



ШКОЛА
НЕДВИЖИМОСТИ
ДВИЖЕНИЕ

ООО «ДВИЖЕНИЕ.РУ»

ИНН 7203558770 КПП 720301001

Адрес: г. Тюмень, ул. Володарского, д.17/1

УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
ООО «Движение.ру»



Пискулин И.А.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ДЕВЕЛОПЕРА»**

Нормативный срок освоения программы: 116 академических часов.

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

г. Тюмень, 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ	3
1.1. Нормативные правовые основы разработки программы	3
1.2. Требования к слушателям	3
2. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ	4
2.1. Цель освоения программы	4
2.2. Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения	4
3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН	6
4. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	10
5. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ МОДУЛЕЙ	11
6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ	18
6.1. Материально-техническое обеспечение	18
6.2. Организация образовательного процесса	19
6.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса	19
7. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ	20
7.1. Промежуточная аттестация	20
7.2. Итоговая аттестация	20
8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	23

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативно-правовые основы разработки программы

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 №273 «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
- Письмо Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № АК-821/06 «О направлении методических рекомендаций по итоговой аттестации слушателей»;
- Письмо Минобрнауки России от 21 апреля 2015 г. № ВК-1013/06 «О направлении методических рекомендаций по реализации дополнительных профессиональных программ с использованием дистанционных образовательных технологий, электронного обучения и в сетевой форме»;
- Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих.

1.2. Требования к слушателям

К освоению программы допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Целевая аудитория программы: собственники и учредители девелоперских компаний, генеральные директора, коммерческие директора, руководители отдела

продаж, руководители отдела маркетинга, кадровый резерв на руководящие позиции, управляющие с коммерческой функцией, которые хотят научиться определять цели и стратегии развития коммерческой деятельности и реализовывать их, освоить инструменты для выполнения планов, понять, как быстро адаптироваться к вызовам, закрывать планы, контролировать темпы выбытия.

2. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ

ПРОГРАММЫ

2.1 Цель освоения программы

Целью освоения программы является формирование у слушателей навыков и знаний, необходимых для успешного выполнения функций коммерческого директора в сфере девелопмента.

2.2 Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения

Содержание дополнительной профессиональной программы учитывает профессиональные стандарты, указанные в Таблице 1.

Таблица 1

Профессиональный стандарт	Формируемые и (или) совершенствуемые трудовые функции		
Профессиональный стандарт 08.039 «Специалист по внешнеэкономической деятельности» УТВЕРЖДЕН приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 июня 2019 года № 409н	Сбор и анализ информации о требованиях к продукции организации на внешних рынках	A/01.5	5
	Определение конкурентных преимуществ продукции организации на внешних рынках	A/02.5	5
	Документарное сопровождение внешнеторгового контракта	B/02.6	6
	Контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	B/04.6	6
	Организация работ по внешнеэкономической деятельности	C/01.7	7
	Разработка плана внешнеэкономической деятельности организации и контроль его выполнения	C/02.7	7

В результате освоения программы слушатель будет:

Знать:

- как планировать и контролировать бизнес-процессы;
- особенности брендинга разных классов проектов;
- особенности параллельной товарной линейки;
- способы автоматизации процессов компании;
- правила по найму персонала и выбору партнеров;

Уметь:

- управлять финансовыми ресурсами;
- объективно оценивать результаты работы;
- разрабатывать эффективную медиастратегию, систему мотивации сотрудников и организационную схему продаж;
- применять готовый алгоритм планирования роста цены и темпов продаж;
- оценивать потенциальную прибыль продукта;
- рассчитывать риски
- выстраивать работу отделов маркетинга и PR компании;
- выстраивать работу отдела продаж в компании;
- выбирать инструменты для организации и автоматизации работы компании;
- работать с PR-службами

Владеть навыками:

- управления организацией и усовершенствования ее процессов;
- внедрения новейших технологий в организацию.

3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Таблица 2

№	Наименования этапов / блоков / модулей / дисциплин	Всего часов	Лекции	Практические занятия	СРС *	Формы аттестаци и
	Модуль I					

1.	Введение в профессию	6	2		4	
1.1	Понятие коммерческой деятельности, сферы ее применения. Цели и задачи, структура и содержание коммерческой деятельности	2	1		1	
1.2	Позиция коммерческого директора в структуре организации. Нормативно-правовые основы деятельности коммерческого директора в девелопменте	2	1		1	
1.3	Основные понятия. Глоссарий	2			2	
	Модуль II					
2.	Подготовка к реализации проекта. Создание продукта	14	3	6	5	
2.1	CJM и CustDev	2	1		1	
2.2	Предпроектная продуктовая аналитика	2	1		1	
2.3	Продуктовая концепция, УТП проекта. Техническое задание на проектирование и квартирографию	2	1		1	
2.4	Практикум	6		6		
2.5	Промежуточная аттестация	2			2	Тестирование
	Модуль III					
3.	Подготовка к реализации проекта. Брендинг компании	22	6	6	10	
3.1	Маркетинговая концепция: платформа бренда, позиционирование, дифференциация	2	1		1	
3.2	Нейминг	2	1		1	
3.3	УТП проекта	2	1		1	
3.4	Точки контакта, фирменный стиль, рендеры	2	1		1	

3.5	Стратегии использования сайта	2	1		1	
3.6	Системообразующие точки контакта девелопера: буклет и презентация проекта, маркетинг территорий	4	1		3	
3.7	Практикум	6		6		
3.8	Промежуточная аттестация	2			2	Тестирование
	Модуль IV					
4.	Подготовка к реализации проекта. Планирование	22	7	6	9	
4.1	Стратегии зонтичных или проектных брендов	2	1		1	
4.2	Планирование продаж и ДЦО. Часть 1	2	1		1	
4.3	Планирование продаж и ДЦО. Часть 2	2	1		1	
4.4	Планирование маркетинга	2	1		1	
4.5	Медиастратегия	2	1		1	
4.6	PR	2	1		1	
4.7	Работа с репутацией и отзывами в сети	2	1		1	
4.8	Практикум	6		6		
4.9	Промежуточная аттестация	2			2	Тестирование
	Модуль V					
5.	Подготовка к реализации проекта. Команда	14	3	6	5	
5.1	Команда коммерческой функции. HR-цикл, HR-бренд	2	1		1	
5.2	Команда маркетинга: оргструктура, модель компетенций, система оплаты труда	2	1		1	
5.3	Команда продаж: оргструктура, модель компетенций, система оплаты труда	2	1		1	
5.4	Практикум	6		6		

5.5	Промежуточная аттестация	2			2	Тестирование
	Модуль VI					
6.	Подготовка к реализации проекта. Инструменты реализации проекта	18	6	4	8	
6.1	Мониторы управления, CRM, шахматка, сквозная аналитика	2	1		1	
6.2	Шаблон дорожной карты для внедрения CRM	2	1		1	
6.3	Инструменты покупки. Отделка и меблировка	2	1		1	
6.4	Подходы к работе с агентствами недвижимости. Практикум	6	1	4	1	
6.5	Регулярный менеджмент	2	1		1	
6.6	Цифровизация для клиентов и агентов	2	1		1	
6.7	Промежуточная аттестация	2			2	Тестирование
	Модуль VII					
7.	Старт реализации проекта. Запуск проекта и операционная деятельность	16	4	6	6	
7.1	Планирование воронки продаж	2	1		1	
7.2	Медиапланирование, рекламные кампании	2	1		1	
7.3	Пресейлы, прогревы. Подготовка документов и материалов к запуску	2	1		1	
7.4	Примеры различных коммерческих стратегий для запуска разных проектов в разных регионах	2	1		1	
7.5	Практикум	6		6		
7.8	Промежуточная аттестация	2			2	Тестирование
Итоговая аттестация		4	Тестирование			
Итого:		116				

* СРС – самостоятельная работа слушателя.

4. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Таблица 3

№	Наименования этапов/блоков/модулей/ дисциплин	Неделя обучения
Модуль I		
1.	Введение в профессию	1-я неделя
1.1	Понятие коммерческой деятельности, сферы ее применения. Цели и задачи, структура и содержание коммерческой деятельности	
1.2	Позиция коммерческого директора в структуре организации. Нормативно-правовые основы деятельности коммерческого директора в девелопменте	
1.3	Основные понятия. Глоссарий	
Модуль II		
2.	Подготовка к реализации проекта. Создание продукта	2-я неделя
2.1	CJM и CustDev	
2.2	Предпроектная продуктовая аналитика	
2.3	Продуктовая концепция, УТП проекта. Техническое задание на проектирование и квартирографию	
2.4	Практикум	
2.5	Промежуточная аттестация	
Модуль III		
3.	Подготовка к реализации проекта. Брендинг компании	3-я неделя
3.1	Маркетинговая концепция: платформа бренда, позиционирование, дифференциация	
3.2	Нейминг	
3.3	УТП проекта	
3.4	Точки контакта, фирменный стиль, рендеры	
3.5	Стратегии использования сайта	4-я неделя
3.6	Системообразующие точки контакта девелопера: буклет и презентация проекта, маркетинг территорий	
3.7	Практикум	
3.8	Промежуточная аттестация	
Модуль IV		
4.	Подготовка к реализации проекта. Планирование	5-я неделя
4.1	Стратегии зонтичных или проектных брендов	
4.2	Планирование продаж и ДЦО. Часть 1	

4.3	Планирование продаж и ДЦО. Часть 2	6-я неделя
4.4	Планирование маркетинга	
4.5	Медиастратегия	
4.6	PR	
4.7	Работа с репутацией и отзывами в сети	
4.8	Практикум	
4.9	Промежуточная аттестация	
Модуль V		
5.	Подготовка к реализации проекта. Команда	7-я неделя
5.1	Команда коммерческой функции. HR-цикл, HR-бренд	
5.2	Команда маркетинга: оргструктура, модель компетенций, система оплаты труда	
5.3	Команда продаж: оргструктура, модель компетенций, система оплаты труда	
5.4	Практикум	
5.5	Промежуточная аттестация	
Модуль VI		
6.	Подготовка к реализации проекта. Инструменты реализации проекта	8-я неделя
6.1	Мониторы управления, CRM, шахматка, сквозная аналитика	
6.2	Шаблон дорожной карты для внедрения CRM	
6.3	Инструменты покупки. Отделка и меблировка	
6.4	Подходы к работе с агентствами недвижимости. Практикум	
6.5	Регулярный менеджмент	9-я неделя
6.6	Цифровизация для клиентов и агентов	
6.7	Промежуточная аттестация	
Модуль VII		
7.	Старт реализации проекта. Запуск проекта и операционная деятельность	10-я неделя
7.1	Планирование воронки продаж	
7.2	Медиапланирование, рекламные кампании	
7.3	Пресейлы, прогревы. Подготовка документов и материалов к запуску	
7.4	Примеры различных коммерческих стратегий для запуска разных проектов в разных регионах	
7.5	Практикум	
7.8	Промежуточная аттестация	
Итоговая аттестация		

5. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ МОДУЛЕЙ

Таблица 4

№	Наименования этапов / блоков / модулей / дисциплин	Содержание
I.	Введение в профессию	1.1. Понятие коммерческой деятельности, сферы ее применения. Цели и задачи, структура и содержание коммерческой деятельности 1.1.1. Понятие коммерческой деятельности 1.1.2. Сферы коммерческой деятельности в деvelopeмента 1.1.3. Цели и задачи, структура и содержание коммерческой деятельности 1.2. Позиция коммерческого директора в структуре организации. Нормативно-правовые основы деятельности коммерческого директора в деvelopeмента 1.2.1. Позиция коммерческого директора в структуре организации 1.2.2. Нормативно-правовые основы деятельности коммерческого директора в деvelopeмента
	Самостоятельная работа	1.3. Основные понятия. Глоссарий
II.	Подготовка к реализации проекта. Создание продукта	2.1. CJM и CustDev 2.1.1. Понятие CJM 2.1.2. Составление CJM 2.1.3. Ошибки при проектировании CJM 2.1.4. Понятие CustDev в деvelopeмента 2.1.5. Цели и задачи CustDev 2.1.6. Процесс проведения CustDev 2.2. Предпроектная продуктовая аналитика 2.2.1. Для чего необходима предпроектная аналитика? 2.2.2. Когда коммерческая служба участвует в предпроектной аналитике? 2.2.3. Этапы предпроектной

		аналитики. 2.2.4. Методики анализа (SWOT-анализ, Best-use-анализ, Conjoint-анализ). 2.2.5. Применение данного подхода к анализу на участках с существующими объектами. 2.2.6. Координация работы архитектурно-проектной компании в части продуктовых документов. 2.3. Продуктовая концепция, УТП проекта. Техническое задание на проектирование и квартирографию 2.3.1. Понятие и состав продуктовой концепции проекта 2.3.2. Разделы и параметры продуктовой концепции проекта 2.3.3. Формирование УТП проекта и/или компании по принципу Top-of-mind 2.3.4. Задание на продуктовые атрибуты 2.3.5. Понятие квартирографии 2.3.6. Процесс формирования квартирографии
	Практические занятия	2.4. Практикум
	Самостоятельная работа	2.5. Промежуточная аттестация
III.	Подготовка к реализации проекта. Планирование	3.1. Маркетинговая концепция: платформа бренда, позиционирование, дифференциация ДОБАВИТЬ СОДЕРЖАНИЕ 3.2. Нейминг ДОБАВИТЬ СОДЕРЖАНИЕ 3.3. УТП проекта ДОБАВИТЬ СОДЕРЖАНИЕ 3.4. Точки контакта, фирменный стиль, рендеры ДОБАВИТЬ СОДЕРЖАНИЕ 3.5. Стратегии использования сайта 3.5.1. Основные ценности сайта для девелопера 3.5.2. Стратегия работы с сайтом

		3.5.3. Подходы к разработке сайта 3.5.4. Лизинг сайта 3.5.5. Стратегии работы сайта с перформанс-маркетингом 3.5.6. Этапы проведения тендера на разработку корпоративного сайта 3.6. Системообразующие точки контакта девелопера: буклет и презентация проекта, маркетинг территорий 3.6.1. Буклет и презентация проекта 3.6.2. Принципы формирования POS-материалов 3.6.3. Точки дифференциации при разработке раздаточных материалов 3.6.4. Маркетинг территорий в девелопменте 3.6.5. Фазы маркетинга территории 3.6.6. Разработка офиса продаж на объекте 3.6.7. Процесс презентации проекта в офисе продаж
	Практические занятия	3.7. Практикум
	Самостоятельная работа	3.8. Промежуточная аттестация
IV.	Подготовка к реализации проекта. Планирование	4.1 Стратегии зонтичных или проектных брендов 4.1.1. Архитектура взаимосвязей брендов 4.1.2. Виды брендов 4.1.3. Стратегия для действующего девелопера 4.1.4. Стратегия для начинающего девелопера 4.2 Планирование продаж и ДЦО. Часть 1 4.2.1. Алгоритм планирования продаж и цен 4.2.2. Сегментация ассортимента 4.2.3. Анализ спроса 4.2.4. Конкурентный анализ 4.3 Планирование продаж и ДЦО. Часть 2

		4.3.1 Установление справедливой цены 4.3.2 Планирование продаж и квотирование сегментов 4.3.3 Алгоритмы поднятия цен 4.3.4 Ребалансировка 4.4 Планирование маркетинга 4.4.1 Добавленная стоимость маркетинга 4.4.2 Ключевые цели продвижения проекта 4.4.3 Маркетинговое планирование 4.5 Медиастратегия 4.5.1 Понятие медиастратегии 4.5.2 Укрупненная медиастратегия проекта 4.5.3 Принципы планирования медиастратегии 4.5.4 Оценка эффективности медиастратегии 4.6 PR 4.6.1 Определение PR 4.6.2 Основные функции PR 4.6.3 Продуктовый PR и имиджевый PR 4.6.4 Задачи PR 4.6.5 Инструменты PR 4.6.6 KPI PR-специалиста 4.7 Работа с репутацией и отзывами в сети 4.7.1 Четыре составляющие оптимальной работы с отзывами 4.7.2 Разработка формы управления показателями 4.7.3 Разработка регламента работы с входящими отзывами 4.7.4 Мониторинг и отработка поступающих отзывов 4.7.5 Генерация положительных отзывов
	Практические занятия	4.8 Практикум

	Самостоятельная работа	4.9 Промежуточная аттестация
V.	Подготовка к реализации проекта. Команда	5.1 Команда коммерческой функции. HR-цикл, HR-бренд 5.1.1. Принципы формирования команд 5.1.2. Люди vs инструменты 5.1.3. Уровни влияния на результат 5.1.4. HR-стратегия 5.1.5. Схема трансляции EVP 5.1.6. HR-цикл 5.2 Команда маркетинга: оргструктура, модель компетенций, система оплаты труда 5.2.1. Целевые оргсхемы в зависимости от размера девелопера 5.2.2. Корпоративные компетенции 5.2.3. Системы мотивации 5.3 Команда продаж: оргструктура, модель компетенций, система оплаты труда 5.3.1. Модульная оргсхема отдела продаж 5.3.2. Модель компетенций МОПа, РОПа и КД 5.3.3. Системы мотивации сотрудников отдела продаж 5.3.4. Работа с внешними командами
	Практические занятия	5.4 Практикум
	Самостоятельная работа	5.5 Промежуточная аттестация
VI.	Подготовка к реализации проекта. Инструменты реализации проекта	6.1 Мониторы управления, CRM, шахматка, сквозная аналитика ДОПИСАТЬ СОДЕРЖАНИЕ 6.2 Шаблон дорожной карты для внедрения CRM ДОПИСАТЬ СОДЕРЖАНИЕ 6.3 Инструменты покупки. Отделка и меблировка 6.3.1. Общие тренды инструментов покупки 6.3.2. Сдвиг технологии продаж 6.3.3. Стадии развития скидки 6.3.4. Принципы формирования скидки

		6.3.5. Комбо-продажи 6.3.6. Отделка и меблировка 6.4 Подходы к работе с агентствами недвижимости. Практикум 6.4.1. Причины работы с агентствами недвижимости 6.4.2. Инфраструктура работы с агентствами недвижимости 6.4.3. Переворот модели продаж 6.4.4. Полный аутсорсинг продаж и маркетинга 6.5 Регулярный менеджмент 6.5.1. Календарь проектного цикла 6.5.2. Артефакты планирования на этапе подготовки к старту продаж 6.5.3. Инфраструктура регулярного менеджмента 6.5.4. Цели и принципы проведения планерок 6.5.5. Формы отчетов по отделам 6.6 Цифровизация для клиентов и агентов 6.6.1. Состояние рынка недвижимости в России 6.6.2. Портрет покупателя в 2025 году 6.6.3. Инструменты цифровизации для клиентов и агентов
	Практические занятия	6.4 Подходы к работе с агентствами недвижимости. Практикум
	Самостоятельная работа	6.7 Промежуточная аттестация
VII.	Старт реализации проекта. Запуск проекта и операционная деятельность	7.1 Планирование воронки продаж 7.1.1. Воронка продаж в девелопменте 7.1.2. Задачи воронки продаж 7.1.3. Этапы воронки продаж в девелопменте 7.1.4. Логика “ремонта” воронки 7.1.5. Экстра-опции формирования воронки продаж 7.2 Медиапланирование, рекламные

		кампании 7.2.1. Понятие медиапланирования 7.2.2. Ключевые особенности медиапланирования в девелопменте 7.2.3. Процесс формирования медиаплана 7.2.4. Ошибки при медиапланировании 7.3 Пресейлы, прогревы. Подготовка документов и материалов к запуску 7.3.1. Подготовка проекта к старту продаж 7.3.2. Процесс подготовки проекта к старту продаж за 3 месяца 7.3.3. Внутренняя презентация проекта 7.3.4. Прогрев аудитории перед стартом продаж 7.3.5. Pre-sale нового проекта 7.4 Примеры различных коммерческих стратегий для запуска разных проектов в разных регионах 7.4.1. Понятие коммерческой стратегии 7.4.2. Сценарии запуска проектов 7.4.3. Стратегии развития от типа проекта
	Практические занятия	7.5 Практикум
	Самостоятельная работа	7.8 Промежуточная аттестация
VIII.	Самостоятельная работа	Итоговая аттестация.

6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

6.1 Материально-техническое обеспечение

Слушатели программы имеют доступ в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю без учета объемов потребляемого трафика к электронной информационно-образовательной среде (далее – ЭИОС), в которой размещены учебные материалы:

- учебный план,
- рабочие программы модулей,
- различные текстовые материалы,
- задания для самостоятельной работы,
- методические рекомендации для слушателя по изучению учебного материала и организации самостоятельной работы, прохождению форм текущего контроля успеваемости и итоговой аттестации.

6.2 Организация образовательного процесса

Образовательная программа предусматривает контактную и самостоятельную работу обучающихся.

Контактная работа обучающихся проходит в рамках таких видов учебных занятий, проводимых с применением дистанционных образовательных технологий в следующих формах:

1. Лекция - представляет собой видеозапись учебного занятия, в ходе которого лектор раскрывает систему представлений о том или ином предмете, явлении, помогая слушателям осмыслить проблему и прийти к определенному выводу.
2. Практическое задание - представляет собой домашние задания для обязательного выполнения.

Самостоятельная работа слушателей проходит в таких формах как:

1. Работа с основной и дополнительной литературой.
2. Промежуточная аттестация.
3. Итоговая аттестация.

6.3 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы обеспечивается:

- административным персоналом, который обеспечивает условия для эффективной работы педагогического коллектива, осуществляет контроль и текущую организационную работу,
- техническим персоналом, который обеспечивает функционирование информационной структуры (включая ремонт технического обеспечения

образовательного процесса, поддержание сайта и т.п.).

- педагогическими кадрами, к которым установлены следующие требования:

Преподаватель

Должен знать: законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации по вопросам высшего профессионального образования; локальные нормативные акты образовательного учреждения; образовательные стандарты по соответствующим программам высшего образования; теорию и методы управления образовательными системами; порядок составления учебных планов; правила ведения документации по учебной работе; основы педагогики, физиологии, психологии; методику профессионального обучения; современные формы и методы обучения и воспитания; методы и способы использования образовательных технологий, в том числе дистанционных; требования к работе на персональных компьютерах, иных электронно-цифровых устройствах; основы экологии, права, социологии; правила по охране труда и пожарной безопасности.

Требования к квалификации. Высшее профессиональное образование и стаж работы не менее 5 лет.

7. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

7.1 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация – это форма оценки степени и уровня достижения слушателями результатов освоения учебных этапов, предусмотренных программой.

7.2 Итоговая аттестация

Итоговая аттестация – это форма оценки степени и уровня освоения слушателями образовательной программы. Итоговая аттестация проводится в форме практического задания.

К итоговой аттестации допускаются слушатели, выполнившие учебный план в полном объеме, не имеющие академической задолженности (задолженности по промежуточной аттестации).

Итоговая аттестация проводится в форме практического задания. Выполнение проекта позволяет оценить готовность обучающегося к решению задач профессиональной деятельности. Итоговая аттестация слушателей проводится с целью установления соответствия достигнутых результатов освоения программы заявленным целям и запланированным результатам обучения.

Итоговая аттестация проверяется аттестационной комиссией. По результатам успешного прохождения итоговой аттестации слушателям выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца, дающий право выполнения вида профессиональной деятельности на основе полученной квалификации.

Слушателям, не прошедшим итоговую аттестацию или прервавшим обучение по уважительным причинам (по медицинским показаниям, подтвержденным соответствующими документами), предоставляется возможность переноса срока прохождения итоговой аттестации.

При реализации образовательных программ дополнительного профессионального образования с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий педагогическим работникам рекомендуется своевременно отвечать на их вопросы и регулярно оценивать работу с использованием различных возможностей для взаимодействия друг с другом.

Диагностические инструменты:

Диагностическим инструментом, применяемым в рамках итоговой аттестации, являются практические задания - инструмент, предназначенный для оценки результатов освоения программы слушателем. Количество вопросов в тесте варьируется от объема и сложности учебной программы, но не может составлять менее десяти вопросов.

Критерии оценивания в рамках итоговой аттестации, проводимой в форме практического задания - описание соответствующего модуля проекта представлено и соответствует требованиям, которые установлены к содержанию модуля.

Шкала оценивания.

Оценивание слушателя в рамках итоговой аттестации осуществляется по пятибалльной шкале в соответствии с нижеприведенными критериями.

Оценка «отлично» выставляется, если студент дает полные ответы на вопросы преподавателя в соответствии с планом практического занятия и показывает при этом глубокое овладение лекционным материалом, способен выразить собственное отношение по данной проблеме, проявляет умение самостоятельно и аргументированно излагать материал, анализировать явления и факты со ссылками на соответствующие нормативные документы, делать самостоятельные обобщения и выводы, заключения, рекомендации, правильно выполняет все этапы практического задания.

Оценка «хорошо» выставляется при условии соблюдения следующих требований: вопросы освещены полно, изложения материала логическое, обоснованное фактами, со ссылками на соответствующие нормативные документы, освещение вопросов завершено выводами, студент обнаружил умение анализировать факты и события, а также выполнять учебные задания. Но в ответах допущены неточности, некоторые незначительные ошибки, имеет место недостаточная аргументированность при изложении материала, недостаточно четко сделаны обобщение и выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, когда студент в целом овладел сути вопросов по данной теме, обнаруживает знание лекционного материала и учебной литературы, пытается анализировать факты и события, делать выводы и решать задачи. Но дает неполные ответы на вопросы, допускает грубые ошибки при освещении теоретического материала, не может обобщить и сделать четкие логические выводы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае, когда студент обнаружил несостоятельность осветить вопросы или вопросы освещены неправильно, бессистемно, с грубыми ошибками, отсутствуют понимания основной сути вопросов, выводы, обобщения, обнаружено неумение решать учебные задачи.

Итоговая аттестация считается пройденной при условии получения отметки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Итоговое практическое задание

ДОБАВИТЬ ТЕСТ

