

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор
ООО «ИЛЛЮМИНАТОР»
_____ Д.В. Сапожников
« » января 2025 г.



Директор ОГБПОУ ПКБТ
_____ С.Н. Парунова
« » января 2025 г.



**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ
СРЕДНЕГО ЗВЕНА
(ППССЗ)**

по специальности

42.02.01 Реклама

Квалификация
Форма обучения
Нормативный срок освоения ООП на базе
основного общего образования
Профиль получаемого профессионального
образования

Специалист по рекламе
очная
2 года 10 месяцев
Социально-
экономический

с.Северцево , 2025 год.

Основная образовательная программа среднего профессионального образования - программа подготовки специалистов среднего звена составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее - СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденным Приказом Минпросвещения России № 552 от 21 июля 2023 года, зарегистрированного в Министерстве юстиции РФ от 28 августа 2023 г. N 74908, укрупнённой группы специальностей Науки об обществе, подгруппы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно – библиотечное дело, с учетом Примерной образовательной программы СПО по специальности «Реклама».

Организация-разработчик: ОГБПОУ ПКБТ

Разработчики:

- Девятова А.Е. – заместитель директора по УВР;

Раздел 1. Общие положения

1.1. Настоящая основная образовательная программа (далее ООП) по специальности среднего профессионального образования разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее - СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденным Приказом Минпросвещения России № 552 от 21 июля 2023 года, зарегистрированного в Министерстве юстиции РФ от 22 августа 2023 г. N 74908. (далее ФГОС СПО).

ООП определяет рекомендованный объем и содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама планируемые результаты освоения образовательной программы, условия образовательной деятельности.

ООП разработана для реализации образовательной программы на базе основного общего образования, включая получение среднего общего образования в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования.

Цель: программа подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама имеет своей целью формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО по данной специальности, а также развитие у обучающихся личностных качеств.

ООП СПО ППССЗ регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данной специальности и включает в себя:

- **пояснительную записку к ООП СПО ППССЗ;**
- **учебный план:**
 - *график учебного процесса;*
 - *свод данных по бюджету времени;*
 - *план учебного процесса;*
 - *перечень кабинетов, лабораторий и мастерских;*
 - *пояснительная записка к учебному плану;*
- **рабочие программы учебных дисциплин:**
 - *календарно-тематический план;*
 - *лабораторно-практические работы и методические рекомендации по их выполнению;*
 - *самостоятельная (внеаудиторная) работа и методические рекомендации по её выполнению;*
 - *фонды контрольно-оценочных средств;*
- **рабочие программы профессиональных модулей:**
 - *календарно-тематический план по каждому МДК;*
 - *лабораторно-практические работы и методические рекомендации по их выполнению;*

- курсовой проект и методические рекомендации по его выполнению (МДК 01.02; МДК 02.01; МДК 04.01);
 - методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы;
 - фонды контрольно-оценочных средств;
 - **программы учебных и производственных (по профилю специальности) практик;**
 - **программа производственной (преддипломной) практики;**
 - **программа Государственной итоговой аттестации,**
- обеспечивающие качество подготовки обучающихся и реализацию данной основной образовательной программы.

1.2. Нормативные основания для разработки ООП СПО:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама»;
- Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минпросвещения России от 08 ноября 2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 5 августа 2020 г. «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»);
- Приказ Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования» (далее – ФГОС СОО);
- Письмо Минпросвещения России от 01.03.2023 № 05-592 «О направлении рекомендаций»;
- Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 5 августа 2020 г. «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «19» июля 2022 г. № 420н «Об утверждении профессионального стандарта 08.013 «Специалист по информационным ресурсам»;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 № 535н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014г. № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 февраля 2015года, регистрационный № 36020);
- Приказ Минпросвещения России от 22 июня 2023 г. № П-291 «О введении в действие Методики организации и проведения демонстрационного экзамена».

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ООП:

- ФГОС СПО – Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;
- ООП – основная образовательная программа;
- ПОП – примерная образовательная программа;
- ОК – общие компетенции;
- ПК – профессиональные компетенции;
- СГ – социально-гуманитарный цикл;
- ОП – общепрофессиональный цикл;
- П – профессиональный цикл;
- МДК – междисциплинарный курс;
- ПМ – профессиональный модуль;
- ОП – общепрофессиональная дисциплина;
- ДЭ – демонстрационный экзамен;
- ГИА – государственная итоговая аттестация

Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: **специалист по рекламе.**

Формы обучения: **очная.**

Объем программы по освоению программы среднего профессионального образования на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования: 4428 академических часа, со сроком обучения 2 года 10 месяцев.

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Область профессиональной деятельности выпускников: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

3.2. Соответствие видов деятельности профессиональным модулям

Наименование видов деятельности	Наименование профессиональных модулей
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	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и

коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	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 и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»
Агент рекламный 20032	

Раздел 4. Результаты освоения образовательной программы

4.1. Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
алгоритмы выполнения работ		

		в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения:
		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 позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации международных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Умения:
		описывать значимость своей специальности
		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	Умения:
		соблюдать нормы экологической безопасности;

	<p>окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</p>	<p>определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства</p> <p>организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона</p> <p>Знания:</p> <p>правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности</p> <p>основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности</p> <p>пути обеспечения ресурсосбережения</p> <p>принципы бережливого производства</p> <p>основные направления изменения климатических условий региона</p>
<p>ОК 08</p>	<p>Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности</p>	<p>Умения:</p> <p>использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей</p> <p>применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности</p> <p>пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности</p> <p>Знания:</p> <p>роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека</p> <p>основы здорового образа жизни</p> <p>условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности</p> <p>средства профилактики перенапряжения</p>
<p>ОК 09</p>	<p>Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>	<p>Умения:</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</p>

	(бытовая и профессиональная лексика)
	лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
	особенности произношения
	правила чтения текстов профессиональной направленности

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>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.
	ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<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>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
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<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

		<ul style="list-style-type: none"> - 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 основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - 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</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки стратегии маркетинговых

	<p>результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах</p>	<p>коммуникаций.</p> <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 максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - 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</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>

<p>х технологий</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>ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет</p>	<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>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. <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;

		<ul style="list-style-type: none"> - 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-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</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; - 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

		<p>привлечения пользователей в интернет-сообщество;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
<p>Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>	<p>ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании</p>	<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: -определения оригинальной идеи для рекламной кампании;</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 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>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании 	
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	<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 видеопроектов 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; 	

		<ul style="list-style-type: none"> - 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; - 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;
--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - 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. Содержание и организация образовательного процесса

Содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ППССЗ регламентируется следующими документами:

- учебным планом;
- графиком учебного процесса;
- рабочими программами учебных дисциплин, междисциплинарных курсов (профессиональных модулей);
- фондами контрольно-оценочных средств;
- программами учебных и производственных (по профилю специальности) практик;
- методическими материалами;
- программой производственной (преддипломной) практики
- программой Государственной итоговой аттестации

Учебный план и календарный учебный график

Учебный план содержит:

- график учебного процесса;
- сводные данные по бюджету времени;
- план учебного процесса;
- перечень кабинетов, лабораторий;
- пояснительную записку к учебному плану;

Учебный план определяет следующие качественные и количественные характеристики:

- объемные параметры учебной нагрузки в целом, по годам обучения и по семестрам;
- перечень учебных дисциплин, профессиональных модулей и их составных элементов (междисциплинарных курсов, практик);
- последовательность изучения учебных дисциплин и профессиональных модулей;
- распределение различных форм промежуточной аттестации по годам обучения и семестрам;
- сроки прохождения и продолжительность учебной и производственной практик;
- распределение по семестрам и объемные показатели подготовки и проведения государственной итоговой аттестации;
- объём каникул по годам.

Трудоемкость ППСЗ

Нормативный срок получения среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена по очной форме обучения составляет 147 недель.

Распределение трудоемкости освоения учебных циклов и разделов ООП по специальности 42.02.01 Реклама приведено в таблице.

Индекс	Наименование учебных циклов, разделов, модулей.	Обязательная часть	Вариативная	Всего
		в часах		
ОД.00	Общеобразовательный учебный цикл	1476		1476
	Обязательная часть учебных циклов ППСЗ	2124	828	2952
СГ.00	Социально - гуманитарный цикл	432	72	504
ОП.00	Общепрофессиональный цикл	576	360	936
ПМ.00	Профессиональный цикл	468		468
ПДП.00	Производственная (преддипломная) практика		144	144
УП.00	Учебная практика			
ПП.00	Производственная (по профилю специальности) практика	432	108	540
ПА.00	Промежуточная аттестация		144	144
ГИА.00:	Государственная итоговая аттестация:	216		216
ГИА.01	✓ подготовка выпускной квалификационной работы (дипломный проект)	144		144
ГИА.02	✓ защита выпускной квалификационной работы (дипломный проект), ДЭ	72		72
Итого		3600	828	4428

Объем образовательной нагрузки обучающегося составляет 36 академических часов в неделю, включая все виды учебной работы по освоению ООП ППСЗ.

Учебный процесс организован в режиме шестидневной учебной недели.

В целях реализации компетентностного подхода в образовательном процессе предусмотрено использование активных и интерактивных форм проведения занятий (деловых игр, разбора конкретных ситуаций, компьютерных симуляций тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся. Обучающимся обеспечен доступ к Интернет-ресурсам.

Учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем предполагает уроки, лекции, лабораторные и практические занятия. Самостоятельная работа организуется в форме подготовки рефератов, докладов, сообщений, презентаций, проектов, самостоятельной проработки конспектов лекций при

подготовке к контрольным работам, решения задач, упражнений, ситуаций и т.д.

В профессиональном цикле предусматривается обязательное изучение дисциплины «Безопасность жизнедеятельности».

В период обучения с юношами проводятся учебные сборы.

Контроль и оценка результатов освоения ППССЗ

Оценка качества освоения ООП ППССЗ включает текущий контроль знаний, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля знаний, промежуточной аттестации по каждой дисциплине и профессиональному модулю разрабатываются преподавателями колледжа и доводятся до сведения обучающихся в течение двух месяцев от начала обучения.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ППССЗ (текущая и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, позволяющие оценить знания, умения и освоенные компетенции. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации разрабатываются и утверждаются колледжем самостоятельно, а для государственной итоговой аттестации – разрабатываются и утверждаются колледжем после согласования с работодателем.

Оценка качества подготовки обучающихся и выпускников осуществляется в двух основных направлениях:

- оценка уровня освоения дисциплин, профессиональных модулей;
- оценка компетенций обучающихся.

Практическая подготовка при реализации ООП направлена на совершенствование модели практико-ориентированного обучения, усиление роли работодателей при подготовке квалифицированных рабочих, служащих, специалистов среднего звена путем расширения компонентов (частей) образовательных программ, предусматривающих моделирование условий, непосредственно связанных с будущей профессиональной деятельностью, а также обеспечения условий для получения обучающимися практических навыков и компетенций, соответствующих требованиям, предъявляемым работодателями к квалификациям специалистов.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

– реализуется при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования, всех видов практики и иных видов учебной деятельности;

– предусматривает демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным;

– может включать в себя отдельные лекции, семинары, мастер-классы, которые предусматривают передачу обучающимся учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Видами практик обучающихся, осваивающих ППССЗ по специальности **42.02.01 Реклама**, являются учебная, производственная (по профилю специальности) и производственная (преддипломная).

Программы практик разрабатываются и утверждаются самостоятельно ОГБПО ПКБТ и являются составной частью ППССЗ обеспечивающей реализацию ФГОС СПО.

Планирование и организация учебной и производственной практики на всех ее этапах обеспечивает:

- последовательное расширение круга формируемых у обучающихся умений, навыков, практического опыта и их усложнение по мере перехода от одного этапа практик к другому;
- целостность подготовки специалистов к выполнению основных трудовых функций;
- связь практики с теоретическим обучением.

Содержание всех этапов практики определяется требованиями к умениям и практическому опыту по каждому из профессиональных модулей ППССЗ (далее - профессиональный модуль) в соответствии с ФГОС СПО, программами практики.

Практика имеет цель - комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности **42.02.01 Реклама**, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы.

При реализации ППССЗ по специальности **42.02.01 Реклама**, учебная практика и производственная практика проводится ОГБПОУ ПКБТ при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализовываются концентрированно и рассредоточено, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессиональных модулей. При производственной необходимости в график учебного процесса могут вноситься изменения, которые утверждаются приказом директора.

Задачами учебной практики являются получение первичных профессиональных умений и навыков, подготовка обучающихся к осознанному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин, привитие им практических профессиональных умений и навыков по избранной специальности. Учебная практика проводится в учебных лабораториях и кабинетах колледжа. Учебная практика проводится рассредоточено.

Производственная (по профилю специальности) практика направлена на формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ППССЗ по каждому из видов профессиональной деятельности,

предусмотренных ФГОС СПО по специальности. Производственная практика проводится на базах предприятий и организаций на основании заключенных договоров. Реализуется – концентрированно.

Преддипломная практика поводится концентрированно после освоения учебной практики, производственной (по профилю специальности) практики и направлена на углубление первоначального практического опыта, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а так же на подготовку к выпускной квалификационной работе в организациях различных правовых форм. Преддипломная практика в объеме 144 часа проходит на основе заключенных договоров, на базе предприятий работодателей.

Организацию и руководство производственной (по профилю специальности) и преддипломной практикой осуществляют руководители практики от колледжа и от организации или предприятия в соответствии с заключенным договором. Результаты практики определяются программами практики.

Рабочие программы учебной и производственной практик

Рабочие программы учебной и производственной (по профилю специальности) практик, производственной (преддипломной) практик разработаны соответствующими преподавателями колледжа, рассмотрены на методической цикловой комиссии, согласованы с работодателем и утверждены заместителем директора по УВР колледжа.

Государственная итоговая аттестация

При завершении обучения обучающиеся проходят государственную итоговую аттестацию в виде защиты выпускной квалификационной работы (дипломный проект) и демонстрационного экзамена. Необходимым условием допуска к государственной итоговой аттестации является отсутствие у обучающихся академической задолженности и выполнение учебного плана в полном объеме.

Государственная итоговая аттестация включает подготовку и защиту выпускной квалификационной работы (дипломный проект). Тематика выпускной квалификационной работы должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей. Тематика дипломной работы ежегодно обновляется с учетом требований работодателей.

На основании решения государственной экзаменационной комиссии выпускнику присваивается квалификация **специалист по рекламе** и выдается диплом о среднем профессиональном образовании.

Раздел 6. Ресурсное обеспечение ППСЗ

Кадровое обеспечение

Реализация ППСЗ по данной специальности обеспечивается инженерно-педагогическими кадрами колледжа, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, профессиональному модулю и систематически повышающими свой

профессиональный уровень на курсах повышения квалификации.

Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса

Библиотечный фонд по специальности 42.02.01 Реклама укомплектован печатными, электронными изданиями, основной и дополнительной учебной литературой по учебным дисциплинам и профессиональным модулям, изданной за последние 5 лет, в объеме фронтального комплекта, данные об учебных изданиях, интернет ресурсах и дополнительной литературе содержатся в рабочих программах ППССЗ. Реализация ППССЗ обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, разработанным презентациям мультимедийного сопровождения, сформированным по перечню дисциплин и модулей ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама.

Реализация ООП обеспечена условиями для выполнения обучающимися лабораторных работ и практических занятий, курсовых проектов, в том числе с использованием персональных компьютеров, в колледже имеется два компьютерных класса, что позволяет обеспечивать обучающихся рабочим местом при использовании в учебном процесса электронных учебников.

Реализация самостоятельной работы сопровождается методическим обеспечением: правилами конспектирования, методическими рекомендациями по работе с текстом и написанию реферата, созданию мультимедийной презентации, в которых содержатся, обоснование времени, затрачиваемого на её выполнение. Каждый обучающийся имеет доступ к современным базам данных и информационным ресурсам сети Интернет.

Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Материально-техническая база по данной специальности обеспечивает проведение лабораторных работ и практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, курсовых проектов, учебной практики, предусмотренных учебным планом, соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам.

Базы практики

Учебная практика проходит на базе колледжа.

Производственная (по профилю специальности) и производственная (преддипломная) практики проводится в организациях деятельность которых соответствует профилю подготовки обучающихся: ООО «Иллюминатор»; ООО «Торнадо»; ООО «ТРК БАРС» ежегодно заключаются договора на практику обучающихся.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами

Перечень кабинетов, лабораторий и другие помещения

Для реализации ППССЗ - дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики в колледже имеются:

кабинеты: общеобразовательных дисциплин, социально-экономических дисциплин, иностранного языка, математики, информатики, Основ композиции в рекламе и 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,
методический;

лаборатории: Информационных технологий; Цифровых
коммуникационных технологий; Компьютерной графики

спортивный комплекс: спортивный зал, открытый стадион широкого
профиля с элементами полосы препятствий; стрелковый тир.

залы: библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет, актовый зал.

Зам по УВР _____  А.Е. Девятова