

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса и информационных технологий»

ОДОБРЕНО

Ученым советом

«Сибирский институт бизнеса и
информационных технологий»

Протокол №4 от 23.12.2020

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

М.Г. Родионов

23 декабря 2020 года



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
профессиональной переподготовки

МАРКЕТИНГ В БИЗНЕСЕ

(уровень – дополнительное профессиональное образование)

Форма обучения: заочная, в т.ч. с применением ДОТ

Количество часов – 250, срок обучения – 3 месяца

Организация учебного процесса: без отрыва от основного места работы

Квалификация, приобретаемая в результате освоения программы –
специалист в области маркетинга

Программа составлена на основе следующих нормативных документов:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования 38.03.02
Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и
науки РФ от 14 августа 2020 г. № 1970;

Профессиональный стандарт 08.035 Маркетолог, утвержденный приказом Министерства
труда и социальной защиты от 04.06.2018 г. № 366н

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе

О.М. Борисова

23 декабря 2020 года

Директор ЦДО

Р.С. Симак

23 декабря 2020 года

Омск-2020

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
1.1 Общая характеристика образовательной программы	3
1.2 Нормативные документы для разработки ОППП.....	4
1.3 Требования к поступающему.....	6
2 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУШАТЕЛЯ.....	6
2.1 Область профессиональной деятельности.....	6
2.2 Объекты профессиональной деятельности	6
2.3 Виды профессиональной деятельности	7
2.4 Задачи профессиональной деятельности.....	7
3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОППП.....	8
3.1 Характеристика новой квалификации и связанных с ней видов профессиональной деятельности.....	8
3.2 Описание трудовых функций и уровней квалификации, входящих в профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог», утвержденным Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации «04» июня 2018 г. № 366н	8
3.3 Компетенции слушателя, формируемые в результате освоения ОППП.	9
4 ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОППП.....	13
4.1 Календарный учебный график.....	13
4.2 Учебный план подготовки слушателя	13
4.3 Рабочие программы дисциплин.....	13
4.4 Итоговая аттестация.....	14
5 РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОППП.....	15
5.1 Кадровое обеспечение	15
5.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение.....	16
5.3 Материально-техническая база.....	16
6 ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ	17
7 СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ И ЭКСПЕРТОВ ОППП	17

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Общая характеристика образовательной программы

Настоящая образовательная программа профессиональной переподготовки (далее – ОППП) «Маркетинг в бизнесе» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (далее - ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 августа 2020 г. № 1970, профессиональным стандартом «Маркетолог», утвержденным Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации «04» июня 2018 г. № 366н, квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденного постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. № 37.

ОППП представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную институтом с учетом образовательных потребностей и запросов обучающихся, требований регионального рынка труда и федеральных органов исполнительной власти.

Главной целью ОППП Маркетинг в бизнесе является получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности.

ОППП имеет своей целью формирование и развитие компетенций профессионально-квалификационного и профессионально-личностного характера, позволяющих осуществлять дальнейшую деятельность в сфере гражданского права и необходимых в соответствии с профессиональным стандартом «Маркетолог».

ОППП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки слушателя по данной программе.

ОППП содержит:

- календарный учебный график;
- учебный план;
- рабочие программы дисциплин;
- итоговую аттестацию.

Обучение по программе дополнительного профессионального образования в «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий» (далее - Институт) осуществляется в заочной форме обучения, в том числе с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

Объем программы дополнительного профессионального образования составляет 250 часов, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, реализации программы дополнительного профессионального образования по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

Срок получения образования по программе дополнительного профессионального образования при обучении по индивидуальному учебному плану составляет не более срока получения образования, установленного для данной программы.

При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, годовой объем образовательной программы дополнительного профессионального образования, без учета объема отдельных дисциплин (модулей), по которым результаты обучения были зачтены, не может превышать объема, установленного образовательной программой.

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

Образовательная деятельность по программе дополнительного профессионального образования осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Реализация образовательной программы профессиональной переподготовки «Маркетинг в бизнесе» направлена на получение компетенций, необходимых для приобретения новой квалификации.

Квалификация, приобретаемая в результате освоения программы – специалист в области маркетинга.

1.2 Нормативные документы для разработки ОППП

При разработке ОППП подготовки слушателя по программе «Маркетинг в бизнесе» Институт руководствовался:

– Конституцией Российской Федерации;

- Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ;
- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 августа 2020 г. № 1970;
- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденного постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. № 37;
- Профессиональным стандартом 08.035 «Маркетолог», утвержденным Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации «04» июня 2018 г. № 366н;
- Приказом Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
- Методическими рекомендациями по разработке дополнительных профессиональных программ на основе профессиональных стандартов (письмо Минобрнауки России от 22 апреля 2015 года № ВК-1032/06);
- Методическими рекомендациями по реализации дополнительных профессиональных программ с использованием дистанционных образовательных технологий, электронного обучения и в сетевой форме (письмо Минобрнауки России от 21 апреля 2015 года № ВК-1013/06);
- Методическими рекомендациями по итоговой аттестации слушателей (письмо Минобрнауки России от 30 марта 2015 года № АК-820/06).
- Уставом «Сибирского института бизнеса и информационных технологий»;
- Положением о центре дополнительного профессионального образования и иными локальными актами института.

1.3 Требования к поступающему

Предшествующий уровень образования поступающего – к освоению дополнительных профессиональных программ допускаются: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Прием поступающих ведется в соответствии с утвержденным Положением о центре дополнительного образования, п. 4.1. «Организация приема на обучение в ЦДО».

2 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУШАТЕЛЯ

2.1 Область профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности слушателей, освоивших программу дополнительного профессионального образования, является организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) и органы государственного и муниципального управления, в которых выпускники работают в качестве исполнителей и координаторов по проведению организационно-технических мероприятий и администрированию реализации оперативных управленческих решений, а также структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

Специфика профессиональной деятельности слушателей по образовательной программе профессиональной переподготовки «Маркетинг в бизнесе» заключается в обеспечении получения слушателями дополнительных знаний, умений и навыков в области маркетинга, необходимых для выполнения нового вида деятельности, расширения квалификации выпускников для их адаптации к новым производственным, экономическим и социальным обстоятельствам в условиях динамично меняющейся социально-экономической среды, восполнение недостаточного уровня экономических знаний населения, руководителей организаций, индивидуальных предпринимателей.

2.2 Объекты профессиональной деятельности

Объектами профессиональной деятельности выступают отношения, возникающие в процессе осуществления деятельности в государственных и муниципаль-

ных органах власти, антимонопольных органах, органах местного самоуправления, институтах гражданского общества; подразделениях в сфере конкурентного права; международных организациях и международных органах управления.

2.3 Виды профессиональной деятельности

Слушатель по образовательной программе профессиональной переподготовки «Маркетинг в бизнесе» готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- информационно-аналитическая;
- предпринимательская.

2.4 Задачи профессиональной деятельности

Слушатель по образовательной программе профессиональной переподготовки «Маркетинг в бизнесе» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая деятельность:

- участие в разработке и реализации маркетинговой стратегии организации.
- участие в разработке и реализации комплекса маркетинговых мероприятий в соответствии со стратегией организации;

- совершенствованию существующих и разработке новых структур управления маркетингом исходя из конкретных задач совершенствования процессов маркетинговой деятельности и повышения эффективности производства.

- решению научно-исследовательских и прикладных задач, возникающих при проектировании работ по совершенствованию управления маркетингом.

- поиску и анализу инновационных методов маркетинговой деятельности.

информационно-аналитическая деятельность:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений в области маркетинговой деятельности организации;

- создание и ведение баз данных маркетинговой информационной системы, включающей информацию по конкурентам, потребителям, партнерам;

– изучение рынка и его характеристик, емкости рынка и его потенциальных возможностей.

предпринимательская деятельность:

– разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса;
– организация и ведение предпринимательской деятельности с использованием инструментов маркетинга.

3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОППП

3.1 Характеристика новой квалификации и связанных с ней видов профессиональной деятельности

Реализация программы профессиональной переподготовки «Маркетинг в бизнесе» направлена на приобретение новой квалификации: специалист в области маркетинга.

Профессиональная деятельность выпускника в области маркетинга – организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-проектов и проектной деятельности организации; создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации; создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации; руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы.

3.2 Описание трудовых функций и уровней квалификации, входящих в профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог», утвержденным Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации «04» июня 2018 г. № 366н

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень (подуровень) квалификации

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень (подуровень) квалификации
А	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	6	Подготовка к проведению маркетингового исследования	А/01.6	6
			Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	А/02.6	6

3.3 Компетенции слушателя, формируемые в результате освоения ОППП

Конечные результаты освоения данной ОППП определяются приобретаемыми слушателем профессиональными компетенциями т.е. его способностью применять знания, умения, навыки в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Виды деятельности (профессиональные задачи)	Профессиональные компетенции	Трудовые функции (действия)	Умения	Знания
<p>организационно-управленческая деятельность:</p> <ul style="list-style-type: none"> – участие в разработке и реализации маркетинговой стратегии организации; – участие в разработке и реализации комплекса маркетинговых мероприятий в соответствии со стратегией организации; – совершенствованию существующих и разработке новых структур управления маркетингом исходя из конкретных задач совершенствования процессов маркетинговой деятельности и повышения эффективности производства; – решению научно-исследовательских и прикладных задач, возникающих при проектировании работ по со- 	<p>- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-1)</p>	<p>A/01.6</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования 	<ul style="list-style-type: none"> - применение основ менеджмента; - нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; 	<ul style="list-style-type: none"> - применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; - подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования;

Виды деятельности (профессиональные задачи)	Профессиональные компетенции	Трудовые функции (действия)	Умения	Знания
<p>вершенствованию управления маркетингом;</p> <p>– поиску и анализу инновационных методов маркетинговой деятельности.</p>				
<p>информационно-аналитическая деятельность:</p> <p>- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;</p> <p>- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений в области маркетинговой деятельности организации;</p> <p>- создание и ведение баз данных маркетинговой информационной системы, включающей ин-</p>	<p>- владеть навыками анализа маркетинговой информации и использования информационных технологий при проведении маркетинговых исследований и принятии управленческих решений (ПК-2)</p>	<p>A/01.6</p> <p>- поиск первичной и вторичной маркетинговой информации;</p> <p>- анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг;</p> <p>- разработка технического задания для проведения маркетингового исследования;</p> <p>A/02.6</p> <p>- сбор и изучение первичной маркетинговой информации в интересах организации;</p> <p>- анализ документов и материалов вторичной информации;</p> <p>- интерпретация результатов исследования;</p>	<p>- особенности проведения социологических исследований;</p> <p>- принципы системного анализа;</p> <p>- методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов</p> <p>- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, оценивать положение организации на рынке;</p> <p>- проводить анализ потребностей потребителей;</p> <p>- моделировать поведение потребителей</p>	<p>- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;</p> <p>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</p> <p>- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования</p> <p>- методы проведения маркетинговых исследований;</p> <p>- инструменты анализа и обработки результатов маркетинговых исследований;</p> <p>- технологии интерпретации полученных результатов</p>

Виды деятельности (профессиональные задачи)	Профессиональные компетенции	Трудовые функции (действия)	Умения	Знания
<p>формацию по конкурентам, потребителям, партнерам;</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение рынка и его характеристик, емкости рынка и его потенциальных возможностей; 				
<p>предпринимательская деятельность:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса; - организация и ведение предпринимательской деятельности с использованием инструментов маркетинга. 	<ul style="list-style-type: none"> - владеть навыками оценки воздействия макроэкономической среды на деятельность предприятий (ПК-3). 	<p>A/02.6</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ документов и материалов вторичной информации; - интерпретация результатов исследования; 	<ul style="list-style-type: none"> - интерпретировать результаты маркетингового исследования в соответствии с потребностями организации; - оценивать предпринимательские риски при принятии решения 	<ul style="list-style-type: none"> - особенности экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; - понятие бизнес-модели и возможности их применения на практике; - рыночные возможности и преимущества в осуществлении предпринимательской деятельности

4 ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОППП

Содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ОППП регламентируется календарным учебным графиком, учебным планом; рабочими программами дисциплин; материалами, обеспечивающими качество подготовки обучающихся; программой итоговой аттестации и защиты выпускной квалификационной работы.

4.1 Календарный учебный график

Календарный учебный график – документ, устанавливающий сроки теоретического обучения, экзаменационных недель, стажировки, каникул.

Календарный учебный график является составной частью учебного плана и представлен в Приложении 3.

Для слушателей, обучающихся по программе профессиональной переподготовки с целью получения нового вида деятельности, согласно календарному учебному графику, общее количество календарных недель, отведенных на реализацию настоящей ОППП, составляет 250 часов.

4.2 Учебный план подготовки слушателя

Учебный план является основным документом, регламентирующим учебный процесс.

Учебный план разработан с учетом ФГОС ВО по направлению 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 августа 2020 г. № 1970, профессиональным стандартом «Маркетолог», утвержденным Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации «04» июня 2018 г. № 366н.

Учебный план приведен в Приложении 1.

В учебном плане отображена логическая последовательность освоения ОППП, обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин, стажировки, их общая трудоемкость в часах.

4.3 Рабочие программы дисциплин

ОППП включает рабочие программы дисциплин учебного плана.

Рабочая программа дисциплины включает в себя:

- наименование дисциплины;
- перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОППП;
- указание места дисциплины в структуре ОППП;
- объем дисциплины в часах;
- содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам);
- перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине;
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины;
- перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины;
- перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Разработка, пополнение и обновление рабочих программ дисциплин учебных планов осуществляется профессорско-преподавательским составом.

Общий контроль своевременной разработки, пополнения и обновления рабочих программ дисциплин и ОППП осуществляет руководитель образовательной программы профессиональной переподготовки.

Содержание дисциплин представлено в виде аннотаций рабочих программ дисциплин (Приложение 2).

4.4 Итоговая аттестация

Освоение программы завершается итоговой аттестацией слушателей в форме итогового междисциплинарного экзамена.

Итоговый междисциплинарный экзамен (итоговый тест) является элементом итоговой аттестации слушателей, обучающихся по программам повы-

шения квалификации и профессиональной переподготовки и, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин устанавливает также соответствие уровня знаний слушателей квалификационным требованиям к конкретным профессиям или должностям.

5 РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОППП

Ресурсное обеспечение данной ОППП соответствует требованиям, предъявляемым федеральным государственным образовательным стандартом в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (далее - ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 августа 2020 г. № 1970, к условиям реализации ОППП, и определяется качеством кадрового, учебно-методического, информационного и материально-технического обеспечения.

5.1 Кадровое обеспечение

Реализация программы дополнительного профессионального образования обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы дополнительного профессионального образования на условиях гражданско-правового договора.

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. №1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный №20237) и профессиональными стандартами.

5.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение

Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательной программы профессиональной переподготовки «Маркетинг в бизнесе» включает в себя учебную, учебно-методическую, научную литературу, наглядные пособия и другие дидактические средства и методики, информационные ресурсы, необходимые для качественного освоения ОППП, представленные в рабочих программах дисциплин.

5.3 Материально-техническая база

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Института, представленной ресурсами сайта Института (<http://sibit.sano.ru>) и Системой дистанционного обучения Moodle (СДО Moodle, <http://do.sano.ru>). Электронная информационно-образовательная среда Института обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения ОППП;
- проведение всех видов 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 взаимодействие посредством сети Интернет.

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

Обучающиеся обеспечены доступом в личный кабинет системы Moodle. Функционирование электронной информационно-образовательной среды Института соответствует законодательству Российской Федерации.

6 ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Перечень локальных нормативных актов и методических рекомендаций Института по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности:

- Положение о центре дополнительного образования;
- Положение об организации и осуществлении образовательной деятельности в Сибирском институте бизнеса и информационных технологий;
- Положение о порядке разработки и утверждения ОППП;
- Положение о дистанционном обучении.

7 СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ И ЭКСПЕРТОВ ОППП

Доцент факультета очного обучения
АНОО СИБИТ,
к.э.н., доцент

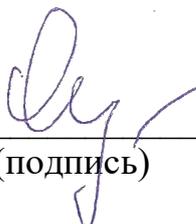


(подпись)

Борисова О.М.

ЭКСПЕРТ

Директор ЦДО
АНОО ВО СИБИТ,
к.э.н., доцент



(подпись)

Симаков Р.С.