

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.06.2021
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Цифровая экономика и предпринимательство»

Протокол заседания Ученого совета
от 29.06.2021 г. № 16



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки:
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы бакалавриата:
МАРКЕТИНГ

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Форма обучения: **очная, очно-заочная**

Тольятти 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. Общие положения**
 - 1.1. Нормативные документы для разработки образовательной программы
 - 1.2. Цели и задачи образовательной программы
 - 1.3. Формы обучения
 - 1.4. Квалификация, присваиваемая выпускникам
 - 1.5. Срок получения образования по образовательной программе
 - 1.6. Технологии реализации образовательной программы
 - 1.7. Язык образования
- 2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу**
 - 2.1. Направленность (профиль) образовательной программы
 - 2.2. Общее описание профессиональной деятельности выпускников
 - 2.3. Задачи профессиональной деятельности выпускников
- 3. Планируемые результаты освоения образовательной программы**
 - 3.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 3.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 3.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 3.4. Квалификационные требования к выпускнику образовательной программы в соответствии с профессиональными стандартами
- 4. Структура и объем образовательной программы**
 - 4.1. Объем образовательной программы
 - 4.2. Структура образовательной программы
 - 4.3. Практическая подготовка обучающихся
 - 4.4. Формы аттестации
- 5. Содержание образовательной программы**
 - 5.1. Учебный план и календарный учебный график
 - 5.2. Рабочие программы дисциплин (модулей), практик
 - 5.3. Оценочные и методические материалы
 - 5.4. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы
- 6. Организационно-педагогические условия реализации образовательной программы**
 - 6.1. Общесистемные условия реализации образовательной программы
 - 6.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы
 - 6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы
 - 6.4. Финансовые условия реализации образовательной программы
 - 6.5. Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе
- 7. Характеристика социально-культурной среды университета**
- 8. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья**
 - Приложения
 - Приложение 1. Учебный план
 - Приложение 2. Календарный учебный график
 - Приложение 3. Матрица компетенций
 - Приложение 4. Рабочие программы дисциплин, включая оценочные материалы
 - Приложение 5. Рабочие программы практик
 - Приложение 6. Программа государственной итоговой аттестации
 - Приложение 7. Аннотации рабочих программ дисциплин, рабочих программ практик
 - Приложение 8. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы
 - Приложение 9. Экспертные заключения

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Нормативные документы для разработки образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования - программа бакалавриата направленности (профиля) «МАРКЕТИНГ» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело разработана на основании следующих нормативных документов:

– федеральный закон от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 963 от 12.08.2020 г. (далее – ФГОС ВО);

– приказ Минобрнауки России от 05.04.2017г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (до 1 сентября 2022 года);

– приказ Минобрнауки России от 05.04.2021г. № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (с 1 сентября 2022 года);

– приказ Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

– приказ Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»;

– приказ Министерства образования и науки РФ от 23 августа 2017 г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

– распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»;

– постановление правительства Самарской области от 12 июля 2017 года N 441 О Стратегии социально-экономического развития Самарской области на период до 2030 года;

– приказ Минэкономразвития России от 24.01.2020 № 41 «Об утверждении методик расчета показателей федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»;

– профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н;

– профессиональный стандарт 08.026 «Специалист в сфере закупок», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 сентября 2015 г. № 625н;

– профессиональный стандарт 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. № 95н;

– профессиональный стандарт 31.012 «Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 13 октября 2014 г. № 707н;

– устав ФГБОУ ВО «ПВГУС»;

– локальные нормативные акты ФГБОУ ВО «ПВГУС».

1.2. Цели и задачи образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования - программа бакалавриата направленности (профиля) «МАРКЕТИНГ» представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), иных компонентов, оценочных и методических материалов, а также в виде рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы, форм аттестации.

Цель программы состоит в подготовке бакалавров в области торговой и коммерческой деятельности, закупок, сбыта, продвижения товаров, работ и услуг, обладающих универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, обеспечивающими востребованность выпускников в профессиональной сфере.

В соответствии с рекомендациями работодателей Самарской области, выработанными на основе анализа материалов проведенного опроса и представленных ими должностных инструкций руководителей и специалистов в сфере сервиса для рынка труда Самарской области выпускник основной профессиональной образовательной программы «МАРКЕТИНГ» в соответствии с требованиями сервисной индустрии региона участвует в разработке маркетинговой политики; изучает рынок аналогичных благ и тенденций его развития; прогнозирует объемы продаж; выявляет наиболее эффективные рынки сбыта и ведет контроль за сбытом; разрабатывает программы по формированию спроса и стимулированию сбыта с использованием цифровых инструментов и программных средств.

Задачами программы бакалавриата являются:

- реализация компетентностно-модульного подхода к процессу обучения;
- обеспечение инновационного характера подготовки выпускников на основе оптимального соотношения между сложившимися традициями и современными подходами к организации образовательного процесса.

1.3. Формы обучения

Обучение по программе бакалавриата в университете осуществляется в очной, очно-заочной формах.

1.4. Квалификация, присваиваемая выпускникам

Квалификация выпускника образовательной программы: бакалавр

1.5. Срок получения образования по образовательной программе

Нормативный срок получения образования по программе бакалавриата (вне зависимости от применяемых образовательных технологий) составляет:

- в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года;
- в очно-заочной форме обучения составляет 4 года 6 месяцев;
- при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

1.6. Технологии реализации образовательной программы

При реализации образовательной программы университет применяет электронное обучение, дистанционные образовательные технологии.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение, дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

1.7. Язык образования

Образовательная программа осваивается на государственном языке Российской Федерации.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ, ОСВОИВШИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПРОГРАММУ

2.1. Направленность (профиль) образовательной программы

Программа бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело имеет направленность (профиль) «МАРКЕТИНГ», которая характеризует ее ориентацию на:

- области и сферы профессиональной деятельности выпускников;
- типы задач и задачи профессиональной деятельности выпускников;
- объекты профессиональной деятельности выпускников и конкретные области знания.

2.2. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность:

08 Финансы и экономика (в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений в сфере обращения, тенденций развития мировой и национальной торговой индустрии (центры экономического анализа, правительственный сектор, общественные организации); торговой деятельности (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению).

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника, в том числе:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сферах: исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; разработки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет");

31 Автомобилестроение (в сферах: маркетинговых исследования, взаимодействия с субъектами товаропроводящей сети; прогнозирования спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта и реализации программ продвижения продукта организации).

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников:

- товарные рынки;
- маркетинговые процессы;
- закупочная деятельность;
- коммерческие процессы, в том числе в электронной торговле;
- веб-сайты, интерактивные приложения, информационные ресурсы, товары и услуги в информационно-телекоммуникационной сети «интернет»;
- цены на товары, работы и услуги.

Программа бакалавриата не содержит сведения, составляющую государственную тайну.

2.3. Задачи профессиональной деятельности выпускников

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- аналитический;
- организационно-управленческий.

Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

| Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда) | Типы задач профессиональной деятельности | Задачи профессиональной деятельности |
|---|--|---|
| 08 Финансы и экономика | аналитический | <ul style="list-style-type: none"> - анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью; - поиск, обработка, анализ, оценка и интерпретация профессиональной информации о функционировании различных рынков и иных экономических систем, в том числе с применением сквозных технологий и цифровых инструментов; - выявление, формирование и удовлетворение потребностей; - изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка |
| | организационно - управленческий | <ul style="list-style-type: none"> - организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной, и (или) товароведной); - внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы; - выбор стратегии ценообразования; - идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации; - составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической) с применением цифровых средств, и (или) товароведной) и проверка правильности ее оформления; - управление ассортиментом и качеством товаров и услуг; - выбор и реализация стратегии ценообразования; - организация материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыта) товаров, в том числе в цифровой среде; - управление товарными запасами и их оптимизация с применением цифровых инструментов; - участие в реализации проектов в области маркетинга, рекламы |

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные программой бакалавриата: универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Совокупность компетенций, установленных программой бакалавриата, обеспечивает выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность не менее чем в одной области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности, и решать задачи профессиональной деятельности не менее, чем одного типа.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций, обеспечивает формирование у выпускника всех компетенций, установленных программой бакалавриата.

3.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В соответствии с ФГОС ВО выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими универсальными компетенциями:

| Наименование категории (группы) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции выпускника | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|--|--|
| Системное и критическое мышление | УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | ИУК-1.1. Осуществляет поиск информации (в том числе с использованием цифровых технологий), необходимой для решения поставленных задач ИУК-1.2. Выполняет анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач, в том числе с использованием цифровых средств ИУК-1.3. Проводит оценку событий, процессов, результатов деятельности |
| Разработка и реализация проектов | УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | ИУК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм и методологических основ принятия организационно-управленческих и предпринимательских решений ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики ИУК – 2.3. Перестраивает сложившиеся способы решения задач, выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов, в том числе с использованием цифровых средств |
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИУК-3.1. Демонстрирует знание основ социального взаимодействия, командной работы и методов управления конфликтами ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты |
| Коммуникация | УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | ИУК 4.1. Демонстрирует навыки устной и письменной деловой коммуникации на русском и иностранном языках в соответствии с поставленными задачами ИУК 4.2. Выбирает наилучшую стратегию и тактику (форму подачи, каналы коммуникации) общения с учетом контекста коммуникаций на всех организационных уровнях ИУК 4.3. Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей |
| Межкультурное взаимодействие | УК-5. Способен воспринимать | УК-5.1. Демонстрирует знание историко-культурного развития человека и человечества, основные |

| Наименование категории (группы) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции выпускника | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|--|---|
| | межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | закономерности взаимодействия человека и общества, основы межкультурного взаимодействия УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп в контексте мировой истории и культурных традиций мира, включая мировые религии, философские и этические учения |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) | УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | ИУК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития, образовательного и профессионального роста; подбирает способы решения и средства развития, в том числе в цифровой среде ИУК-6.2. Владеет технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни |
| | УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | УК-7.1. Демонстрирует знание основ здорового образа жизни, здоровьесберегающих технологий, физической культуры ИУК-7.2. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования ИУК-7.3 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями. |
| Безопасность жизнедеятельности | УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | ИУК-8.1. Предпринимает необходимые действия по обеспечению безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов ИУК-8.2. Обеспечивает безопасные условия труда на рабочем месте, в том числе с помощью средств защиты |
| Инклюзивная компетентность | УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах | ИУК-9.1. Демонстрирует знания базовых принципов дефектологии, эмпатии и психологической поддержки ИУК-9.2. Осуществляет взаимодействие с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами на основе гуманистических ценностей |
| Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность | УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | ИУК-10.1. Демонстрирует знания базовых принципов функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами ИУК-10.2. Применяет методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей |
| Гражданская позиция | УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению | ИУК-11.1. Демонстрирует знания основ правовых норм о противодействии коррупционному поведению ИУК-11.2. Использует законодательные и другие нормативные правовые акты, обеспечивающие борьбу с коррупцией, в различных областях жизнедеятельности; соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции |

3.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В соответствии с ФГОС ВО выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

| Код и наименование общепрофессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции |
|--|---|
| ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах | ИОПК-1.1. Использует понятийный аппарат экономической и управленческой теории, российские и зарубежные источники научных знаний и экономической информации для описания экономических и финансовых процессов ИОПК-1.2. Применяет общенаучные методы исследования экономической информации и теоретические модели при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах |
| ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности | ИОПК-2.1. Осуществляет выбор методов и инструментов, в том числе и цифровых, для сбора и обработки данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности ИОПК-2.2. Осуществляет сбор, обработку и статистический анализ данных, в том числе с применением цифровых инструментов, для построения моделей экономических процессов |
| ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов | ИОПК-3.1. Выявляет сущность и тенденции современных торгово-экономических процессов, их связь с другими процессами, происходящими в обществе, критически переосмысливает текущие социально-экономические проблемы ИОПК-3.2. Анализирует и раскрывает природу торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне ИОПК-3.3. Осуществляет экономико-математическое моделирование экономических процессов |
| ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности | ИОПК-4.1. Демонстрирует знания в области управления предприятием, его материальными ресурсами, финансами, персоналом ИОПК-4.2. Выполняет расчет финансово-экономических показателей для обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности ИОПК-4.3. Осуществляет выбор организационно-управленческих решений на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений |
| ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач | ИОПК-5.1. Понимает роль цифровой культуры в информационном обществе и профессиональной деятельности; знает современные информационные технологии и программные средства, возможности их использования профессиональной деятельности ИОПК-5.2. Применяет современные информационные технологии (в том числе большие данные) и программные средства при решении задач профессиональной деятельности ИОПК-5.3. Умеет анализировать массивы больших данных с использованием современных программных средств |
| ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | ИОПК-6.1. Понимает алгоритмы работы разных поисковых систем и особенности составления запросов при поиске информации в сети Интернет и базах данных с помощью сквозных технологий ИОПК-6.2. Различает принципы работы бизнес-ориентированных языков программирования с учетом их преимуществ, недостатков, сфер применения ИОПК-6.3. Обосновывает и выбирает информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности |

3.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Профессиональные компетенции сформированы на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников:

- профессиональный стандарт 08.035 Маркетолог, утвержденный приказом Минтруда России от 04 июня 2018 г. № 366н;

- профессиональный стандарт 08.026 Специалист в сфере закупок, утвержденный приказом Минтруда России от 10.09.2015 № 625н;

- профессиональный стандарт 06.043 Специалист по интернет-маркетингу, утвержденный приказом Минтруда России от 19 февраля 2019 г. № 95н;

- профессиональный стандарт 31.012 «Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения», утвержденный приказом Минтруда России от 13 октября 2014 г. № 707н;

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации обобщенных трудовых функций (ОТФ), на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Наименование профессиональных компетенций, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции |
|---|---|---|--|---|
| Тип задач профессиональной деятельности: аналитический | | | | |
| 08.035 Маркетолог | ОТФ А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, уровень квалификации - 6 | А/01.6. Подготовка к проведению маркетингового исследования А/02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде | ИПК-1.1. Применяет методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования ИПК-1.2. Проводит маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-1.3. Проводит анализ и интерпретацию полученных результатов с целью использования их для принятия управленческих решений |
| 06.043 Специалист по интернет-маркетингу | ОТФ Н. Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», уровень квалификации - 6 | Н/01.6 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Н/02.6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Н/03.6 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | | |
| 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения | ОТФ А. Маркетинговые исследования, взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети, уровень квалификации - 4 | А/01.4 Сбор, формирование и ведение базы данных для анализа рынка автомобилестроения | | |
| | ОТФ В. Прогнозирование спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта и реализация программ продвижения продукта организации, уровень квалификации - 5 | В/02.5. Разработка плана и проведение маркетингового исследования | | |
| Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий | | | | |
| 08.035 Маркетолог | ОТФ А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, уровень квалификации - 6 | А/02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой | ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том |
| 31.012 Специалист | ОТФ А. Маркетинговые исследования, | А/03.4. Выполнение задач по | | |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации обобщенных трудовых функций (ОТФ), на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Наименование профессиональных компетенций, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции |
|--|---|---|--|--|
| по исследованию и анализу рынка автомобилестроения | взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети, уровень квалификации - 4 | маркетинговым исследованиям в соответствии с целями технического задания | деятельностью организации | числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-2.3. Участвует в оценке влияния рисков на эффективность деятельности организаций ИПК-2.4. Демонстрирует навыки приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук |
| | ОТФ В. Прогнозирование спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта и реализация программ продвижения продукта организации, уровень квалификации - 5 | В/03.5. Анализ конкурентоспособности продукта организации | | |
| 06.043 Специалист по интернет-маркетингу | ОТФ I. Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», уровень квалификации - 6 | I/01.6 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | | |
| 08.035 Маркетолог | ОТФ А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, уровень квалификации - 6 | А/02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | | |
| 08.026 Специалист в сфере закупок | ОТФ В. Осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд, уровень квалификации - 6 | В/01.6 Составление планов и обоснование закупок | ПК-3 Способен разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры | ИПК-3.1. Анализирует диапазон цен на товары, работы, услуги с учетом ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на их стоимость ИПК-3.2. Демонстрирует навыки в проведении маркетинговых исследований рыночной конъюнктуры с целью осуществления корректировки цен ИПК-3.3. Применяет теоретические знания при оценке внутренних и внешних факторов ценообразования ИПК-3.4. Применяет современные подходы при разработке эффективной товарной и ценовой политики |
| 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения | ОТФ А. Маркетинговые исследования, взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети, уровень квалификации - 4 | А/02.4 Мониторинг цен на продукт организации и конкурентов | | |
| 08.035 Маркетолог | ОТФ А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, уровень квалификации - 6 | А/02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | ПК-4. Способен разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы | ИПК-4.1. Применяет современные подходы при разработке сбытовой политики организации ИПК-4.2. Формирует и применяет оптимальные каналы распределения; |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации обобщенных трудовых функций (ОТФ), на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Наименование профессиональных компетенций, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции |
|--|---|---|--|--|
| 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения | ОТФ В. Прогнозирование спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта и реализация программ продвижения продукта организации, уровень квалификации - 5 | В/07.5 Взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети | распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг | демонстрирует навыки в создании эффективной системы товародвижения ИПК-4.3. Применяет современные подходы при оценке динамики продаж и прогнозировании продаж |
| 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения | ОТФ А. Маркетинговые исследования, взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети, уровень квалификации - 4 | А/06.4. Работы по использованию каналов коммуникаций для реализации программы продвижения продукта организации А/07.4. Подготовка информации для обеспечения рекламной деятельности А/08.4 Рекламная деятельность в рамках реализации программы продвижения продукта организации А/09.4 Участие в разработке и реализации медиаплана и плана выставочных мероприятий | ПК-5. Способен разрабатывать коммуникационные системы, в том числе на цифровой основе, и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами | ИПК-5.1. Анализирует тенденции развития рынка и технологий в области рекламы, выбор каналов коммуникаций и эффективность программы продвижения продукта ИПК-5.3. Интегрирует различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций ИПК-5.3. Формирует имидж организации; применяет современные модели развития и управления брендом организации |
| 06.043 Специалист по интернет-маркетингу | ОТФ I. Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», уровень квалификации - 6 | I/01.6 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | | |

Квалификационные требования к выпускнику образовательной программы в соответствии с профессиональными стандартами

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Трудовые действия Необходимые умения Необходимые знания |
|--|---|--|--|
| 08.035 Маркетолог | ОТФ А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, уровень квалификации - 6 | А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования | <p>Трудовые действия: Выявление проблем и формулирование целей исследования Планирование проведения маркетингового исследования Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг. Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования</p> <p>Необходимые умения: Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования. Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования. Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования Анализировать текущую рыночную конъюнктуру Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования</p> <p>Необходимые знания: Применение основ менеджмента. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность Особенности проведения социологических исследований. Принципы системного анализа Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов</p> |
| | | А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | <p>Трудовые действия: Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований Формирование предложений по совершенствованию товарной политики Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p> <p>Необходимые умения: Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Необходимые знания: Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики</p> |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Трудовые действия Необходимые умения Необходимые знания |
|---|---|---|--|
| | | | <p>Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг Методы проведения маркетингового исследования Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях Правила, нормы и основные принципы этики делового общения Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства</p> |
| <p>08.026 Специалист в сфере закупок</p> | <p>ОТФ В. Осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд, уровень квалификации 6</p> | <p>В/01.6 Составление планов обоснование закупок</p> | <p>Трудовые действия: Организация на стадии планирования закупок консультаций с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг Организация общественного обсуждения закупок Разработка плана закупок и осуществление подготовки изменений для внесения в план закупок Размещение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", публикация в печатных изданиях плана закупок и внесенных в него изменений Обеспечение подготовки обоснования закупки при формировании плана закупок Разработка плана-графика и осуществление подготовки изменений для внесения в план-график Публичное размещение плана-графика, внесенных в него изменений Организация утверждения плана закупок и плана-графика Определение и обоснование начальной (максимальной) цены контракта, в том числе заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем) Уточнение в рамках обоснования цены контракта и ее обоснование в извещениях об осуществлении закупок, приглашениях к определению поставщиков (подрядчиков, исполнителей) Обработка, формирование, хранение данных</p> <p>Необходимые умения: Использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций Работать с закупочной документацией Анализировать поступившие замечания и предложения в ходе общественного обсуждения закупок и формировать необходимые документы. Подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения Работать в единой информационной системе. Формировать начальную (максимальную) цену контракта. Обрабатывать и хранить данные</p> <p>Необходимые знания: Требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок. Основы гражданского, бюджетного, земельного, трудового и административного законодательства в части применения к закупкам. Основы антимонопольного законодательства Основы бухгалтерского учета в части применения к закупкам. Особенности составления закупочной документации Особенности ценообразования на рынке (по направлениям). Порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (по направлениям). Экономические основы ценообразования Основы информатики в части применения к закупкам. Основы статистики в части применения к закупкам</p> |
| <p>06.043 Специалист по</p> | <p>ОТФ Н. Проведение исследований в</p> | <p>Н/01.6 Исследование</p> | <p>Трудовые действия: Проведение исследований веб-сайтов конкурентов Проведение исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения</p> |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Трудовые действия Необходимые умения Необходимые знания |
|--|--|---|--|
| интернет-маркетингу | информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», уровень квалификации - 6 | поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | <p>Составление аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов</p> <p>Необходимые умения: Проводить аудит веб-сайтов конкурентов Составлять отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям Применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Необходимые знания: Основы маркетинговых исследований Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта</p> |
| | | Н/02.6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | <p>Трудовые действия: Исследование поведения посетителей веб-сайта Выявление и составление списка конкурирующих веб-сайтов Составление аналитической записки на основе исследований поведения посетителей на веб-сайтах</p> <p>Необходимые умения: Проводить анализ поведения посетителей веб-сайта Использовать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта Составлять аналитические записки по результатам проведенного анализа</p> <p>Необходимые знания: Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Основы потребительского поведения Актуальная на момент исследования аналитическая информация по демографии Основные поведенческие факторы. Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте</p> |
| | | Н/03.6 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | <p>Трудовые действия: Проведение исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Анализ тенденции изменения спроса Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин</p> <p>Необходимые умения: Использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса. Составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Необходимые знания: Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Трудовые действия Необходимые умения Необходимые знания |
|---|--|---|---|
| | | | <p>Алгоритмы формирования потребительского спроса</p> <p>Трудовые действия: Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Необходимые умения: Составлять систему показателей эффективности продвижения. Анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке</p> <p>Необходимые знания: Основы предпринимательской деятельности. Основы маркетинга Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика). Основы бюджетирования маркетинговой деятельности Система инструментов интернет-маркетинга Проектирование веб-сайтов. Основы веб-дизайна. Основы гипертекстовой разметки. Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин. Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем Особенности функционирования современных социальных медиа</p> |
| 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения | ОТФ А. Маркетинговые исследования, взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети, уровень квалификации - 4 | А/01.4 Сбор, формирование и ведение базы данных для анализа рынка автомобилестроения | <p>Трудовые действия: Анализ технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов с учетом результатов анализа статистических данных Непрерывное обновление базы данных с применением статистических и маркетинговых методов их сбора</p> <p>Необходимые умения: Определять факторы, влияющие на уровень продаж организации и емкость рынка Находить данные из различных источников и выполнять их верификацию Использовать внутренние информационные ресурсы Применять статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных. Выбирать критерии для анализа Анализировать эффективность каналов сбора данных Определять конкурентное окружение продукта организации на рынке Анализировать тенденции развития факторов, влияющих на рынок автомобилестроения Отслеживать изменения в социально-экономической ситуации Осуществлять мониторинг законодательных и нормативных актов Работать с подразделениями и сторонними организациями Регулярно актуализировать базу данных. Оптимизировать базу данных Определять модели-аналоги продукта конкурентов. Проводить сравнительный анализ технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов Использовать прикладные программные продукты. Владеть профессиональной терминологией</p> <p>Необходимые знания: Основы маркетинга и делопроизводства. Основы микро- и макроэкономики. Основы информационных технологий и</p> |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Трудовые действия Необходимые умения Необходимые знания |
|--|--|---|---|
| | | | <p>математической статистики Экономическая география. Методы сегментирования рынка Методика позиционирования продукции организации на рынке. Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных Конкуренты в сегменте рынка Специализированные программные продукты</p> |
| | | <p>A/02.4 Мониторинг цен на продукт организации конкурентов</p> | <p>Трудовые действия: Формирование перечней моделей и динамики изменения цен в каждом продуктовом сегменте Разработка предложений по изменению цен на продукт на основе анализа цен на модели-аналоги продукта конкурентов</p> <p>Необходимые умения: Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации Проводить мониторинг в соответствии с установленным графиком Выявлять и анализировать перечень моделей, имеющих наибольший потребительский спрос в каждом продуктовом сегменте Определять модели-аналоги продукта конкурентов Определять достоверные источники информации Работать с подразделениями и сторонними организациями Собирать информацию о ценах на модели-аналоги продукта конкурентов Вести базу данных динамики изменения цен на продукт Оформлять информацию о мониторинге цен в удобном и наглядном виде Применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов</p> <p>Необходимые знания: Законодательство Российской Федерации в сфере работы с конфиденциальной информацией Приказы, положения, инструкции организации. Организационная структура организации Основы математической статистики и информационных технологий. Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных Методы сегментирования рынка. Методы ценового анализа. Методика позиционирования продукции организации на рынке</p> |
| | | <p>A/03.4 Выполнение задач по маркетинговым исследованиям в соответствии с целями технического задания</p> | <p>Трудовые действия: Проведение маркетинговых исследований с применением статистических методов сбора, обработки, анализа данных Ведение документации по статистической обработке результатов маркетинговых исследований в соответствии со стандартами организации</p> <p>Необходимые умения: Проводить маркетинговое исследование в соответствии с планом и требованиями технического задания Согласовывать цели и задачи выполнения составной части маркетингового исследования в соответствии с целями технического задания. Составлять индивидуальный план выполнения задач в рамках маркетингового исследования Применять статистические методы сбора, обработки, анализа данных Собирать и обрабатывать данные для оценки степени удовлетворенности клиента Работать с подразделениями и сторонними организациями Использовать прикладные программные продукты. Проводить статистическую обработку результатов маркетинговых исследований</p> |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | <p style="text-align: center;">Трудовые действия Необходимые умения Необходимые знания</p> |
|--|--|--|--|
| | | | <p>Оформлять информацию по результатам маркетинговых исследований в удобном и наглядном виде</p> <p>Необходимые знания: Законодательство Российской Федерации в сфере работы с конфиденциальной информацией. Стандарты организации Организационная структура организации. Основы маркетинга и делопроизводства Основы математической статистики и информационных технологий Экономическая география. Методы расчета емкости рынка Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных Методы сегментирования рынка. Методика позиционирования продукта организации на рынке Конкуренты в сегменте рынка. Специализированные программные продукты</p> |
| | | <p>A/06.4 Работы по использованию каналов коммуникаций для реализации программы продвижения продукта организации</p> | <p>Трудовые действия: Анализ эффективности программ продвижения продукта на рынок Разработка предложений по совершенствованию реализации программ продвижения продукта</p> <p>Необходимые умения: Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации Определять продукт организации для продвижения. Согласовывать цели программы продвижения продукта. Определять инструменты продвижения продукта. Разрабатывать техническое задание на проведение рекламной деятельности по продвижению продукта. Использовать каналы коммуникаций для реализации программы продвижения продукта Собирать информацию для анализа эффективности программы продвижения продукта Разрабатывать сводный отчет по результатам реализации программы продвижения продукта</p> <p>Необходимые знания: Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией Нормативная законодательная база в области маркетинговой и рекламной деятельности Стандарты организации. Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации Организационная структура организации Основы маркетинга и делопроизводства. Основы информационных технологий. Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных. Методы целеполагания. Методы сегментирования рынка. Методика позиционирования продукции организации на рынке. Конкуренты в сегменте рынка</p> |
| | | <p>A/07.4 Подготовка информации для обеспечения рекламной деятельности</p> | <p>Трудовые действия: Анализ эффективности различных методов и форм рекламной деятельности Разработка предложений по определению основных направлений проведения рекламной деятельности организации</p> <p>Необходимые умения: Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации Определять факторы, влияющие на эффективность рекламной деятельности, в том числе в разрезе субъектов Российской Федерации (рейтинги СМИ, прейскуранты, характеристики целевой аудитории, медиапредпочтения целевой аудитории) Находить данные из различных источников и выполнять их верификацию. Использовать внутренние информационные ресурсы. Применять статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных. Анализировать эффективность каналов сбора данных, каналов коммуникаций Определять конкурентное окружение продукта на рынке Собирать и анализировать информацию о рекламной активности конкурентов Анализировать тенденции развития рынка и технологий в области рекламы</p> |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Трудовые действия Необходимые умения Необходимые знания |
|--|--|---|--|
| | | | <p>Применять в рекламной деятельности маркетинговые отчеты об изменениях в социально-экономической ситуации</p> <p>Необходимые знания: Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией Законодательство Российской Федерации в области рекламной деятельности Стандарты организации. Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации Организационная структура организации Основы рекламной деятельности. Основы медиапланирования. Основы информационных технологий Основы делопроизводства. Методика анализа эффективности рекламной деятельности. Методика проведения презентаций. Методы повышения эффективности рекламы. Конкуренты в сегменте рынка Передовой российский и зарубежный опыт в области рекламы</p> |
| | | <p>А/08.4 Рекламная деятельность в рамках реализации программы продвижения продукта организации</p> | <p>Трудовые действия: Оценка эффективности рекламной деятельности организации Разработка предложений, направленных на совершенствование рекламной деятельности организации</p> <p>Необходимые умения: Выполнять задания по разработке концепции рекламной деятельности Осуществлять рекламную деятельность в соответствии с требованиями технического задания Согласовывать цели и задачи выполнения составной части рекламной деятельности в соответствии с целями технического задания Составлять индивидуальный план выполнения задач в рамках концепции рекламной деятельности Анализировать факторы, влияющие на эффективность рекламной деятельности Оперативно корректировать план деятельности в соответствии с изменяющимися условиями Собирать и обрабатывать данные для оценки эффективности рекламной деятельности Работать с подразделениями и сторонними организациями Использовать прикладные программные продукты Использовать в работе результаты маркетинговых исследований Контролировать соблюдение требований стандартов организации Соблюдать принципы принятия решений в рамках рекламной деятельности исключительно в интересах организации Вести документацию в соответствии со стандартами организации</p> <p>Необходимые знания: Нормативная законодательная база в области маркетинговой и рекламной деятельности Стандарты организации. Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации. Организационная структура организации Основы рекламной деятельности. Основы информационных технологий. Основы медиапланирования. Основы делопроизводства. Методика анализа эффективности рекламной деятельности. Методы повышения эффективности рекламной деятельности. Методы целеполагания. Методика проведения презентаций</p> |
| | | <p>А/09.4 Участие в разработке и реализации медиаплана и плана выставочных</p> | <p>Трудовые действия: Анализ данных по продукту организации для разработки программ продвижения Планирование и корректировка плана деятельности в соответствии с изменяющимися условиями выставочных мероприятий</p> <p>Необходимые умения: Определять продукт организации для продвижения. Участвовать в определении перечня выставочных образцов Согласовывать цели программы продвижения продукта</p> |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Трудовые действия Необходимые умения Необходимые знания |
|---|--|---|---|
| | | мероприятий | <p>Разрабатывать техническое задание на реализацию медиаплана и плана выставочных мероприятий</p> <p>Использовать каналы коммуникаций для реализации программы продвижения продукта</p> <p>Контролировать реализацию технического задания подрядчиком</p> <p>Использовать информацию по результатам анализа эффективности программы продвижения продукта при планировании выставочной деятельности</p> <p>Выполнять задания по разработке медиаплана с учетом факторов, влияющих на эффективность рекламной деятельности</p> <p>Выполнять задания по разработке плана выставочных мероприятий с учетом факторов, влияющих на эффективность рекламной деятельности. Выполнять задания по организации и проведению выставочных мероприятий</p> <p>Контролировать соблюдение требований стандартов организации</p> <p>Необходимые знания:</p> <p>Нормативные правовые акты в области маркетинговой и рекламной деятельности</p> <p>Стандарты организации. Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации</p> <p>Организационная структура организации</p> <p>Основы рекламной деятельности. Основы информационных технологий</p> <p>Основы медиапланирования. Методика анализа эффективности рекламной деятельности</p> <p>Методика проведения презентаций. Методика организации выставочных мероприятий</p> <p>Методы повышения эффективности рекламной деятельности</p> |
| 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения | ОТФ В. Прогнозирование спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта и реализации программ продвижения продукта организации, уровень квалификации - 5 | В/02.5 Разработка плана и проведение маркетингового исследования | <p>Трудовые действия:</p> <p>Анализ результатов предыдущих маркетинговых исследований</p> <p>Разработка предложений по формированию инструментария, порядку и процедурам проведения маркетинговых исследований</p> <p>Необходимые умения:</p> <p>Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации</p> <p>Согласовывать цели и определять задачи, целевую аудиторию, методы маркетингового исследования и репрезентативную выборку</p> <p>Разрабатывать план-график, порядок и процедуры проведения маркетингового исследования</p> <p>Разрабатывать инструментарий для проведения маркетингового исследования</p> <p>Определять ресурсы для проведения маркетингового исследования</p> <p>Организовывать проведение маркетингового исследования</p> <p>Применять статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных</p> <p>Обрабатывать результаты маркетингового исследования, применяя специализированное программное обеспечение</p> <p>Анализировать, синтезировать и интерпретировать статистические данные</p> <p>Применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов</p> <p>Сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка. Выявлять конкурентные преимущества продукта организации.</p> <p>Анализировать результаты оценки степени удовлетворенности клиента</p> <p>Необходимые знания</p> <p>Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией</p> <p>Стандарты организации. Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации</p> <p>Организационная структура организации</p> <p>Основы математической статистики и финансово-экономического анализа. Основы микроэкономики</p> |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | Трудовые действия Необходимые умения Необходимые знания |
|--|--|---|--|
| | | | <p>Методы расчета емкости рынка. Методы ценового анализ. Методы сегментирования рынка Методика позиционирования продукции организации на рынке. Экономическая география Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных Методы анализа конкурентоспособности и стратегического анализа Специализированные программные продукты</p> |
| | | В/03.5 Анализ конкурентоспособности продукта организации | <p>Трудовые действия: Анализ данных по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов Разработка предложений по оптимизации методов комплексного анализа конкурентоспособности продукта</p> <p>Необходимые умения: Выполнять требования по обеспечению сохранности и конфиденциальности информации Анализировать спрос на существующих и потенциальных рынках сбыта Применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов Определять модели-аналоги конкурентов. Применять методы ценового анализа. Проводить сравнительный анализ технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов. Применять методы комплексного анализа конкурентоспособности. Выявлять конкурентные преимущества продукта организации. Анализировать информацию о ценах на модели-аналоги конкурентов. Разрабатывать структуру анализа конкурентоспособности продуктового портфеля Проводить сравнительный анализ предложений организации с предложениями других участников рынка Проводить анализ динамики и структуры цены Разрабатывать предложения по изменению прейскуранта Оценивать перспективы выхода и реализации продукта на внешнем рынке Разрабатывать предложения по результатам анализа конкурентоспособности продуктового портфеля</p> <p>Необходимые знания: Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией Стандарты организации. Приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации Организационная структура организации Основы математической статистики и финансово-экономического анализа. Основы макро- и микроэкономики. Основы стратегического маркетинга Методы расчета емкости рынка. Методы ценового анализа. Методы сегментирования рынка Методика позиционирования продукта организации на рынке. Методы анализа конкурентоспособности и стратегического анализа Экономическая география Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных Конкуренты в сегменте рынка. Специализированные программные продукты</p> |
| | | В/07.5 Взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети | <p>Трудовые действия: Обеспечение контроля деятельности товаропроводящей сети Контроль выполнения требований стандартов организации</p> <p>Необходимые умения: Разрабатывать стандарты организации для осуществления деятельности товаропроводящей сети Разрабатывать план работы по взаимодействию с субъектами товаропроводящей сети Организовывать работу в соответствии с планом и графиком предоставления данных от товаропроводящей сети</p> |

| Наименование профессиональных стандартов | Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована образовательная программа | Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа | <p style="text-align: center;">Трудовые действия Необходимые умения Необходимые знания</p> |
|--|--|---|---|
| | | | <p>Консультировать по соблюдению стандартов организации Анализировать информацию, связанную с соблюдением требований стандартов организации Контролировать выполнение требований стандартов организации в товаропроводящей сети Разрабатывать сводный отчет по соблюдению стандартов организации товаропроводящей сетью Применять методики и техники ведения переговоров Владеть иностранным языком (английским, немецким, французским по выбору организации) Нести ответственность за достоверность предоставляемой информации Нести ответственность за соблюдение конфиденциальности информации. Разрешать конфликтные ситуации</p> <p>Необходимые знания: Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией Организационная структура организации Основы риторики. Основы конфликтологии и межличностных отношений Основы делопроизводства. Этика делового общения. Методы управления временем. Методика позиционирования продукции организации на рынке. Методика проведения презентаций План коммуникаций по направлениям деятельности. Техника проведения переговоров Принципы корпоративной культуры Конкуренты в сегменте рынка</p> |

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Объем образовательной программы

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.

Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении - не более 80 з.е.

4.2. Структура образовательной программы

Структура программы бакалавриата включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура и объем программы бакалавриата

| Структура программы бакалавриата | | Объем программы бакалавриата и ее блоков в з.е. | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|---|------------|
| | | по ФГОС ВО | по ОПОП |
| Блок 1 | Дисциплины (модули) | не менее 160 | 207 |
| Блок 2 | Практика | не менее 20 | 24 |
| Блок 3 | Государственная итоговая аттестация | 6-9 | 9 |
| Объем программы бакалавриата | | 240 | 240 |

В рамках программы бакалавриата выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

К обязательной части программы бакалавриата относятся:

- дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, определяемых ФГОС ВО;

- дисциплины (модули) по **философии, истории (истории России, всеобщей истории), иностранному языку, безопасности жизнедеятельности**, реализуемые в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)»;

- дисциплины (модули) по физической культуре и спорту, реализуемые в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, определяемых ФГОС ВО, а также профессиональных компетенций, определяемых Организацией самостоятельно, могут включаться в обязательную часть программы бакалавриата и (или) в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет **не менее 30 процентов** общего объема программы бакалавриата.

Программа бакалавриата обеспечивает реализацию дисциплин по **физической культуре и спорту**:

- в объеме **2 з.е.** в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)»;

- в объеме **328 академических часов**, которые являются обязательными для освоения, не переводятся в з.е. и не включаются в объем программы бакалавриата, в рамках элективных дисциплин (модулей) в очной форме обучения.

Дисциплины по физической культуре и спорту реализуются в порядке, установленном в рабочих программах данных дисциплин.

Для инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается особый порядок освоения дисциплин по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья, указанный в рабочих программах данных дисциплин.

При разработке программы бакалавриата обучающимся обеспечивается возможность освоения **элективных дисциплин** и **факультативных дисциплин**, указанных в учебном плане образовательной программы.

Факультативные дисциплины (модули) не включаются в объем программы бакалавриата.

Университет предоставляет инвалидам и лицам с ОВЗ (по их заявлению) возможность обучения по программе бакалавриата, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

4.2. Практическая подготовка обучающихся

Практическая подготовка – это форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована:

- при реализации дисциплин (модулей), предусмотренных учебным планом;
- при проведении практики.

Практическая подготовка при реализации дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью; занятий лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

В Блок 2 "Практика" входят учебная и производственная практики (далее вместе - практики).

Типы учебной практики:

- ознакомительная практика;
- проектная практика;

Типы производственной практики:

- торгово-экономическая практика;
- преддипломная практика.

4.4. Формы аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы, в том числе отдельной части или всего объема дисциплины (модуля) образовательной программы, включает в себя:

- текущий контроль успеваемости;
- промежуточную аттестацию обучающихся;
- государственную итоговую аттестацию.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплин (модулей) и прохождения практик. Текущий контроль успеваемости проводится по всем дисциплинам (модулям), практикам, предусмотренным учебным планом образовательной программы, во время контактной работы преподавателя с обучающимися (в т.ч. в электронной информационно-образовательной среде университета) и (или) самостоятельной работы обучающихся в установленные сроки по расписанию занятий.

Промежуточная аттестация обучающихся – это оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплинам (модулям), практикам.

Формами промежуточной аттестации являются:

- зачет;
- дифференцированный зачет;
- экзамен;
- курсовая работа (проект).

Промежуточная аттестация по дисциплинам (модулям) проводится по завершению теоретического обучения в семестре в сроки, предусмотренные учебным планом и календарным учебным графиком, в соответствии с расписанием зачетно-экзаменационной сессии.

В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" входят:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

5. СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Основная профессиональная образовательная программа представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации.

Содержание и организация образовательного процесса при реализации образовательной программы регламентируются следующими основными документами:

- учебный план;
- календарный учебный график;
- рабочие программы дисциплин (модулей), практики;
- оценочные и методические материалы;
- рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы.

5.1. Учебный план и календарный учебный график

В учебном плане указывается перечень дисциплин (модулей), практик с указанием их объёма в зачётных единицах и в часах, последовательности и распределения по периодам обучения, форм аттестации.

Учебные занятия по дисциплинам (модулям), промежуточная аттестация обучающихся и государственная итоговая аттестация обучающихся проводятся в форме контактной работы и в форме самостоятельной работы обучающихся, практика - в форме контактной работы и в иных формах. Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета.

Учебные планы формируются по формам обучения и годам набора. Электронная версия учебных планов размещена на сайте университета в разделе "Сведения об образовательной организации" → "Образование".

Календарный учебный график является составной частью учебного плана, в котором указаны периоды осуществления видов учебной деятельности (последовательность реализации программы по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации) и периоды каникул.

5.2. Рабочие программы дисциплин (модулей), практик

Университет самостоятельно планирует результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам, которые соотносятся с установленными в программе бакалавриата индикаторами достижения компетенций, и которые указываются в рабочих программах дисциплин, практик.

Рабочие программы дисциплин (модулей), практик и их аннотации размещены на сайте университета в разделе "Сведения об образовательной организации" → "Образование".

Рабочие программы дисциплин (модулей), практик доступны в разделе «Рабочие программы дисциплин» основного меню ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>.

5.3. Оценочные и методические материалы

Оценочные материалы разработаны в виде фондов оценочных средств (далее - ФОС), включающих:

- оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплинам (модулям), практикам;
- оценочные материалы для государственной итоговой аттестации.

ФОС для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации являются составной частью рабочих программ дисциплин и программ практики и включают практические задания, демонстрирующие сформированность цифровых компетенций.

ФОС государственной итоговой аттестации являются составной частью программы государственной итоговой аттестации (далее - ГИА). Программа ГИА размещена на сайте университета в разделе "Сведения об образовательной организации" → "Образование".

ФОС формируются на ключевых принципах оценивания: валидности, надежности,

объективности.

Методические материалы по изучению дисциплин (модулей), практик, в том числе ориентированных на формирование цифровых компетенций, представлены в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, а также в виде учебно-методических пособий по дисциплинам (модулям).

5.4. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы

Воспитание - деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде.

Общая цель воспитания в университете – личностное развитие обучающихся, которая проявляется:

- 1) в усвоении социально значимых знаний;
- 2) в развитии позитивного отношения к общественным ценностям;
- 3) в приобретении опыта поведения и опыта применения сформированных знаний и отношений на практике.

Достижению цели воспитания обучающихся способствует решение следующих основных задач:

- формирование и развитие студенческого актива, содействие развитию различных форм студенческого самоуправления, молодежных общественных объединений и организаций;
- формирование установки на здоровый образ жизни;
- создание условий для творческой деятельности обучающихся (занятий в клубах, студиях, кружках), развития научно-исследовательской работы;
- социализация и формирование активной гражданской позиции обучающихся;
- повышение мотивации обучающихся к профессиональному развитию и внеучебной деятельности;
- сохранение и преумножение традиций вуза.
- овладение обучающимися коммуникативными компетенциями, обеспечивающими результативность в социальных практиках, в процессе общения и сотрудничества.

Практическая реализация цели и задач воспитания в университете осуществляется в рамках следующих направлений воспитательной работы:

- 1) становление личности в духе патриотизма и гражданственности, готовности к добровольческой деятельности;
- 2) социальное партнерство и студенческое самоуправление;
- 3) духовно-нравственное развитие личности в процессе реализации творческих способностей;
- 4) формирование здорового образа жизни;
- 5) воспитание у обучающихся уважения к своей профессии, людям труда и трудовым достижениям;
- 6) развитие коммуникативных навыков и социального партнерства в воспитательной деятельности.

Каждое из направлений представлено в соответствующем модуле. Реализация конкретных форм и методов воспитательной работы отражается в календарном плане воспитательной работы, утверждаемом ежегодно на предстоящий учебный год на основе направлений воспитательной работы, установленных в рабочей программе воспитания.

6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Требования к условиям реализации образовательной программы включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации образовательной программы, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе.

6.1. Общесистемные условия реализации образовательной программы

Университет располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации образовательной программы по Блоку 1 "Дисциплины (модули)" и Блоку 3 "Государственная итоговая аттестация" в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://sdo.tolgas.ru/>) из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории университета, так и вне его.

Электронная информационно-образовательная среда университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программ практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда университета дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы магистратуры;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

6.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечивается доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми Университетом к реализации образовательной программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Не менее 70 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации образовательной программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации образовательной программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Университета на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень и (или) ученое звание.

6.4. Финансовые условия реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

6.5. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой Университет принимает участие на добровольной основе.

В целях совершенствования образовательной программы Университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Университета.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по образовательной программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по образовательной программе требованиям ФГОС ВО.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии) и (или) требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

7. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ УНИВЕРСИТЕТА

В университете сформирована социокультурная среда, созданы условия, необходимые для всестороннего развития и социализации личности, сохранения здоровья обучающихся, созданы условия для развития воспитательного компонента образовательного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие обучающихся в работе творческих коллективов общественных организаций, спортивных и творческих клубов.

Формирование социокультурной среды в университете строится на принципах единства целей, задач и методов в соответствии с Концепцией воспитательной работы со студентами ПВГУС, Программой воспитательной работы со студентами на 2018-2020 гг., Положением о социокультурной среде ПВГУС, Положением о совете студентов и аспирантов университета, Положением о волонтерском объединении университета, Положением о студенческом спортивном клубе ПВГУС, Положением о рейтинге лучших студентов ПВГУС, Положением о внутривузском конкурсе «Лучшие», Положением об именной стипендии ректора университета, Положением об официальном сайте университета.

Обеспечением функционирования социокультурной среды в университете занимается Центр внеучебной деятельности; институты и факультеты; отдел интегрированных коммуникаций; студенческое научное общество; студенческий спортивный клуб «Космос», кафедра «Физическое воспитание», психологическая служба, научная библиотека.

В университете действует институт кураторства из числа преподавателей, регулярно проводятся собрания кураторов и кураторские часы в академических группах. Организовано планирование воспитательной работы на всех уровнях и отчетность.

Для формирования и развития социокультурной среды в университете функционируют студенческие организации и объединения:

- Совет студентов и аспирантов университета – постоянно действующий представительный и координирующий орган студентов и аспирантов. Совет формируется из числа представителей общественных студенческих объединений, председателей советов факультетов (институтов) и обеспечивается выборностью на всех уровнях. В рамках Совета созданы комиссии по качеству образования, по культурно-досуговой деятельности, по спорту и туризму, по информационному обеспечению;

- Старостат, объединяющий старост академических групп, совещания которого по текущим вопросам учебной и внеучебной деятельности проходят еженедельно. Старостат университета включён в работу Совета старост Самарской области;

- Совет студентов общежития, организованный из активистов, проживающих в студенческом общежитии - коллегиальный орган, участвующий в решении социально-бытовых вопросов студентов, организующий ежегодный конкурс «Лучшая комната общежития»;

- Волонтерское объединение, действующее по направлениям: работа с социально незащищенными слоями населения (дети-инвалиды, сироты, ветераны), коммуникации и сервис (проведение акций, участие в соцопросах, организация мероприятий);

- Студенческое научное общество, которое занимается разработкой и продвижением научных и инновационных проектов, организует участие студентов в научных мероприятиях различного уровня и молодежного форума ПФО «iВолга»;

- Студенческий спортивный клуб, вошедший в Ассоциацию студенческих спортивных клубов России, организует спортивные мероприятия, в том числе чемпионат АССК в Самарской области, организует участие студентов университета в работе всероссийских спортивных лагерей;

- Клуб КВН организует в университете Школу КВН, участие команд КВН ПВГУС в играх Лиги Среднее Поволжье;

- Военно-патриотический отряд «ФорПост», который занимается патриотической работой и организацией мероприятий патриотической направленности со студентами университета;

- Студенческий туристический клуб «Вертикаль», организующий участие студентов в туристических слетах, краеведческих походах, соревнованиях по спортивному туризму.

Студенческий актив входит в состав Учёного совета университета, учёных советов факультетов (институтов), совета по качеству, совета по воспитательной работе, стипендиальной комиссии, комиссии по урегулированию споров.

Социокультурная среда университета нацелена на создание условий для полноценной работы органов студенческого самоуправления в лице Совета студентов и аспирантов и других студенческих объединений. Это формирует умение студентов работать в коллективе, брать на себя ответственность за результаты деятельности. Организована работа Школы студенческого актива ПВГУС, в т.ч. первокурсников, с привлечением молодёжных активистов.

Другое приоритетное направление – формирование гражданственности и патриотизма, развитие волонтерства и социального проектирования. Студенты участвуют в деятельности волонтерского объединения, патриотических акциях, приуроченных к памятным датам, организуемых отрядом «ФорПост», привлекаются к охране общественного порядка на территории г.о. Тольятти, принимают участие в уборке городской территории и посадке леса, и других мероприятиях. Это формирует у студентов правовую грамотность, понимание социальной значимости своей будущей профессии и общественной миссии.

Третье направление, реализуемое посредством социокультурной среды университета, – духовно-нравственное воспитание и развитие творческих способностей студентов. В университете постоянно работают творческие студии и клубы по интересам. Студенты являются постоянными участниками конкурса «Студенческая весна» городского, областного и всероссийского уровней, представляют вуз на вокальных, танцевальных конкурсах и конкурсах ораторского искусства, играх Клуба весёлых и находчивых, являются организаторами городского фестиваля творческих коллективов «Весенняя пора», Международного конкурса молодых дизайнеров «Арбуз», городского Фестиваля дружбы народов. Ежегодно организуется работа с первокурсниками для скорейшей их адаптации и включения в активную жизнь (посвящение в студенты, первый полет, презентации и другое). Более половины студентов активно участвуют во внеучебных мероприятиях, отмечены дипломами и наградами.

В рамках профилактики асоциального поведения, формирования толерантности организована работа лектория с участием профильных специалистов. Работа проводится в рамках диалога совместно с молодёжными организациями, советом ветеранов, национально-культурными автономиями. На базе службы психолога организованы индивидуальные и групповые психологические тренинги и консультации. Это позволяет формировать у студентов культуру межличностного общения и бесконфликтного взаимодействия с учётом межкультурных и этнических различий.

Социокультурная среда университета нацелена на поддержку и развитие научного творчества студентов за счёт их привлечения в работу научных кружков, приобщения к проектной деятельности, вовлечения в мероприятия научно-практической направленности. На базе университета ежегодно проводятся научные конференции для студентов и молодых учёных, издаётся сборник научных статей студентов, проводится Всероссийский фестиваль науки, конкурс инновационных бизнес-проектов «Businessholiday» со Школой молодого предпринимателя, отмеченный дипломами всероссийского уровня. Участие студентов в научном творчестве формирует компетенции, связанные с самостоятельным определением задач профессионального и личностного развития, формированием способности к самообразованию, позволяет ориентироваться в условиях развития научно-технического прогресса.

Важнейшим элементом социокультурной среды университета является создание условий для формирования здорового образа жизни, занятий физической культурой и спортом, профилактикой вредных привычек и ВИЧ-инфекции. Университет располагает соответствующей материальной базой и спортивным инвентарём. Под руководством Студенческого спортивного клуба, кафедры «Физическое воспитание» проводятся внутривузовские соревнования по доступным и популярным молодёжным видам спорта, организована работа спортивных секций. Студенты университета – постоянные участники областных, а по отдельным видам спорта и всероссийских соревнований, участвуют в соревнованиях, проводимых Ассоциацией студенческих спортивных клубов России, являются призёрами соревнований по спортивному туризму. Организована профилактическая работа по

предотвращению вредных привычек, заболеваемости социально опасными болезнями (лекторий, кураторские часы, семинары с участием специалистов, в т.ч. СПИД-центра), проводятся обязательные обследования состояния здоровья обучающихся. Формирование благоприятной социокультурной среды формирует у студентов потребность в здоровом образе жизни, позволяет применять спортивно-оздоровительные методы для коррекции своего физического развития.

Социокультурная среда университета позволяет проводить эффективную информационно-коммуникативную деятельность, формирует у студентов навыки работы с информацией, её анализа и обработки, коммуникативные качества. Поддерживается в актуальном состоянии официальный сайт университета www.tolgas.ru, в структуре которого созданы специальные разделы, где размещается информация для студентов:

- раздел «Студенческая жизнь» <http://www.tolgas.ru/activities/studcentr/>;
- новостной блока главной странице сайта www.tolgas.ru;
- разделы «Центр внеучебной деятельности» http://www.tolgas.ru/org_structura/cvd/;
- раздел «Отдел международного сотрудничества» http://www.tolgas.ru/org_structura/cooperation/;
- навигационный раздел «Трудоустройство и практика», «Наличие условий для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» http://www.tolgas.ru/official_information/?SECTION_ID=3949;
- раздел «Противодействие коррупции» <http://www.tolgas.ru/activities/korrup/>;
- раздел «Антитеррор» <http://www.tolgas.ru/university/antiterror/>;
- раздел «Центр дополнительного образования» http://www.tolgas.ru/org_structura/add_education/;
- в разделе «Сервисы» созданы и функционируют подразделы с автоматизированными сервисами «Расписание» <http://www.tolgas.ru/services/raspisanie/>, «Электронная зачётная книжка» <http://www.tolgas.ru/services/ocenki/> и «Электронная библиотечная система» <http://elib.tolgas.ru/>.

Навигационный раздел «Студентам» на главной странице позволяет быстро попасть на наиболее востребованные студентами страницы: библиотека, расписание, кафедры, дополнительное образование, общежитие и многое др.

На базе университета организована работа университетского теле- и радиовещания. Во всех учебных корпусах имеются стенды, на которых размещается оперативная информация об учебной и внеучебной деятельности в университете. Обучающиеся являются основными участниками разработки и размещения информационных материалов на радио и TV.

Лучшие студенты за успехи в учёбе и внеучебной деятельности отмечаются специальными стипендиями (городского, областного и всероссийского уровней, а также специальной стипендией ректора), а также наградами по итогам внутривузовского конкурса «Лучшие» по результатам рейтинга достижений студентов. Пять лучших выпускников по итогам конкурсного отбора ежегодно получают звание «Лучший студент ПВГУС».

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

Университет предоставляет инвалидам и лицам с ОВЗ (по их заявлению) возможность обучения по программе магистратуры, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

Обучение по образовательной программе обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется университетом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

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

Университетом созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательной программе обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Под специальными условиями для получения высшего образования по образовательной программе обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения таких обучающихся, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

При получении высшего образования по образовательной программе обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья организацией обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;
 - размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий (информация должна быть выполнена крупным рельефно-контрастным шрифтом (на белом или желтом фоне) и продублирована шрифтом Брайля);
 - присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
 - обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию организации;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установка мониторов с возможностью трансляции субтитров (мониторы, их размеры и количество необходимо определять с учетом размеров помещения);
 - обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, локальное понижение стоек-барьеров; наличие специальных кресел и других приспособлений).

Наличие специальных условий для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья

| № п/п | Условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья | Наличие условий для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (да/нет, комментарии) |
|-------|--|--|
| 1. | <p>Обеспечение беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, в учебные помещения и другие помещения соискателя лицензии (лицензиата), а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, локальных пониженных стоек-барьеров; при отсутствии лифтов аудитории для проведения учебных занятий должны располагаться на первом этаже)</p> | <p align="center">Да</p> <p>Беспрепятственный доступ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывание в указанных помещениях обеспечены по адресам: 445017, Самарская область, г. Тольятти, Центральный р-н, ул. Гагарина, д. 4-а; 445017, Самарская область, г. Тольятти, Центральный р-н, ул. Гагарина, д. 4; 445020, Самарская область, г. Тольятти, Центральный р-н, ул. Гидростроевская, д. 17; 445011, Самарская область, г. Тольятти, Центральный р-н, ул. Горького, д. 34; 445011, Самарская область, г. Тольятти, Центральный р-н, ул. Горького, д. 34-Б, в том числе: - входные группы оборудованы пандусами с поручнями, кнопками вызова персонала; - обеспечено наличие выделенного места стоянки автотранспортного средства для инвалидов; - на участках пола перед поворотом, ступенями и дверями нанесены контрастные полосы; - расширенные дверные проемы и площади коридоров позволяют свободно перемещаться; - ввиду отсутствия лифтов занятия в академических группах, в которых обучаются инвалиды и лица с ОВЗ, проводятся в аудиториях, расположенных на первом этаже.</p> <p>Беспрепятственный доступ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, в учебные помещения, предназначенные для занятий по дисциплине «Физическая культура», также их пребывание в указанных помещениях обеспечены по адресам: 445028, Самарская область, г. Тольятти, Автозаводский район, в центре стадиона «Торпедо»; 445028, Самарская область, г. Тольятти, Автозаводский район, западное здания (лит.А5), имеющего адрес: ул. Революционная, 80, строение 5; 445028, Самарская область, г. Тольятти, Автозаводский район, ул. Революционная, д. 80, в том числе: - для беспрепятственного доступа входная площадка оборудована антискользящим покрытием; - входные группы оборудованы пандусом и расширенными дверными проемами; - имеются печатные носители статической информации (указатели, таблички); - на участках пола перед поворотом и дверями нанесены контрастные полосы; - в раздевалках двери распашные, увеличенная ширина дверного проема, порога не имеется; - размеры раздевалки позволяют разместить кресло-коляску, костыли и т.д. - оборудовано 25 машино-мест для инвалидов со специальным знаком; стоянки с местами для автомобилей инвалидов располагаются на расстоянии не более 50 м от входа в малую спортивную арену стадиона «Торпедо».</p> <p>В университета разработаны паспорта доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг, а также План мероприятий («дорожная карта») по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг. Паспорта и «дорожная карта» размещены на</p> |

| № п/п | Условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья | Наличие условий для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (да/нет, комментарии) |
|-------|---|--|
| | | официальном сайте ПВГУС в разделе «Материально-техническое обеспечение и оснащённость образовательного процесса» http://www.tolgas.ru/sveden/objects/ . |
| 2. | Предоставление услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков | <p style="text-align: center;">Да</p> <p>На штатной основе в университете работает педагог-психолог. Обучающимся по программам среднего профессионального образования предоставляются услуги двух тьюторов, которые обеспечивают сопровождение образовательного процесса лиц с ОВЗ и инвалидностью для здоровьесбережения.</p> <p>Педагогические работники университета проходят повышение квалификации по особенностям организации обучения и воспитания обучающихся с ОВЗ.</p> <p>Организована волонтерская помощь обучающихся.</p> <p>Официальный сайт ПВГУС имеет альтернативную версию для слабовидящих http://www.tolgas.ru/sveden/objects/.</p> |
| 3. | Адаптированные образовательные программы (специализированные адаптационные предметы, дисциплины (модули)) | <p style="text-align: center;">Да</p> <p>Обучающиеся с ОВЗ могут обучаться по адаптированным образовательным программам (по их заявлению), а также по индивидуальному учебному плану.</p> <p>При формировании образовательных программ предусмотрено включение адаптационных дисциплин, обеспечивающих коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе: «Адаптивные информационные и коммуникационные технологии», «Коммуникативный практикум».</p> <p>Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения дисциплины «Физическая культура» с учетом состояния их здоровья.</p> <p>При определении мест прохождения учебной и производственной практики обучающимися инвалидами учитываются рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с учетом нарушенных функций и ограничений их жизнедеятельности.</p> <p>Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета. ЭИОС позволяет осуществлять прием-передачу информации в доступных формах к учебным, методическим изданиям, электронной зачетной книжке, портфолио, электронно-библиотечной системе (ЭБС), а также обеспечивает возможность предоставления образовательных услуг в дистанционном режиме.</p> |
| 4. | Специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, в том числе в формате печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы) | <p style="text-align: center;">Да</p> <p>Обучающиеся с нарушениями зрения обеспечены специальными учебниками, учебными пособиями и дидактическими материалами, в том числе в формате печатных материалов (аудиокнижки, аудиокурсы).</p> <p>В Медиазале библиотеки университета оборудованы АРМ для обучающихся с нарушениями зрения (видеоувеличитель; документ-камера Eloam VE 800 AF CMOS 5 Mp для усиления остаточного зрения; беспроводная звукоусиливающая аппаратура радиокласса FM – радиомикрофон-приёмник; специальная программа NVDA с речевым синтезатором; клавиатура, маркированная азбукой Брайля клавиатура).</p> <p>Доступ обучающихся с нарушениями зрения к учебным и методическим изданиям обеспечивается через Электронную библиотечную систему ПВГУС, ЭБС Лань, ЭБС ZNANIUM.COM (версии для лиц с нарушением зрения с возможностью увеличения шрифта).</p> <p>В соответствии с договором о сотрудничестве с ГБУК «Самарская областная библиотека для слепых» обеспечена возможность выдачи</p> |

| № п/п | Условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья | Наличие условий для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (да/нет, комментарии) |
|-------|---|---|
| | | документов во временное пользование из полнотекстовой базы данных книг в специальном формате; оказывается помощь в формировании специализированного фонда документов, адаптированных для обучения инвалидов по зрению, и составлению библиографических списков специализированных учебных материалов. |
| 5. | Размещение в доступных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий | <p style="text-align: center;">Да</p> <p>Адаптивное актуальное расписание размещено на официальном сайте университета www.tolgas.ru (версия для лиц с нарушением зрения с возможностью увеличения шрифта). Расписание учебных занятий и справочная информация размещена на стендах в холлах учебных корпусов. На компьютерах установлено специализированное программное обеспечение, позволяющее доступ к рабочему столу компьютера за счет речевого оповещения действий: MAGIc for Windows v.11.0 Pro (срок использования - бессрочно), NVDA (является бесплатным продуктом), а также комплекты для маркировки клавиатуры азбукой Брайля.</p> |
| 6. | Дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установка мониторов с возможностью трансляции субтитров) | <p style="text-align: center;">Да</p> <p>На стендах «Расписание занятий» в учебных корпусах университета указана информация с контактным телефоном диспетчеров отдела организации учебного процесса. Диспетчером озвучивается справочная информация о расписании учебных занятий в индивидуальном порядке лицам с ограниченными возможностями здоровья.</p> |