

Министерство образования и науки Хабаровского края
Краевое государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«ХАБАРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(КГА ПОУ ХТК)

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Среднее профессиональное образование

Образовательная программа
подготовки специалистов среднего звена

Специальность

42.02.01 РЕКЛАМА

на базе основного общего образования

форма обучения очная

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

Одобрено на заседании педагогического совета: протокол № 8 от 10.06.2025г.

Утверждено Приказом КГА ПОУ ХТК

приказ № 37/1-ОД от 16.06.2025
/Л.В. Менякова/

Согласовано с предприятием-работодателем
ООО «Ботанический сад», директор А.В. Белозеров /А.В. Белозеров /



Основная профессиональная образовательная программа (далее ОПОП) по специальности разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552, зарегистрированного в Минюсте России 22 августа 2023 г. № 74908, (далее - ФГОС СПО).

ОПОП определяет объем и содержание среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, требования к результатам освоения образовательной программы, условия реализации образовательной программы.

Основная образовательная программа среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама** рассмотрена и одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии «Фотография и дизайн».

Протокол № 7 от 03.06.2025 г.

Председатель ПЦК

 О.В. Дегтева

Организация-разработчик:

КГА ПОУ ХТК

Перечень работодателей - представители работодателей, участвующие в разработке данной ОПОП:

ООО «Ботанический сад»

Раздел 1. Общие положения

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

Настоящая основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) по специальности разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 N 552 (далее – ФГОС, ФГОС СПО).

ОПОП определяет объем и содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, требования к результатам освоения образовательной программы, условия реализации образовательной программы.

ОПОП разработана с учетом отраслевого подхода и запросов работодателей, условий участия в проекте «Подготовка кадров для креативных индустрий в системе среднего профессионального образования на основе модели колледжа креативных индустрий».

Основная профессиональная образовательная программа (далее – образовательная программа), реализуемая на базе основного общего образования, разработана на основе требований соответствующих федеральных государственных образовательных стандартов среднего общего и среднего профессионального образования и положений федеральной основной общеобразовательной программы среднего общего образования, а также с учетом получаемой специальности среднего профессионального образования.

1.2. Нормативные документы

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 N 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама"
- Приказ Минобрнауки России от 17.05.2012 N 413 (ред. от 12.08.2022) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования"
- Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 N 762 (ред. от 20.12.2022) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования"
- Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 N 800 (ред. от 19.01.2023) "Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования"
- Приказ Минобрнауки России N 885, Минпросвещения России N 390 от 05.08.2020 (ред. от 18.11.2020) "О практической подготовке обучающихся" (вместе с "Положением о практической подготовке обучающихся")
- Приказ Минпросвещения России от 14.07.2023 N 534 (ред. от 29.02.2024) "Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение"
- Приказ Минпросвещения России от 13.12.2023 N 932 "Об утверждении перечня профессий и специальностей среднего профессионального образования, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий"
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 882/391 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ»;
- Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" (Зарегистрировано в Минюсте России

16.05.2019 N 54635)

– Приказ Минтруда России от 19.07.2022 N 420н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по информационным ресурсам" (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2022 N 69714)

– Постановление Правительства РФ от 13.10.2020 N 1681 (ред. от 28.09.2023) "О целевом обучении по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования"

– Устав Краевого государственного автономного профессионального образовательного учреждения «Хабаровский технологический колледж» (КГА ПОУ ХТК);

Положение об организации и осуществлении образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования в КГА ПОУ ХТК.

Положение о порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в КГА ПОУ ХТК;

Положение о практической подготовке обучающихся;

Положение об организации и проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования;

Положение о режиме учебных занятий и расписании.

1.3. Перечень сокращений

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования.

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа

ОД – общеобразовательный цикл

СГ – социально-гуманитарный цикл

ОП – общепрофессиональный цикл;

П – профессиональный цикл;

ОК – общие компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ОУП – общеобразовательный учебный предмет;

ДУПК - дополнительный учебный предмет, курс по выбору;

ПМ – профессиональный модуль;

МДК – междисциплинарный курс;

УП – учебная практика;

ПП- производственная практика;

ПА – промежуточная аттестация;

ГИА – государственная итоговая аттестация;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

ПС – профессиональный стандарт;

УМК – учебно-методический комплект

Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы

Параметр	Данные	
Отрасль, для которой разработана образовательная программа	Индустрия рекламы и креативная индустрия	
Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (при наличии)	- Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" - Приказ Минтруда России от 19.07.2022 N 420н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по информационным ресурсам"	
Специализированные допуски для прохождения практики, в том числе по охране труда и возраст до 18 лет	Не требуются	
Реквизиты ФГОС СПО	Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 N 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама	
Квалификация (-и) выпускника	Специалист по рекламе	
в т.ч. дополнительные квалификации	Агент рекламный	
Направленности (при наличии)	-	
Нормативный срок реализации на базе ООО	2 года 10 месяцев	
Нормативный объем образовательной программы на базе ООО	4428	
Согласованный с работодателем срок реализации образовательной программы	2 года 10 месяцев	
Согласованный с работодателем объем образовательной программы	4428	
Форма обучения	очная	
Структура образовательной программы	Объем, в ак.ч.	в т.ч. в форме практической подготовки
Обязательная часть образовательной программы	3384	2281
общеобразовательный цикл	1476	773
социально-гуманитарный цикл	420	316
общепрофессиональный цикл	356	242
профессиональный цикл	1132	950
в т.ч. практика:	432	432
- учебная	144	144
- производственная	288	288
Вариативная часть образовательной программы	828	368

ГИА проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы)	216	
Всего	4428	2649

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Области профессиональной деятельности выпускников:

- 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

3.2. Осваиваемые виды деятельности

Наименование видов деятельности	Код и наименование ПМ
1	2
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
Виды деятельности по освоению одной или нескольких профессий рабочих, должностей служащих	
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы

4.1 Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части

	применительно к различным контекстам	<p>определять этапы решения задачи</p> <p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы</p> <p>составлять план действия</p> <p>определять необходимые ресурсы</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>реализовывать составленный план</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p>Знания:</p> <p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>структуру плана для решения задач</p> <p>порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p>Умения:</p> <p>определять задачи для поиска информации</p> <p>определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска</p> <p>структурировать получаемую информацию</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p> <p>Знания:</p> <p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p>
ОК 03		Умения:

	<p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p>	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
	правила разработки бизнес-планов	
	порядок выстраивания презентации	
	кредитные банковские продукты	
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		Организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую	Умения:
		описывать значимость своей специальности

	позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	применять стандарты антикоррупционного поведения Знания: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности Знания: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения
ОК 09		Умения:

	<p>Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p>
		<p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p>
		<p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p>
		<p>кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)</p>
		<p>писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>
		<p>Знания:</p>
		<p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы</p>
		<p>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)</p>
		<p>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p>
		<p>особенности произношения</p>
<p>правила чтения текстов профессиональной направленности</p>		

4.2. Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК.1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования рынка. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.

		<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
	<p>ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга. <p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
<p>Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>Умения:</p> <p>Преобразовывать требования заказчика в бриф</p> <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций ...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей <p>Практический опыт:</p> <p>Планирования системы маркетинговых коммуникаций</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - - Определять и варьировать комбинацию

		<p>основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	<p>ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать

		<p>максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета;</p> <ul style="list-style-type: none"> - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
<p>Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</p>	<p>ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	<p>ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети

	<p>бренда в сети Интернет</p>	<p>Интернет.</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
	<p>ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета;

	<p>медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию;
--	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.

		<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
<p>ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет</p>		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
		<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;

		<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	--	--

Раздел 5. Структура и содержание образовательной программы

5.1. Учебный план

Индекс	Наименование	Форма промежуточной аттестации (зачет, диф. Зачет,	Всего	В т.ч. в форме практической	Объем образовательной программы в академических часах					Обязательная часть образовательной программы в	Вариативная часть образовательной программы	Объем образовательной программы, распределённой по курсам и семестрам						
					Учебные занятия	Практики	Курсовой проект	Самостоятельная работа	Промежуточная			1 курс		2 курс		3 курс		
												1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
ОП	Общеобразовательная подготовка		1476	791	1404			48	24	1476		594	810	72				
ОУП	Обязательные учебные предметы		1358	765	1334				24	1358		536	750	72				
ОУП.01	Русский язык	Э	116	50	110				6	116		32	84					
ОУП.02	Литература	Дз	108	99	108					108		68	40					
ОУП.03	Математика	Дз	188	78	188					188		46	70	72				
ОУП.04	Иностранный язык	Э	144	136	138				6	144		58	86					
ОУП.05	Информатика	Дз,Э	108	84	102				6	108		32	76					
ОУП.06	Физика	Дз	72	26	72					72		72						
ОУП.07	Химия	Дз	72	40	72					72			72					
ОУП.08	Биология	Дз	58	8	58					58		58						
ОУП.09	История	Дз	136	20	136					136		46	90					
ОУП.10	Обществознание	Э	144	68	138				6	144		42	102					

ОУП.11	География	Дз	72	40	72					72		32	40				
ОУП.12	Физическая культура	з,Дз	72	68	72					72		32	40				
ОУП.13	Основы безопасности и защиты Родины	Дз	68	48	68					68		18	50				
ДУП	Дополнительные учебные предметы		118	26	70			48				58	60				
ДУП.01	Родной язык и (или) государственный язык республики Российской Федерации / Родная литература	Дз	36	12	36							36					
ДУП.02	Основы проектной деятельности	Дз	82	14	34			48				22	60				
ПП	Профессиональная подготовка		2952	1302	2506			104	90	2124	828	18	54	540	864	612	864
СГ	Социально – гуманитарный цикл		420	316	390			18		316	104			96	140	86	98
СГ.01	История России	Э	38	14	28			2	6	36				36			
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	Э	126	110	112			8	6	126				30	36	24	36
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	Дз	68	48	64			4		68					68		
СГ.04	Физическая культура	зззДз	118	116	118					78				30	36	26	26
СГ.05	Основы финансовой грамотности	Др	36	16	34			2		36						36	
СГ.06	Основы бережливого производства	Др	36	12	34			2		36							36
ОП	Общепрофессиональный цикл		698	390	636			26	36	356	342	18	54	140	324	90	72
ОП.01	Основы	Э	56	36	48			2	6	56					56		

	композиции, рисунка, живописи в рекламе																
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	Э	88	70	78			4	6	88				34	54		
ОП.03	История экранных искусств	Э	36	8	30				6	36				36			
ОП.04	Рекламная деятельность	Э	104	56	94			4	6	68	36			34	70		
ОП.05	Психология рекламы	Э	72	32	64			2	6	36	36				38	34	
ОП.06	Русский язык и культура речи	Э	72	40	64			2	6	72					34	38	
ОП.07	Правовое обеспечение рекламной деятельности	Др	36	22	34			2			36					36	
ОП.08	Введение в креативные индустрии	Др	36	20	36						36	18	18				
ОП.09	Предпринимательство в сфере креативных индустрий	Др	72	34	68			4			72		36	36			
ОП.10	Создание кросс- дисциплинарных проектов в креативных индустриях	Др	54	34	52			2			54					18	36
ОП.11	Введение в тайм- менеджмент в креативных индустриях	Др	36	22	34			2			36					36	
ОП.12	Способы поиска работы и трудоустройства	Др	36	16	34			2			36						36
ПЦ	Профессиональный		1618	1136	1516	540	40	60	42	1132	486			304	400	436	478

	цикл																
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта		348	252	326	108	20	16	6	276	72			224	124		
МДК.01.01	Методы исследования и сегментации целевой аудитории	Дз	72	48	68			4		36	36			72			
МДК.01.02	Исследование рынка: стадии развития и конкурентные стратегии		72	52	68			4		36	36			72			
МДК.01.03	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Дз	90	44	82		20	8		90				44	46		
УП.01.01	Учебная практика «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»	Дз	36	36	36	36				36				36			
ПП.01.01	Производственная практика «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»	Дз	72	72	72	72				72					72		
ПМ.01.ЭМ	Экзамен по модулю	Э	6						6	6					6		

ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		294	188	268	108	20	14	12	258	36				78	110	106
МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Э	70	20	60			4	6	70					42	28	
МДК.02.02	Создание коммуникационной стратегии	Дз	110	60	100			10		74	36					46	64
УП.02.01	Учебная практика "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"	Дз	36	36	36	36				36					36		
ПП.02.01	Производственная практика "Разработка и осуществление стратегического и тактического	Дз	72	72	72	72				72						36	36

	планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"															
ПМ.02.ЭМ	Экзамен по модулю	Э	6					6	6							6
ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		396	254	370	108		14	12	330	66				170	226
МДК.03.01	Создание бренд-стратегии	Дз	90	46	86			4		90					40	50
МДК.03.02	Создание диджитал-стратегии	Дз	90	52	86			4		90					48	42
МДК.03.03	Настройка и запуск рекламной кампании в диджитал: социальные сети, медиаплатформы, поисковая реклама, сайт	Э	102	48	90			6	6	36	66				46	56
УП.03.01	Учебная практика "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	Дз	36	36	36	72				36					36	

ПП.03.01	Производственная практика "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	Дз	72	72	72	72				72							72
ПМ.03.ЭМ	Экзамен по модулю	Э	6						6	6							6
ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		358	274	342	108		10	6	268	90				56	156	146
МДК.04.01	Создание креативной стратегии	Дз	90	64	86			4		58	32				28	28	34
МДК.04.02	Разработка прототипов креативов: рекламные форматы и создание технического задания	Дз	84	62	80			4		56	28				28	26	30
МДК.04.03	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	Др	70	40	68			2		40	30					30	40

УП.04.01	Учебная практика "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"	Дз	36	36	36	36				36						36	
ПП.04.01	Производственная практика "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"	Дз	72	72	72	72				72						36	36
ПМ.04.ЭМ	Экзамен по модулю	Э	6						6	6							6
ПМ.05	Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих		222	168	210	108		6	6		222			80	142		
МДК.05.01	Освоение профессии 20032 Агент рекламный	Дз	108	60	102			6			108			44	64		
УП.05.01	Учебная практика "Освоение профессии 20032 Агент рекламный"	Дз	36	36	36	36					36			36			
ПП.05.01	Производственная практика "Освоение профессии 20032 Агент рекламный"	Дз	72	72	72	72					72					72	
ПМ.05.ЭК	Экзамен	Э	6						6		6					6	

	квалификационный																	
ГИА	Государственная итоговая аттестация в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы)		216															216
ВСЕГО			4428	2618	3946	540	40	152	114	3600	828	612	864	612	864	612	864	

5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы

№ п/п	Код и наименование учебной дисциплины/ профессионального модуля	Количество часов	Обоснование
1.	ОП.04 Рекламная деятельность	36	Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок в целях: -углубления знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников -овладения профессиональными компетенциями и углубления практической подготовки

2.	ОП.05 Психология рекламы	36	Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок - психология эффективных коммуникаций
3.	ОП.07 Правовое обеспечение рекламной деятельности	36	В ходе изучения дисциплины обучающийся освоит: знания - нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности - Законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" - основы законодательства Российской Федерации в области хранения и распространения персональных данных - стандарты доступности интернет-ресурсов для лиц с ограниченными возможностями умения - осуществлять поиск документов с помощью специализированного программного обеспечения для работы с нормативными правовыми актами
4.	ОП.08 Введение в креативные индустрии	36	В ходе изучения дисциплины обучающийся освоит умения: - разрабатывать и оформлять проекты по направления креативных индустрий. - проводить публичную презентацию разработанных проектов
5.	ОП.09 Предпринимательство в сфере креативных индустрий	72	В ходе изучения дисциплины обучающийся освоит умения: - составления плана действий. - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи. - составлять эффективную презентацию идеи открытия

			<p>собственного дела в профессиональной деятельности.</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять техническое задание в соответствии с требованиями клиента - определять источники финансирования предпринимательской деятельности. - составления и оформления бизнес-плана.
6.	ОП.10 Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях	54	<p>В ходе изучения дисциплины обучающийся освоит умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать и оформлять проектную документацию, бизнес-план. - презентовать концепты кросс-дисциплинарных проектов
7.	ОП.11 Введение в тайм-менеджмент в креативных индустриях	36	<p>В ходе изучения дисциплины обучающийся освоит:</p> <p>знания</p> <ul style="list-style-type: none"> -адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время -способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени <p>умения</p> <ul style="list-style-type: none"> -организовывать работу коллектива при создании креативного продукта - основы распределения задач при работе над креативным проектом; -структуру рабочих процессов и циклы производства
8.	ОП.12 Способы поиска работы и трудоустройства	36	<p>В ходе изучения дисциплины обучающийся получит:</p> <ul style="list-style-type: none"> -углубления знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников -овладения профессиональными компетенциями и углубления практической подготовки
9.	МДК.01.01 Методы исследования и сегментации целевой аудитории	36	<p>Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок в целях:</p>

	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	ак.ч	нед.	нед.
I	40 2/6	17	23 2/6	4/6		4/6									11	52
II	32 5/6	14 4/6	18 1/6	1 1/6	2/6	5/6	3	2	1	4		4			11	52
III	25 4/6	12 3/6	13 1/6	1 2/6	3/6	5/6	2	2		6	2	4	6	216	2	43
Всего	98 5/6	44 1/6	54 4/6	6	3	3	5	4	1	10	2	8	6	216	24	147

5.4 Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) является составной частью образовательной программы и определяет содержание дисциплины (модуля), запланированные результаты обучения, составные части учебного процесса, формы и методы организации учебного процесса и контроля знаний обучающихся, учебно-методическое и материально-техническое обеспечение учебного процесса по соответствующей дисциплине (модулю).

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ФГОС СПО.

Программы дисциплин, входящих в состав ОПОП, разработаны преподавателями на основе требований ФГОС СПО, рассмотрены и согласованы предметно-цикловой комиссией в установленном порядке.

Программы учебных дисциплин/ПМ содержат следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- сведения о разработчиках программы, согласовании и утверждении программы;
- общая характеристика программы учебной дисциплины;
- структуру и содержание учебной дисциплины/ПМ;
- условия реализации программы учебной дисциплины/ПМ;
- контроль и оценку результатов освоения учебной дисциплины/ПМ.
- лист изменений и дополнений, внесенных в программу учебной дисциплины/ПМ.

Рабочие программы профессиональных модулей и дисциплин приведены в Приложениях 1,2 к ОПОП.

5.5 Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы

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

Цель рабочей программы воспитания – формирование общих компетенций специалистов среднего звена.

Задачи:

- формирование единого воспитательного пространства, создающего равные условия для развития обучающихся профессиональной образовательной организации;
- организация всех видов деятельности, вовлекающей обучающихся в общественно-ценностные социализирующие отношения;
- формирование у обучающихся профессиональной образовательной организации общих ценностей, моральных и нравственных ориентиров, необходимых для устойчивого развития государства;
- усиление воспитательного воздействия благодаря непрерывности процесса воспитания.

Календарный план воспитательной работы представлен в приложении 5 к ОПОП. Для реализации Программы определены следующие формы воспитательной работы с обучающимися:

- информационно-просветительские занятия (лекции, встречи, совещания, собрания и т.д.)
- массовые и социокультурные мероприятия;
- спортивно-массовые и оздоровительные мероприятия;
- деятельность творческих объединений, студенческих организаций;
- психолого-педагогические тренинги и индивидуальные консультации;
- научно-практические мероприятия (конференции, форумы, олимпиады, чемпионаты и др.);
- профориентационные мероприятия (конкурсы, фестивали, мастер-классы, квесты, экскурсии и др.);
- опросы, анкетирование, социологические исследования среди обучающихся.

Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы по специальности являются частью программы воспитания образовательной организации и представлены в Приложении к ОПОП.

5.6 Практическая подготовка

Практическая подготовка при реализации образовательных программ СПО направлена на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции по профилю образовательной программы путем расширения компонентов (частей) образовательной программы, предусматривающих моделирование реальных условий или смоделированных производственных процессов, непосредственно связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

- реализуется, в том числе на рабочих местах ООО «Ботанический сад», на базе Полигона креативных компетенций при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования, всех видов практики и иных видов учебной деятельности;

- включает в себя отдельные занятия лекционного типа, семинары, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки осуществляется на 1-3 курсах обучения, охватывая дисциплины, профессиональные модули, все виды практики, предусмотренные учебным планом образовательной программы.

Практическая подготовка организуется в специальных помещениях и структурных подразделениях образовательной организации, а также в специально оборудованных помещениях (на рабочих местах) ООО «Ботанический сад», на базе Полигона креативных компетенций на основании договора о практической подготовке обучающихся.

5.7 Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация осуществляется в соответствии с Порядком проведения ГИА.

Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в следующей форме: демонстрационный экзамен и защита дипломного проекта (работы)

Программа ГИА включает общие сведения; примерные требования к проведению демонстрационного экзамена, описание организации и проведения защиты дипломного проекта (работы).

Программа ГИА представлена в Приложении 4 к ОПОП.

Раздел 6. Условия реализации образовательной программы

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

6.1.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению реализации образовательной программы установлены в соответствующем ФГОС СПО.

Состав материально-технического и учебно-методического обеспечения, используемого в образовательном процессе, определяется в Приложении 3 и рабочих программах дисциплин (модулей).

6.1.2. Перечень специальных помещений для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой по специальности 42.02.01 Реклама, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной и воспитательной работы, мастерские и лаборатории, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования профессиональных стандартов и работодателей.

Кабинеты:

Социально-экономических дисциплин

Иностранного языка

Безопасности жизнедеятельности

Основ композиции в рекламе

Рисунка и живописи в рекламе

Основы финансовой грамотности

Основ бережливого производства

Психологии в рекламе

Истории экранных искусств

Маркетинговых исследований

Дизайна и макетирования рекламной продукции

Брендинга и бренд менеджмента

Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний

Лаборатории:

Информационных технологий

Цифровых коммуникационных технологий

Компьютерной графики

Видеостудия

Фотостудия

Спортивный комплекс:

спортивный зал.

Залы:

библиотека, читальный зал с выходом в интернет;

актовый зал.

6.1.3. Перечень материально-технического обеспечения и перечень необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения представлен в Приложении 3 к ОПОП.

6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Программа сочетает обучение в образовательной организации и на рабочем месте на базе работодателя с широким использованием в обучении цифровых технологий.

При реализации образовательной программы применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии при изучении учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей.

Не допускается реализация образовательной программы с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы установлены в соответствующем ФГОС СПО.

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 42.02.01 Реклама, и имеющими стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

Работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, осваивают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки: а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, должна быть не менее 25 %.

6.4. Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы

Расчеты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы в соответствии с направленностью и квалификацией осуществляются в соответствии с Перечнем и составом стоимостных групп профессий и специальностей по государственным услугам по реализации основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования – программ подготовки специалистов среднего звена, итоговые значения и величина составляющих базовых нормативов затрат по государственным услугам по стоимостным группам профессий и специальностей, отраслевые корректирующие коэффициенты и порядок их применения, утверждаемые Минпросвещения России ежегодно.

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы, определенное в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации и Федеральным законом от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», включает в себя затраты на оплату труда преподавателей и мастеров производственного обучения с учетом обеспечения уровня средней заработной платы педагогических работников за выполняемую ими учебную (преподавательскую) работу и другую работу в

соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики».

Расчет нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы **42.02.01 Реклама**

Составляющие нормативных затрат	Размеры составляющих нормативных затрат на одного обучающегося в год
Нормативные затраты, непосредственно связанные с оказанием государственной услуги:	53 269,91
1. На оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда персонала, принимающего непосредственное участие в оказании государственной услуги	51 195,91
2. На приобретение материальных запасов, потребляемых в процессе оказания государственной услуги	2 074,00
3. Иные затраты	
Нормативные затраты на общехозяйственные нужды и на содержание имущества:	39 720,07
1. На оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда персонала, не принимающего непосредственное участие в оказании государственной услуги	14 294,53
2. На содержание объектов недвижимого и движимого имущества	13 835,56
3. На приобретение услуг связи	396,32
4. На приобретение транспортных услуг	92,11
5. На оплату коммунальных услуг	6 086,75
6. На оплату налогов	889,33
7. На приобретение прочих услуг	4 125,47
Рентабельность	10,02
ИТОГО:	93 000,00