


**Индивидуальный предприниматель
Архангельская Лариса Васильевна**

Утверждено
Приказом № 03 от 01.03.2024 г.
Индивидуальный предприниматель
Архангельская Лариса Васильевна



**ОСНОВНАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ –
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ**
по должности служащего
“Агент рекламный” код 20032

Основная программа профессионального обучения – программа профессиональной подготовки должности служащего с присвоением квалификации агент рекламный разработана на основе:

- Федерального закона от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»;
- Приказа Министерства просвещения РФ от 26 августа 2020 г. N 438 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения»;
- Приказ Министерства просвещения РФ от 14 июля 2023 г. № 534 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение»;
- Постановление Минтруда РФ от 21.08.1998 N 37 «Об утверждении Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих»;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 февраля 2019 г. № 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" других федеральных законов и действующих нормативных правовых актов.

Направленность программы. Программа направлена на развитие у обучающихся профессиональных компетенций в соответствии с требованиями Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих – по организации рекламной деятельности, связи со средствами массовой информации, мероприятий по формированию благоприятного общественного мнения, рекламного агентства, рекламных компаний.

Актуальность программы заключается в том, реклама играет важную роль в продвижении продуктов и услуг, привлечении внимания к бренду и формировании имиджа компании. Рекламный агент помогает рекламодателям создавать и реализовывать эффективные стратегии маркетинга, адаптированные к конкретной аудитории и целям бизнеса. Опытные агенты могут предложить новаторские и креативные идеи, помогающие выделиться среди конкурентов и привлечь внимание потенциальных клиентов.

Целью реализации программы является приобретение обучающимися знаний необходимых для продвижения товаров, услуг, повышения узнаваемости бренда или продукта на рынке, привлечения новых клиентов, увеличения продаж и установления позитивного имиджа компании.

Задачи программы:

- формирование знаний о законодательстве, регулирующем деятельность в сфере рекламы;
- изучение организации рекламной деятельности;
- научиться осуществлять работу по рекламированию товаров, услуг;
- овладение конкретными профессиональными знаниями и навыками, необходимыми для применения их в практической деятельности;
- достижение обучающимися в процессе обучения регулятивных, познавательных, коммуникативных компетенций.

Планируемые результаты обучения:

знать: нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся торговой деятельности; законодательство о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; перспективы развития отрасли, предприятия, учреждения, организации, производящих рекламируемую продукцию и оказывающих услуги; номенклатуру и ассортимент выпускаемой продукции и выполняемых услуг, основные их характеристики; требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам; действующие ценники и прейскуранты; основы организации связи со средствами массовой информации, приемы и методы делового общения и ведения переговоров; основы психологии; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда.

СОДЕРЖАНИЕ.

Раздел 1. Общие положения.....	3
Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы.....	5
Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников и требования к результатам освоения образовательной программы.....	5
3.1. Область профессиональной деятельности выпускников.....	5
3.2. Объекты профессиональной деятельности выпускников.....	6
3.3. Виды деятельности.....	6
3.4. Общие компетенции.....	6
3.5. Профессиональные компетенции.....	6
Раздел 4. Структура образовательной программы.....	7
4.1. Учебный план.....	7
4.2. Календарный учебный график.....	7
4.3. Содержание программы.....	10
Раздел 5. Оценочные материалы и формы контроля.....	11
5.1. Текущий контроль.....	11
5.2. Промежуточный контроль.....	11
5.3. Итоговый контроль.....	11
Раздел 6. Условия реализации программы.....	11
6.1. Материально-техническое обеспечение.....	11
6.2. Учебно-методическое обеспечение.....	12
6.3. Кадровое обеспечение.....	14

уметь: осуществлять в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей, выполнять комплекс мер, направленных на содействие их реализации или достижение других маркетинговых задач, соблюдая действующие этические нормы рекламирования товаров, услуг; заключать договоры или соглашения между доверителем и посредником, определяющие характер и объем работ, которые необходимо выполнить за счет и от имени доверителя, а также их оплату по действующим тарифам или условиям договора (соглашения); Информировать потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, раскрывая (не присущие другим) их специфические особенности, о практическом использовании объекта рекламы, убеждая их, что именно этот товар (услуга, идея) ему нужны; при проведении рекламной работы ссылаться на мнения престижного покупателя или потребителя, учитывая платежеспособность различных групп населения; составлять и представлять в установленные сроки отчетность; стимулировать потребителя повторно делать покупки товара и обращаться за услугами; выделять объект рекламы из массы сообщений, циркулирующих в средствах массовой информации, характеризовать его дополнительно отличительными потребительскими качествами, преимуществами на рынке товаров и услуг, создавая спрос и побуждая покупателей и потребителей к заключению сделки; принимать меры по обеспечению участия потенциальных покупателей и потребителей в презентациях товаров и услуг, а также проводимых ярмарках, выставках, экскурсиях на предприятия, изготавливающие рекламируемую продукцию; осуществлять работу по популяризации предприятия - изготовителя, его коммерческих связей, принципов, положенных в основу его деятельности, направленную на формирование благожелательного отношения покупателей и потребителей и обеспечению престижа рекламодателя; проводить разъяснительную работу среди покупателей и потребителей товаров о гарантиях, правах и способах защиты их интересов; принимать участие в реализации перспективных планов подготовки и размещения рекламы с учетом характера спроса (равномерного или сезонного) на товары (услуги), совершенствовать методы ее проведения, а также в работе по повышению эффективности и снижению затрат, связанных с рекламой; устанавливать связь со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы; изучать передовой отечественный и зарубежный опыт организации рекламной работы, осваивать новые виды рекламы, обеспечивающих выделение и продвижение рекламируемого объекта на внутреннем и внешнем рынке товаров и услуг; осуществлять взаимодействие с другими агентами по рекламе.

Категория слушателей: к освоению основной программы профессионального обучения по программе профессиональной подготовки допускаются лица различного возраста, в том числе не имеющие основного общего или среднего общего образования, включая лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по личному заявлению обучающегося разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья обеспечена возможность доступа к учебно-методическим материалам посредством увеличения шрифта при чтении (режим для слабовидящих). Такая функция реализована в системе дистанционного обучения.

Обучающиеся обеспечены индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам, электронной информационнообразовательной среде организации, учебным планам, рабочим программам дисциплин и практик. Все электронные ресурсы и базы могут использоваться инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, в некоторых из них предусмотрены специальные версии для этой категории обучающихся.

Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Трудоемкость обучения: 250 академических часов. Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Общий срок обучения: 2 месяца (8 недель).

Форма обучения: заочная форма с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Режим занятий: пять дней в неделю.

Форма итоговой аттестации: квалификационный экзамен.

Выдаваемый документ: свидетельство о должности служащего с присвоением квалификации агент рекламный.

Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ И ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

3.1. Область профессиональной деятельности выпускников.

- осуществление в качестве посредника работ по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей;
- обеспечение выполнения мер, направленных на решение маркетинговых задач.

3.2. Объекты профессиональной деятельности выпускников.

- услуги по продвижению рекламных продуктов и проведению рекламных кампаний, выставочной деятельности;
- рекламные коммуникативные технологии.

3.3. Виды деятельности.

- организационная деятельность по работе с заказчиком.
- размещение и сопровождение заказа.

3.4. Общие компетенции.

Обучающийся, освоивший программу профессионального обучения, должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

ОК 4. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 7. Бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, уважать социальные, культурные и религиозные различия.

ОК 8. Соблюдать правила охраны труда, пожарной безопасности и техники безопасности.

3.5. Профессиональные компетенции.

Обучающийся, освоивший программу профессионального обучения, должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

1. Организационная деятельность по работе с заказчиком.

ПК 1.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 1.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ПК 1.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с

заказчиком.

ПК 1.4. Опирайтесь в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 1.5. Вести переговоры с заказчиками.

ПК 1.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

2. Размещение и сопровождение заказа.

ПК 2.1. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

ПК 2.2. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 2.3. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 2.4. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

ПК 2.5. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.

ПК 2.6. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

ПК 2.7. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.

Раздел 4. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

4.1. Учебный план

№	Наименование предмета	Всего часов	Теория	Практика	Форма аттестации/контроля
1	Модуль 1. Понятие рекламного агента.	54	44	10	Зачет
2	Модуль 2. Организация рекламной деятельности.	84	68	16	Зачет
3	Модуль 3. Основные технологии рекламной деятельности.	74	60	14	Зачет
4	Модуль 4. Реализация рекламного заказа.	34	28	6	Зачет
10	Итоговая аттестация.	4	0	0	Экзамен
ИТОГО		250	200	46	

4.2. Календарный учебный график.

№ п/п	Наименование учебных дисциплин	Виды учебной нагрузки	1 нед еля	2 нед еля	3 нед еля	4 нед еля	5 нед еля	6 нед еля	7 нед еля	8 нед еля	Форма контроля
1	Модуль 1. Понятие рекламного агента. - Задачи и обязанности рекламного агента. - Профессиональные навыки и качества рекламного агента. - Культура общения в сфере деятельности рекламного агента	теория	28								Зачёт
		сам. работа	6								
2	Модуль 1. Понятие рекламного агента. - Имидж рекламного агента. - Организация труда рекламного агента.	теория		16							Зачёт
		сам. работа		4							
3	Модуль 2. Организация рекламной	теория		10							Зачёт

	- Поиск и привлечение клиентов.																							
		сам. работа																			2			
11	Модуль 4. Реализация рекламного заказа. - Предоставление рекламных услуг. - Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком.	теория																				19	Зачёт	
		сам. работа																					4	
		сам. работа																						
16	Итоговая аттестация.																						4	Экзамен

4.3. Содержание программы.

Модуль 1. Понятие рекламного агента.

- Задачи и обязанности рекламного агента.
- Профессиональные навыки и качества рекламного агента.
- Культура общения в сфере деятельности рекламного агента
- Имидж рекламного агента.
- Организация труда рекламного агента.

Самостоятельная работа слушателей: разработать проект «Агент рекламный - деловой человек».

Модуль 2. Организация рекламной деятельности.

- Реклама. Роль рекламы в современном обществе.
- Социально-психологические основы рекламы.
- Планирование рекламной деятельности.
- Рекламные средства.
- Рекламные объявления и тексты.
- Рекламные кампании.
- Эффективность рекламной деятельности.
- Правовое регулирование рекламной деятельности.

Самостоятельная работа слушателей: разработать проект рекламы любого товара, рекламного объявления.

Модуль 3. Основные технологии рекламной деятельности.

- Полиграфические технологии создания рекламы.
- Технология разработки наружной рекламы.
- Радиореклама.
- Мультимедийные технологии в рекламе.
- Основы компьютерных (интернет) технологий.
- Специализированные программы для работы рекламного агента.
- Основы графических технологий.

Самостоятельная работа слушателей: разработать рекламу для любого товара, который необходимо прорекламировать на радио.

Модуль 4. Реализация рекламного заказа.

- Поиск и привлечение клиентов.
- Предоставление рекламных услуг.
- Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком.

Самостоятельная работа слушателей: составить приёмы и способы привлечения внимания к рекламе.

Итоговая аттестация. Квалификационный экзамен (вопросы и практическое задание на платформе Getcourse).

	деятельности. - Реклама. Роль рекламы в современном обществе.	сам. работа		2						
4	Модуль 2. Организация рекламной деятельности. - Социально-психологические основы рекламы. - Планирование рекламной деятельности. - Рекламные средства.	теория			26					Зачёт
		сам. работа			6					
5	Модуль 2. Организация рекламной деятельности. - Рекламные объявления и тексты. - Рекламные кампании. - Эффективность рекламной деятельности.	теория			24					Зачёт
		сам. работа			6					
6	Модуль 2. Организация рекламной деятельности. - Правовое регулирование рекламной деятельности.	теория				8				Зачёт
		сам. работа				2				
7	Модуль 3. Основные технологии рекламной деятельности. - Полиграфические технология создания рекламы. - Технология разработки наружной рекламы.	теория				16				Зачёт
		сам. работа				4				
8	Модуль 3. Основные технологии рекламной деятельности. - Радиореклама. - Мультимедийные технологии в рекламе. - Основы компьютерных (интернет) технологий.	теория					24			Зачёт
		сам. работа					6			
9	Модуль 3. Основные технологии рекламной деятельности. - Специализированные программы для работы рекламного агента. - Основы графических технологий.	теория						20		Зачёт
		сам. работа						4		
10	Модуль 4. Реализация рекламного заказа.	теория						9		Зачёт

Раздел 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ.

5.1. Текущий контроль.

Текущий контроль – это оперативная оценка уровня знаний, умений, навыков обучающихся относительно заявленных в программе результатов освоения программы по итогам прошедших занятий, проводится в течение всего образовательного процесса.

5.2. Промежуточный контроль и оценочные средства.

Промежуточный контроль: предусмотрен. По каждому модулю предусмотрены самостоятельные работы (решение практических заданий) для определения уровня освоения материалов по обучению. Задания размещаются на образовательной платформе Геткурс.

Проверка самостоятельной работы обучающихся проводится по системе зачтено/не зачтено.

Отметка «зачтено» выставляется слушателю, усвоившему материал, который выполняет домашнее задание, правильно применяет теоретические положения при выполнении домашнего задания.

Отметка «не зачтено» выставляется слушателю, который с затруднениями выполняет домашние задания. Задание направляется на доработку.

5.3. Итоговый контроль.

Итоговая аттестация призвана определить конечные результаты обучения. Она охватывает всю систему знаний, умений и навыков по изученной программе. Условием допуска к прохождению итоговой аттестации является успешное прохождение промежуточной аттестации по всем модулям программы.

Итоговый контроль: квалификационный экзамен. Квалификационный экзамен проводится по билетам. Каждый билет состоит из 4 вопросов и практического задания. Билеты размещены на образовательной платформе Геткурс.

Результаты квалификационного экзамена оформляются экзаменационным протоколом. По результатам квалификационного экзамена выдается свидетельство о должности служащего с присвоением квалификации агент рекламный.

Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть основной программы профессионального обучения и (или) отчисленным из организации, осуществляющей образовательную деятельность, выдается справка об обучении или о периоде обучения.

Раздел 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.

6.1. Материально-техническое обеспечение.

Программа реализуется исключительно с применением электронного обучения и дистанционных технологий на платформе GetCourse.

Аудиторные теоретические и практические занятия проводятся в заочной форме. В проведении лекционных и практических занятий используется материально-техническое обеспечение. Для обучения по программе используется современное оборудование – компьютер или ноутбук, подключенным к сети Интернет, звуковое и световое оборудование.

Для успешного обучения с использованием электронного обучения и дистанционных технологий обучающимся рекомендуется соблюдать определенные требования к программному обеспечению персонального компьютера:

- подключение к сети Интернет со скоростью минимально 3 Мбит/с, доступ к сети по протоколам HTTP.
- на компьютере также должен быть установлен комплект соответствующего программного обеспечения (ОС не ниже Windows 7). Также необходимо наличие динамиков (наушников).

Для просмотра электронных образовательных ресурсов необходимо входить в личный кабинет на портале через:

- Компьютер, необходима версия браузера: Internet Explorer 9 или выше; Mozilla Firefox 45 или выше; Google Chrome 48 или выше; Microsoft Edge.
- Телефон, версия: iOS 9. x или выше (для iPad и iPhone); Android 4.4 или выше.

Для реализации программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя:

- электронные информационные ресурсы,
- электронные образовательные ресурсы,
- совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств.

Данная среда способствует освоению обучающимися программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность осуществлять следующие виды деятельности:

- планирование образовательного процесса,
- размещение и сохранение материалов образовательного процесса,
- фиксацию хода образовательного процесса и результатов освоения программы,
- контролируемый доступ участников образовательного процесса к информационным образовательным ресурсам в сети Интернет,
- проведение мониторинга успеваемости обучающихся.

При реализации Программы с применением дистанционных технологий, обучающийся организует свое рабочее место самостоятельно.

Программа содержит все необходимые материалы в электронном виде, в том числе ссылки на дополнительные материалы в сети интернет, размещенные как на образовательной платформе в личном кабинете обучающегося, так и на других сайтах в открытом доступе.

Для выполнения заданий обучающемуся бесплатно предоставляется аккаунт на образовательной платформе на всё время доступа к материалам.

В проведении лекционных и практических занятий могут использоваться следующие онлайн-источники:

GETCOURSE <https://getcourse.ru/> – автоматизированная система проведения обучения в интерактивном режиме (электронная информационно образовательная среда).

6.2. Учебно-методическое обеспечение.

Нормативная база

1. Федерального закона от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»;

3. Приказа Министерства просвещения РФ от 26 августа 2020 г. N 438 “Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения”;

4. Приказ Министерства просвещения РФ от 14 июля 2023 г. № 534 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение»;

5. Постановление Минтруда РФ от 21.08.1998 N 37 «Об утверждении Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих»;

6. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 февраля 2019 г. № 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу".

Литература

1. Викулова Е.Ю. Анализ рынка рекламы и перспективы его развития с учетом нововведений в сфере интернет-рекламы / Инновации и инвестиции. 2023. № 6. С. 384-387;

2. Давыдова Т.Т. История рекламы: глашатай – «прародитель» современной рекламы // Наука. Образование. Современность. 2022. № 1-4. С. 41-43;

3. Джабраилова Л.Х., Магамедов А.М., Ибрагимова З.М. Реклама как инструмент маркетинговой деятельности: концепция, цель, задачи, функции, классификация видов рекламы // Журнал прикладных исследований. 2022. Т. 6. № 11. С. 471-476;

4. Едлин В.А. Адресованность рекламы неопределенному кругу лиц в контексте рекламы, распространяемой в сети интернет // Закон и право. 2022. № 1. С. 53-58;

5. Злобина К.Д., Кузнецова Т.В. Реклама в интернете как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятий малого бизнеса // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 1. С. 132-135;

6. Михеева Е. В. «Информационные технологии в профессиональной деятельности: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. Образования» / Е.В. Михеева. — М.: Издательский центр «Академия», 2016 — 384 с.;

7. Поляков В. А. «Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования» / В. А. Поляков, А. А. Романов.— Москва: Издательство Юрайт, 2019 — 514 с.;

8. Сухов В. Д. «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта: учебник для СПО» / В. Д. Сухов. – М: Издательский центр «Академия», 2016 — 272 с.;

9. Щепилова Г. Г. «Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности: учебник для СПО» / Г. Г. Щепилова. — М.: Издательский центр «Юрайт», 2017 — 381 с.;

10. Хапенков В. Н. «Основы рекламной деятельности: учебник для СПО»/ В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова, Д. В. Федюнин. – М: Издательский центр «Академия», 2016 — 240с.

Интернет- ресурсы.

Научная электронная библиотека eLIBRARY <https://elibrary.ru>.

Для использования Интернет-ресурсов информационно-библиотечного комплекса необходима предварительная регистрация обучающегося. Рекомендованная образовательной программой литература доступна к изучению в свободном доступе после регистрации на сайте электронной библиотеки. Ссылки для доступа в электронные библиотеки размещаются в личном кабинете обучающегося в СДО в разделе «Электронная библиотека».

6.3. Кадровое обеспечение

Реализация Программы обеспечивается научно-педагогическими работниками и профессорско-преподавательским составом, удовлетворяющим требованиям к квалификации в соответствии с Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26.08.2010г. № 761н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования».

На должность преподавателя назначается лицо имеющее высшее образование или среднее профессиональное образование по направлению подготовки «Образование и педагогика» или в области, соответствующей преподаваемому предмету, без предъявления требований к стажу работы, либо высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование и дополнительное профессиональное образование по направлению деятельности в образовательном учреждении без предъявления требований к стажу работы.

Образовательный процесс осуществляется на основании учебного плана и регламентируется расписанием занятий.

Для реализации программы задействован следующий кадровый потенциал:

Преподаватели: педагоги дополнительного образования. Обеспечивается необходимый уровень компетенции преподавательского состава, включающий высшее или среднее профессиональное образование, дополнительное профессиональное обучение.

Административный персонал: обеспечивает условия для эффективной работы педагогического коллектива, осуществляет контроль, настройку технического обеспечения и текущую организационную работу.