Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Марина Викторовна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 13.08.2026 14:33:55
Уникальный программный ключ:
b60019126a3f15cfd49eff4247dfc09aa2f09f7a

Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Университетский колледж»
(АНО ПО «Университетский колледж»)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины профессионального учебного цикла

ОП.15 МАРКЕТИНГ

по специальности среднего профессионального образования

38.02.07 Банковское дело
(код, наименование специальности)

Москва, 2025

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.07 Банковское дело, утв. приказом Минобрнауки от 14 ноября 2023 г. № 856 утвержденного приказом Минпросвещения России от 15.12.2023 № 76429.

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Университетский колледж» (АНО ПО «Университетский колледж»)

СОДЕРЖАНИЕ

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

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Маркетинг» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС 38.02.07 Банковское дело.

Учебная дисциплина «Маркетинг» наряду с учебными дисциплинами общепрофессионального цикла обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 38.02.07 Банковское дело.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК :

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами,руководством, клиентами;

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

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 1.4 ПК 2.1 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05	выявлять, формировать и удовлетворять потребности; проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения; организовывать рекламные компании; применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта; оценивать конкурентоспособность продукции и предприятия;	структуру маркетинговой деятельности; классификацию маркетинга; принципы, объекты, средства и методы маркетинговой деятельности; маркетинговую окружающую среду; виды конкуренции, конкурентоспособность организации; стратегию и планирование маркетинга.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися достигаются личностныерезультаты

Личностные результаты выпускника, освоившего программу учебной дисциплины «Маркетинг»

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности

Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности.	**ЛР 13**
Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.	**ЛР 14**
Открытый к текущим и перспективным изменениям рынка труда впрофессиональной сфере.	**ЛР 15**

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации

Осознающий культурное-историческое наследие Волгоградской области, готовый его сохранять, поддерживать и развивать для формирования положительного имиджа региона.	**ЛР 16**
Демонстрирующий трудовую мотивацию к реализации основных принципов деятельности банков, поддержанию и развитию традиций и ценностейпрофессионального сообщества.	**ЛР 17**
Экономически активный гражданин, чувствующий ответственность за свои действия и поступки, инициативный и самостоятельный, реализующий социально значимые проекты в области финансовой среды.	**ЛР 18**

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями

Стремящийся к увеличению масштабов продажи банковских продуктов иуслуг, способный к развитию коммуникационных связей в области банковской рекламы и связям с общественностью, способствующий росту	**ЛР 19**
конкурентоспособности коммерческих банков.	
Способный воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию, используя различные цифровые средства, позволяющие вусловиях переговорного процесса с клиентами банка достигать поставленных целей.	**ЛР 20**

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенныесубъектами образовательного процесса

Владеющий навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности; способный и готовый к самостоятельному поискуметодов решения банковских задач, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически ее оценивать и интерпретировать..	**ЛР 21**
Участвующий в реализации просветительских программ и работе молодежных объединений	**ЛР 22**
Обладающий навыками усидчивости; способный длительное время заниматься однообразным видом работы; аккуратный, стрессоустойчивый и помехоустойчивый	**ЛР 23**
Способный рефлексивно оценивать собственный жизненный опыт, критерииличной успешности.	**ЛР 24**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	**Объем часов**
Объем образовательной программы	**40**
в том числе:	
теоретическое обучение	20
лабораторные работы	
практические занятия	20
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
консультации	-
контрольная работа	-
Самостоятельная работа	-
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в 4 семестре	*ДЗ*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
	Введение. Контроль остаточных знаний. Подготовка к освоению учебной дисциплины «Маркетинг»	2	
Раздел 1.Основы маркетинга		**20**	
Тема 1.1 Предмет, цели и задачи дисциплины	**Содержание учебного материала**	**2**	ОК 01,ОК 03, ОК 06,ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14,ЛР 15,ЛР 17-21, ЛР 23,ЛР 24
	1.Понятия: маркетинг, функции, цели, принципы, задачи, социальные основы маркетинга. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности.	2	
Тема 1.2Товар в системе маркетинга	**Содержание учебного материала**	**6**	ОК 01,ОК 03, ОК 06,ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14,ЛР 15,ЛР 17-21, ЛР 23,ЛР 24
	2.Маркетинговое понимание товара, классификация товаров. Концепция жизненного цикла товара. Конкуренция и конкурентоспособность услуг, товара	2	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	**4**	
	4.Практическое занятие № 1 «Определение этапов жизненного цикла товаров (услуг)»	2	
	5.Практическое занятие № 2 «Оценка конкурентоспособности товара»	2	
Тема 1.3 Рынок, как условие и экономическая основа	**Содержание учебного материала**	**12**	ОК 01,ОК 03, ОК 06,ПК 1.4, ПК 2.1
	6.Окружающая среда маркетинга	2	
	7.Сегментирование рынка банковских услуг	2	

маркетинга	8.Классификация маркетинга	2	ЛР 13, ЛР 14,ЛР 15,ЛР 17-21, ЛР 23,ЛР 24
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	**6**	
	9.Практическое занятие № 3 «Анализ окружающей среды маркетинга»	2	
	10.Практическое занятие № 4 «Определение принципов сегментирования на основе классификации потребителей»	2	
	11.Практическое занятие № 5 «Определение вида маркетинга в зависимости от состояния спроса»	2	
Раздел 2. Практический маркетинг		**25**	
Тема 2.1 . Содержание и функции практического маркетинга	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК 01,ОК 03, ОК 06,ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14,ЛР 15,ЛР 17-21, ЛР 23,ЛР 24
	12.Содержание маркетинговой деятельности предприятия. Функции практического маркетинга. Маркетинговая политика предприятия. Ценовая политика в маркетинге. Виды цен.	2	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	**2**	
	13.Практическое занятие № 6 «Исследование и разработка цен на товары»	2	
Тема 2. 2. Сбытовая политика	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК 01,ОК 03, ОК 06,ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14,ЛР 15,ЛР 17-21, ЛР 23,ЛР 24
	14.Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Планирование сбытовой политики, функции каналов товародвижения. Виды сбыта.	2	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	**2**	
	15 Практическое занятие № 7 « Распространение товаров и организация товародвижения»	2	
Тема 2. 3. Коммуникационная политика	**Содержание учебного материала**	**12**	ОК 01,ОК 03, ОК 06,ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14,ЛР 15,ЛР 17-21, ЛР 23,ЛР 24
	16.Реклама: понятие, назначение, функции, виды, цели, задачи. Рекламная политика фирмы. Выбор видов и носителей рекламы. Личная продажа, стимулирование сбыта. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС). Товарный знак. Рекламная политика банка	2	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	**10**	
	17-18.Практическое занятие № 8-9 «Применение рекламных средств в системе маркетинга»	4	
	19-20.Практическое занятие № 10-11 «Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций»	4	
	21.Практическое занятие № 12 «Анализ рекламных объявлений»	2	

Тема 2.5. Маркетинговые исследования рынка	**Содержание учебного материала**	**5**	ОК 01,ОК 03, ОК 06,ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14,ЛР 15,ЛР 17-21, ЛР 23,ЛР 24
	22..Маркетинговые исследования: понятия, цели и задачи. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, Маркетинговая информация: назначение, источники, принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации.	2	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	**2**	
	23.Практическое занятие № 13 «Маркетинговые исследования»	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка доклада на тему: «Особенности маркетинговых исследований», «Важнейшие направления маркетинговые исследований».Разработка комплекса маркетинговых исследований банка	1	
Раздел 3 Стратегии и программа маркетинга		**7**	
Тема 3.1 Принципы разработки и виды маркетинговых стратегий	**Содержание учебного материала**	**2**	ОК 01,ОК 03, ОК 06,ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14,ЛР 15,ЛР 17-21
	24.Понятие, роль и значение маркетинговых стратегий. Разработка стратегии как главная задача для функционирования механизма маркетинга. Требования, предъявляемые к маркетинговой стратегии: реализм, гибкость, адресность, определенность, четкость, альтернативность выбора (проведение ситуационного анализа). Этапы разработки маркетинговой стратегии.	2	
Тема 3.3 Маркетинг в банковской деятельности	**Содержание учебного материала**	**5**	ОК 01,ОК 03, ОК 06,ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14,ЛР 15,ЛР 17-21
	1.Задачи и цели маркетинга в банковской деятельности. Специфика банковского маркетинга. Анализ и прогнозирование финансового состояния клиентов. Система показателей, используемых в этих целях. Анализ и прогнозирование вкладов и потребностей в ссудных ресурсах. Формирование целей и рыночной стратегии банка. Сегментация рынка по продукту (услугам), клиентуре, отраслям.	2	
	2.Анализ положения банка. Выявление потенциала банка. Определение общей доли рынка, обслуживаемой банком, доли рынка займов и депозитов. Анализ конкурентоспособности банка. Ценовая политика банка.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Составление презентаций на тему: «Изучение и прогнозирование рынка кредитных ресурсов»	1	
Всего		**40**	

3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет экономико-финансовых дисциплин и бухгалтерского учета:

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

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Основные источники:

1.Основы маркетинга. Практический курс : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18046-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/534190 (дата обращения: 19.12.2024).

2.Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541073 (дата обращения: 19.12.2024).

3.Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19915-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557325 (дата обращения: 19.12.2024).

Дополнительные источники:

1.Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16790-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531712 (дата обращения: 19.12.2024).

2.Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536726 (дата обращения: 19.12.2024).

3.Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16682-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536713 (дата обращения: 19.12.2024).

4.Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535399 (дата обращения: 19.12.2024).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙДИСЦИПЛИНЫ

Входной контроль знаний и умений, сформированных в ходе получения среднего общего образования, осуществляется в форме компьютерного тестирования на проверку знаний с учетом их дальнейшего применения при формировании общих и профессиональных компетенций в рамках учебной дисциплины «Маркетинг»

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
структура маркетинговой деятельности;	Четкость понимания методов управления маркетинговой деятельности, службы маркетинга и продаж	устный опрос

Классификация маркетинга;	Точное определение вида маркетинга	компьютерное тестирование
принципы, объекты, средства и методы маркетинговой деятельности;	Раскрывать основные виды стратегий маркетинга	устный опрос
маркетинговую окружающую среду;	Называть основные компоненты микро и макро окружающей среды предприятия, банка	компьютерное тестирование
виды конкуренции, конкурентоспособность организации;	Описывать основные понятия конкурентоспособности предприятия, банка и банковского продукта. Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки.	проверка презентаций
стратегию и планирование маркетинга.	Раскрывать принципы планирования маркетинга в банке, предприятия	компьютерное тестирование
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:		
выявлять, формировать и удовлетворять потребности	-точность определения соответствия маркетинга видам спроса; -правильность определения необходимых средств стимулирования сбыта в соответствии со сбытовой политикой предприятия;	наблюдение за ходом выполнения практических работ
проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;	-соответствие выбранных методов проведения маркетинговых исследований их целям и задачам	наблюдение за ходом выполнения практических работ
организовывать рекламные компании;	-эффективность и результативность применения маркетинговых коммуникаций	наблюдение за ходом выполнения практических работ

применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;	аргументированность организации сбытовой политики предприятия в соответствии с должностными инструкциями;	наблюдение за ходом выполнения практических работ
оценивать конкурентоспособность товаров;	-правильность оценки конкурентоспособности в соответствии с правилами, определенными в нормативных актах	наблюдение за ходом выполнения практических работ

4.2 Критерии личностных результатов выпускника

Код личностных результатов реализации программы воспитания	**Личностные результаты выпускника, освоившего программу учебной дисциплины «Маркетинг»**	**Критерии, отражающие достижение ЛР**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности		
ЛР 13	Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение вусловиях риска и неопределенности	-проявление высокопрофессиональной трудовой активности; -отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся

ЛР 14	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.	- Демонстрация интереса к будущей профессии; -Проявление высокопрофессиональной трудовой активности; -демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа; -положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;
ЛР 15	Открытый к текущим и перспективным изменениям рынка труда в профессиональной сфере.	оценка собственного продвижения, личностного развития
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации		
ЛР 16	Осознающий культурно-историческое наследие Волгоградской области, готовый его сохранять, поддерживать и развивать для формирования положительного имиджа региона	— проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества; — участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях;
ЛР 17	Демонстрирующий трудовую мотивацию к реализации основных принципов деятельности банков, поддержанию и развитию традиций и ценностей профессионального сообщества.	— демонстрация интереса к будущей профессии; проявление высокопрофессиональной трудовой активности; — участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;

ЛР 18	Экономически активный гражданин, чувствующий ответственность за свои действия и поступки, инициативный и самостоятельный, реализующий социально значимые проекты в области финансовой среды.	— демонстрация интереса к будущей профессии; — оценка собственного продвижения, личностного развития; — положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности; участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями		
ЛР 19	Стремящийся к увеличению масштабов продажи банковских продуктов и услуг, способный к развитию коммуникационных связей в области банковской рекламы и связям с общественностью, способствующий росту конкурентоспособности коммерческих банков.	— демонстрация интереса к будущей профессии; — оценка собственного продвижения, личностного развития; — положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности; участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии,

		викторинах, в предметных неделях;
ЛР 20	Способный воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию, используя различные цифровые средства, позволяющие в условиях переговорного процесса с клиентами банка достигать поставленных целей.	-Демонстрация проявления правовой активности и навыков правомерного поведения.
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса		
ЛР 21	Владеющий навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности; способный и готовый к самостоятельному поиску методов решения банковских задач, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически ее оценивать и интерпретировать..	— демонстрация интереса к будущей профессии; — оценка собственного продвижения, личностного развития; — положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности; участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;
ЛР 22	Участвующий в реализации просветительских программ и работе молодежных объединений	— положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — участие в исследовательской и проектной работе; — участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных

		неделях;
ЛР 23	Обладающий навыками усидчивости; способный длительное время заниматься однообразным видом работы; аккуратный, стрессоустойчивый и помехоустойчивый	— положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;
ЛР 24	Способный рефлексивно оценивать собственный жизненный опыт, критерии личной успешности.	— оценка собственного продвижения, личностного развития; — положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;

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

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

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

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

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

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий). На аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а

также сурдопереводчиков и (или) тифлосурдопереводчиков.

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

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

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

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

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