10.11.2020	11.11.17.11.2020	18.11-24.11.2020	25.11.-01.12.2020	02.12.08.12.2020	09.12.15.12.2020	16.12.-18.12.2020	
Раздел 1	6								6
Модуль 1	12	2							14
Модуль 2		12	2						14
Модуль 3			12						12
Модуль 4				20	0				20
Модуль 5					8				8
Модуль 6					4	6			10
Модуль 7						10	4		14
Промежуточная и итоговая аттестация	2	2	6		8	4	12	12	46
ИТОГО часов,	20	16	20	20	20	20	16	12	144

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ МОДУЛЕЙ

Раздел 1. Теоретическое обучение

Модуль 1. Современные технологии в профессиональной сфере

Тема 1.1. Современные профессиональные технологии в рекламе. Основные каналы рекламного продвижения. Понятия ВТА и ВТЛ. Определение понятия интернет-реклама и интернет-продвижения. Интернет-маркетинг и его роль в современной рекламе. Суть профессии Агент рекламный.

Модуль 2. Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции Т14 «Реклама». Структура стандарта.

История, современное состояние и перспективы движения WorldSkills International (WSI) и Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы») как инструмента развития профессиональных сообществ и систем подготовки кадров.

История создания. Цели WS. История конкурсов. Терминология. Структура Чемпионатов. Экспертное сообщество. Знакомство с конкурсной документацией, техническим описанием компетенции Реклама, критериями оценивания.

Модуль 3. Требования охраны труда и техники безопасности

Общие требования охраны труда. Требования охраны труда перед началом работы. Требования охраны труда во время работы. Требования охраны труда в аварийных ситуациях. Требования охраны труда по окончании работы.

Раздел 2. Профессиональный курс

2.1 Модуль 1. Составление брифа

Тема 2.1.1 Определение структуры брифа.

Переговоры с заказчиком. Определение основных требований и пожеланий к РК. Анкетирование. Разделы и структура брифа.

Тема 2.1.2 Проведение первичного анализа рынка и конкурентной среды.

Способы изучения рынка. Первичный и вторичный анализ. Анализ рынка посредством интернета. Анализ конкурентной среды. Анализ целевой аудитории.

Тема 2.1.3 Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче.

Цели РК. Соответствие брифа задачам и целям. Полнота брифа.

Тема 2.1.4 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 1 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.2 Модуль 2. Разработка ключевых элементов рекламной кампании

Тема 2.2.1 Выделение ключевого инсайта рекламной кампании (на основе анализа конкурентной среды, анализа ситуации на рынке)

Идея РК. Приемы работы на насыщенном рынке. Использование шаблонных решений. Лайфхаки в рекламе в качестве идей. Понятие инсайта. Значение инсайта для организации оригинальной РК. Основные признаки инсайта. Практический опыт подбора инсайта.

Тема 2.2.2 Разработка нейма и тестирование его на оригинальность

Понятие торговой марки. Понятие нейма и нейминга. Основные принципы и подходы к поиску нейма. Определение оригинальности нейма. Практические тренировки нейминга.

Тема 2.2.3 Разработка слогана рекламной кампании (на основе ранее выделенного инсайта) и тестирование его на оригинальность

Рекламный лозунг и слоган. Значение слогана при организации и проведении РК. Основные принципы и подходы к поиску оригинального слогана. Проверка слогана на оригинальность.

Тема 2.2.4 Первичная визуализация идеи (через mood board)

Как выяснить предпочтения заказчика к визуальному оформлению РК и ее элементов? Как визуализировать предпочтения заказчика. Мудборд – как форма первичной визуализации пожеланий и предпочтений заказчика. Мудборд – как форма передачи настроения РК.

Тема 2.2.5 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 2 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.3 Модуль 3. Графика и инфографика

Тема 2.3.1 Визуализация торговой марки (логотип, инфографика)

Фирменный стиль и его значение для продвижения торговой марки и брэнда. Отличие торговой марки и брэнда. Элементы фирменного стиля. Понятие логотипа. Виды логотипа. Требования к логотипу.

Тема 2.3.2 Разработка логотипа

Способы разработки логотипа. Разработка векторных и растровых макетов. Сетевые конструкторы – как инструмент быстрой разработки логотипов. Достоинства и недостатки способа.

Тема 2.3.3 Разработка инфографики

Понятие инфографики и ее значение в продвижении товаров и торговой марки. Виды инфографики. Использование инфографики при ATL и BTL продвижениях. Использование инфографики в интернет-маркетинге. Разработка инфографики с помощью сетевых конструкторов. Достоинства и недостатки подхода.

Тема 2.3.4 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 3 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.4 Модуль 4. Планирование рекламной кампании (РК)

Тема 2.4.1 Определение каналов продвижения торговой марки (в т.ч. в интернет-среде)

Цели рекламной кампании. Каналы продвижения рекламных сообщений до целевой аудитории. ATL и VTL каналы продвижения. Каналы продвижения в интернете. Предварительная оценка стоимости и эффективности каналов продвижения.

Тема 2.4.2 Разработка плана рекламной кампании

Рекламная стратегия компании. Виды рекламных стратегий. Бюджет РК и его сегментирование. Разработка плана рекламной кампании. Цели и задачи. Маркеры и оценка эффективности.

Тема 2.4.3 Указание потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете

Инструменты и маркеры оценки эффективности РК в интернете. Оценка эффективности продвижения по ключевым словам. Использование инструментов Яндекс.Директ для оценки эффективности РК в интернете.

Тема 2.4.4 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 4 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.5 Модуль 5. Продвижение в интернете. SEO-Копирайтинг

Тема 2.5.1 Поисковые системы и их возможности для интернет продвижения

Продвижение в интернете. Интернет-маркетинг и его основные направления.

Копирайтинг. Задачи копирайтера. Основные направления работ копирайтера.

Тема 2.5.2 Яндекс.Директ

Яндекс.Директ и его возможности по продвижению по ключевым словам. Понятие оптимизации. Бюджет продвижения по ключевым словам в Яндексе.

Тема 2.5.3 Google AdWords

Преимущества и недостатки Google AdWords для продвижения по ключевым словам.

Тема 2.5.4 SEO-продвижение

SEO-продвижение и оптимизация. Что такое оптимизация, что она дает. Способы ее достижения.

Тема 2.5.5 СММ-продвижение

Социальные сети. СММ-продвижение и его особенности. Виды СММ-продвижения. Возможности ведения РК в социальных сетях. Блоггерство.

Тема 2.5.6 Копирайтинг с учетом SEO

Использование копирайтером ключевых слов для SEO-продвижения в интернете. Особенности работы копирайтера при продвижениям по ключевым словам.

Тема 2.5.7 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 5 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.6 Модуль 6. WEB-визуализация

Тема 2.6.1 Разработка визуальной концепции мини-сайта (лендинг-пейджа) в рамках РК (эскиз)

Основные виды мини-сайтов. Сайт-визитка. Лендинг-пейдж. Структуры мини-сайтов. Варианты дизайнов.

Тема 2.6.2 Подготовка материалов и конструирование макета в WiX

Использование конструкторов сайтов для разработки и публикации мини-сайтов. Возможности конструктора WiX и его сервисы. Два основных способа создания дизайна сайта в WiX. Автоматические и авторские подходы.

Тема 2.6.3 Публикация макета прототипа в интернете

Варианты публикации сайта посредством конструкторов. Недостатки бесплатной публикации. Возможности и особенности платной публикации посредством конструктора.

Тема 2.6.4 SEO-оптимизация макета в WiX

Инструментарий SEO-оптимизации посредством конструктора. Ограничения оптимизации при бесплатных публикациях.

Тема 2.6.5 Тестирование и окончательная публикация сайта

Платные возможности и тарифы публикаций. Регистрация сайта в поисковых системах. Окончательная публикация и поддержка сайта.

Тема 2.6.6 Технологии СММ продвижения

Дополнительные возможности конструктора по СММ продвижению сайта

Тема 2.6.7 Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 6 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

2.7 Модуль 7. Подготовка и проведение презентации

Тема 2.7.1 Современные цифровые технологии подготовки и проведения презентаций

Обзор наиболее популярных систем создания электронных публикации. Особенности сетевых систем. Преимущества сетевых систем и конструкторов, в том числе и для коллективной работы.

Основные требования и рекомендации к созданию электронных презентаций.

Тема 2.7.2 Технологии защиты проектов

Технологии проведения презентаций и защит проектов. Основные требования и советы к выступающему. Как поддерживать внимание аудитории. Основные ошибки выступающих.

Тема 2.7.3. Промежуточная контрольная работа и разбор результатов и оценок

Контрольная работа по Модулю 7 (в полном соответствии с аналогичным модулем КОД 2.1).

Мастер-класс с разбором оценок выполненных контрольных работ.

Самооценка результатов контрольной работы. Выполняется группами из слушателей (по 3 человека в группе).

Раздел 3. Квалификационный экзамен

Тема 3.1.1. Демонстрационный экзамен по компетенции

Демонстрационный экзамен по КОД 2.1. Продолжительность 2 дня.

3. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Оценка качества освоения слушателями настоящей дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки предполагает проведение промежуточной аттестации и итоговой аттестации слушателей по контрольно-измерительным материалам в соответствии с заявленными целями и планируемыми результатами освоения программы.

Промежуточная аттестация и итоговая аттестация являются обязательными для слушателей, обучающихся по настоящей дополнительной профессиональной программе профессиональной переподготовки.

Для обеспечения качества освоения слушателями настоящей дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки в рабочих программах дисциплин содержатся примеры фондов оценочных средств, основное назначение которых состоит:

- в управлении достижения цели реализации дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки (планируемых результатов её освоения);
- в оценивании учебных достижений слушателей по итогам изучения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), а также в ходе итоговых аттестационных испытаний;

– в обеспечении соответствия результатов обучения задачам профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения.

Фонды оценочных средств, разрабатываемые авторами дополнительных профессиональных программ, формируются на основе следующих основных принципов оценивания:

- объективность – получение объективных и достоверных результатов контроля;
- надёжность – единообразие используемых показателей и критериев оценки учебных достижений слушателей;
- своевременность – получение актуальных результатов контроля;
- эффективность – соответствие результатов деятельности поставленным целям и планируемым результатам освоения дополнительной профессиональной программы;
- валидность – соответствие объектов оценки поставленным целям обучения.

При разработке фондов оценочных средств обеспечивает их соответствие: Федеральным государственным образовательным стандартам среднего профессионального образования; образовательным технологиям, используемым при реализации соответствующих учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей).

Контрольно-измерительные материалы фондов оценочных средств обладают следующими свойствами:

- предметная направленность;
- структурность (состав и взаимосвязь теоретических и практических компонентов);
- объём (количество контрольно-измерительных материалов, составляющих фонд оценочных средств);
- качество контрольно-измерительных материалов, позволяющее обеспечить получение объективных и достоверных результатов контроля.

Фонд оценочных средств по настоящей дополнительной профессиональной программе профессиональной переподготовки включает в себя:

- контрольно-измерительные материалы, представляющие собой тестовые задания из 30 вопросов с выбором единственного правильного ответа для промежуточной аттестации слушателей, осваивающих программу;
- контрольно-измерительные материалы, представляющие собой тестовые задания из 60 вопросов с выбором единственного правильного ответа для итоговой аттестации слушателей, завершающих освоение программы;
- методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков, опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, запланированных как результаты обучения, в процессе освоения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей).

Задания, разработанные в виде теста, направлены на проверку освоения слушателями настоящей дополнительной профессиональной программы значимых элементов содержания курса и удовлетворяют следующим требованиям:

- тестовые задания исключают двусмысленность и неясность формулировок;
- формулировка вопроса (ответа) не содержит подсказок;
- в тексте задания исключается двойное отрицание;
- используемая в заданиях терминология не выходит за рамки дополнительной

профессиональной программы;

– тестовые задания на выявление знаний справочных сведений отсутствуют.

Разработанные контрольно-измерительные материалы в виде теста проходят внутреннюю экспертизу на соответствие содержания теста содержанию рабочей программы и полноту охвата учебного материала. В случае положительной оценки эксперта тест размещается в электронной тестовой базе программы, а в случае выявления несоответствий тест возвращается на доработку.

Каждое выполненное задание из теста оценивается в баллах – 1 балл за каждое правильно выполненное задание; 0 баллов за каждое неправильное задание. Наибольшее количество возможных набранных баллов: 30 при промежуточной аттестации слушателей; 60 при итоговой аттестации слушателей.

Дифференцированная оценка выставляется в соответствии со следующими критериями:

1) при четырёхбалльной шкале оценивания при промежуточной аттестации слушателей

Интервал	Оценка
15 и менее баллов	Неудовлетворительно
16 – 20 баллов	Удовлетворительно
21 – 25 баллов	Хорошо
26 – 30 баллов	Отлично

2) при двухбалльной шкале оценивания при промежуточной аттестации слушателей

Интервал	Оценка
16 и менее баллов	Не зачтено
17 – 30 баллов	Зачтено

3) при четырёхбалльной шкале оценивания при итоговой аттестации слушателей

Интервал	Оценка
30 и менее баллов	Неудовлетворительно
31 – 40 баллов	Удовлетворительно
41 – 55 баллов	Хорошо
56 – 60 баллов	Отлично

Тестовые задания для промежуточной аттестации слушателей по учебному предмету, курсу, дисциплине (модулю) представлены в разделе, соответствующем этому учебному предмету, курсу, дисциплине (модулю) на странице курса, и доступны авторизованному пользователю портала, зачисленному в качестве слушателя по этой дополнительной профессиональной программе.

Техническая поддержка компьютерного тестирования слушателей осуществляется сотрудниками Центра информационных технологий ГБП ОУ «Тверской политехнический колледж». Слушатель в установленное календарным учебным графиком время после освоения материалов обязательных учебных занятий получает допуск к тесту и проходит его в любое удобное ему время. Время, отведённое на тестирование, составляет не менее 45 (90) минут при промежуточной (итоговой) аттестации слушателей. Результаты тестирования в виде оценки доступны слушателю сразу после завершения тестирования.

Слушатель, не сдавший тест (соответствует оценкам «неудовлетворительно» / «не зачтено») имеет право на повторное тестирование.

Результаты тестирования слушателей обобщаются отделом дополнительного образования и оформляются в виде ведомости итоговой аттестации в соответствии с правилами документооборота, установленными локальными нормативными актами профессиональной образовательной организации.

4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

5.1 Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса

Реализация настоящей основной профессиональной программы профессионального обучения обеспечивается высококвалифицированными педагогическими и научно-педагогическими кадрами, имеющими достаточный опыт работы в области профессиональной деятельности, соответствующей направленности образовательной программы, состоящими в штате профессиональной образовательной организации и привлекаемыми к педагогической деятельности на других законных основаниях.

5.2 Требования к материально-техническим условиям

Реализация настоящей программы профессионального обучения с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий предполагает наличие специализированных аудиторий – учебных кабинетов для проведения занятий в формате вебинаров.

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов составляют предметы офисной мебели и видеокамера. Требования к рабочему месту педагогического работника, реализующего настоящую дополнительную профессиональную программу профессиональной переподготовки, определяются соответствующим локальным нормативными актами.

Технические средства обучения, с помощью которых осуществляется реализация настоящей дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки, – это системные блоки, мониторы, ноутбуки, IP или WEB-камеры, микрофоны, колонки.

К оборудованию и технологическому оснащению рабочих мест относится выход в сеть Интернет.

Эффективное использование дистанционных образовательных технологий и электронных образовательных ресурсов в целях беспрепятственного и своевременного освоения слушателями настоящей дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки обеспечивается качественным доступом педагогических работников и слушателей к информационно-телекоммуникационной сети.

Используемая при реализации настоящей дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки система электронного обучения удовлетворяет следующим требованиям по управлению курсом:

- автор-разработчик (автор-составитель) курса имеет полный контроль над курсом: изменение настроек, правка содержания, обучение;
- педагогический работник имеет все возможности по организации обучения без возможности изменять контент курса, а при необходимости внести изменения педагогический работник обращается к автору-разработчику (автору-составителю) курса;

- обеспечена возможность загрузки курсов в формате системы дистанционного обучения;
- обеспечена возможность включения в настоящую дополнительную профессиональную программу профессиональной переподготовки большого набора различных элементов (ресурсов, форумов, тестов, заданий, глоссариев, опросов, анкет, чатов, лекций, семинаров, баз данных, схем, рисунков, презентаций);
- обеспечена удобная возможность редактирования текстовых областей с помощью встроенного HTML-редактора;
- предоставлены различные способы оценки работы слушателей по разработанным и утверждённым в установленном порядке критериям;
- все оценки собирают в единый журнал, содержащий удобные механизмы для подведения итогов, создания и использования необходимых документарных отчётов, импорта и экспорта оценок;
- встроена удобная система учёта и отслеживания активности слушателей, позволяющая отслеживать участие как в курсе в целом, так и детальную информацию по каждому элементу курса;
- интегрирована электронная почта, позволяющая отправлять копии сообщений в форумах, а также отзывы и комментарии педагогических работников и другую учебную информацию.

Рекомендуемы требования к рабочему месту слушателя (потребителя образовательной услуги)

Рекомендуемая конфигурация компьютера:

Операционная система: не ниже Windows 7 .

Процессор: 4 ядра 4 потока или выше.

ОЗУ: от 4 Гб.

Жёсткий диск: SSD носитель.

Google Chrome, Firefox, ЯндексБраузер, Safari.

Доступ к интернету 20 Мбит\с

5.3 Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям

Настоящая дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки обеспечивается курсами лекций и практических занятий по всем учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям) посредством:

- вебинаров,
- учебно-методических разработок в электронной форме,
- высокоскоростного подключения к сети Интернет,
- наличия обратной связи с участниками в режиме реального времени (чат),
- возможности скачивания дополнительных материалов, предоставленных преподавателем,
- прямой ссылки на вебинар без дополнительной установки программного обеспечения,
- быстрой и простой регистрацией.

Слушатели настоящей дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки могут дополнительно использовать при обучении

следующие электронные ресурсы:

- Сайт Информика www.informika.ru
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://www.edu-all.ru/>
- Министерство образования и науки РФ ФГАУ «ФИРО» <http://www.firo.ru/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY <https://elibrary.ru/>
- Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru>
- Российская национальная библиотека <http://nlr.ru/lawcenter>.
- Российское образование. Федеральный портал. <http://www.edu.ru/>
- Федеральный институт педагогических измерений www.fipi.ru
- Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов <http://fcior.edu.ru>
- Научная электронная библиотека <https://e.lanbook.com/books>

5. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Горячева Светлана Вадимовна, преподаватель ГБПОУ «ТКСиТ»