



Министерство образования и науки Краснодарского края
государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Краснодарского края
«Краснодарский архитектурно – строительный техникум»
(ГБПОУ КК КАСТ)

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА «ПРОФЕССИОНАЛИТЕТ»**

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:

Утверждено Приказом ГБПОУ КК КАСТ

Согласовано с предприятием-работодателем

ООО «ТРИ С»

ООО «АЙПИ ЦЕНТР»

протокол № 5 от 16.06.2025 г.

приказ № 93 от 16.06.2025 г.

Директор / Т.А. Панеш

Директор А.А. Паллаев

Генеральный директор В.Н. Шестаков

2025 год



Основная профессиональная образовательная программа «Профессионалитет» среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552 (зарегистрированного в Минюст России 22.08.2023 № 74908), укрупненная группа специальности 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

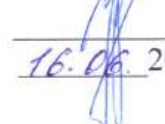
Организация разработчик: государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Краснодарского края «Краснодарский архитектурно-строительный техникум» (ГБПОУ КК КАСТ).

Рассмотрена и одобрена на заседании
педагогического совета
от 16.06.2025 г. № 5

Утверждено директором ГБПОУ КК КАСТ

 Т.А. Панеш
16.06.2025 г.

Согласовано с директором ГБПОУ КК КГТК

 Ю.В. Юрченко
16.06.2025 г.

Перечень работодателей - представителей кластера, участвующих в разработке данной ОПОП-П

Паллаев А.А., директор ООО «ТРИ С»

Шестаков В.Н., генеральный директор ООО «АЙППИ ЦЕНТР»

Содержание

Раздел 1. Общие положения.....	2
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы	2
1.2. Нормативные документы	2
1.3. Перечень сокращений	3
Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы	4
Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника.....	5
3.1. Область(и) профессиональной деятельности выпускников:	5
3.2. Профессиональные стандарты.....	5
3.3. Осваиваемые виды деятельности	8
Раздел 4. Требования к результатам освоения образовательной программы	9
4.1. Общие компетенции	9
4.2. Профессиональные компетенции.....	14
4.3. Матрица компетенций выпускника.....	25
Раздел 5. Структура и содержание образовательной программы	45
5.1. Учебный план	45
5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы	49
5.3. План обучения в форме практической подготовки на предприятии (на рабочем месте)	52
5.4. Календарный учебный график.....	55
5.5. Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей.....	56
5.6. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы	56
5.7. Практическая подготовка	56
5.8. Государственная итоговая аттестация.....	57
Раздел 6. Условия реализации образовательной программы	57
6.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы	57
6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий	58
6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы.....	58
6.4. Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы	59
Раздел 7. Сведения о реализации образовательной программы в сетевой форме	60

Перечень приложений к ОПОП-П:

- Приложение 1. Рабочие программы профессиональных модулей
- Приложение 2. Рабочие программы учебных дисциплин
- Приложение 3. Материально-техническое оснащение
- Приложение 4. Программа государственной итоговой аттестации
- Приложение 5. Рабочая программа воспитания

Раздел 1. Общие положения

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

Настоящая основная профессиональная образовательная программа «Профессионалитет» (далее – ОПОП-П) 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 № 552 (далее – ФГОС, ФГОС СПО).

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

Основная профессиональная образовательная программа (далее – образовательная программа), реализуемая на базе основного общего образования, разработана образовательной организацией 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»;

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552);

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования (Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 г. № 762;

Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования (Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 № 800) (далее – Порядок);

Положение о практической подготовке обучающихся (Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020);

Перечень профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение (Приказ Минпросвещения России от 14.07.2023 № 534);

Перечень профессий и специальностей среднего профессионального образования, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (приказ Минпросвещения России от 13.12.2023 N 932);

Постановление Правительства Российской Федерации от 27 апреля 2024 г. № 555 «О целевом обучении по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования»;

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 Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014г. № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф»;

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу»;

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017г. № 40н «Об утверждении профессионального стандарта «Графический дизайнер»;

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 ноября 2023г. № 790н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог»;

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022г. № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам»;

Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС), 2019.

1.3. Перечень сокращений

ГИА – государственная итоговая аттестация;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

МДК – междисциплинарный курс;

ОК – общие компетенции;

ОП – общепрофессиональный цикл;

ОД – общеобразовательные дисциплины;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

СГ – социально-гуманитарный цикл

ПА – промежуточная аттестация;

ПК – профессиональные компетенции;

ПМ – профессиональный модуль;

ОПОП-П – основная профессиональная образовательная программа «Профессионалитет»;

П– профессиональный цикл;

ПП- производственная практика;

ПДП- Производственная практика (преддипломная);

ПС – профессиональный стандарт;

ТФ – трудовая функция;

УМК – учебно-методический комплект;

УП – учебная практика;

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования.

Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы

Параметр	Данные	
Отрасль, для которой разработана образовательная программа	Искусство и креативная индустрия	
Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (при наличии)	– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014г. № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф» – Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» – Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017г. № 40н «Об утверждении профессионального стандарта «Графический дизайнер» – Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 ноября 2023г. № 790н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог»; – Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022г. № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам» – Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС), 2019	
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 № 552	
Квалификация (-и) выпускника	Специалист по рекламе	
в т.ч. дополнительные квалификации	Агент рекламный Фотограф	
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	1638
общеобразовательный цикл	1476	322
социально-гуманитарный цикл	296	208
общепрофессиональный цикл	414	244
профессиональный цикл	766	432

в т.ч. практика:	432	432
- учебная	- 180	- 180
- производственная	- 108	- 108
- производственная практика (преддипломная)	- 144	- 144
Вариативная часть образовательной программы	828	676
общепрофессиональный цикл	90	78
профессиональный цикл	738	560
в т.ч. запрос конкретного работодателя кластера и (или) отрасли (не менее 50% объема вариативной части образовательной программы):	588	448
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по должности служащего 20032 Агент рекламный	294	222
ПМ.06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по профессии 19460 Фотограф	294	226
ГИА в форме демонстрационного экзамена + защиты дипломного проекта (работы)	216	
Всего	4428	2072

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Область(и) профессиональной деятельности выпускников:

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

3.2. Профессиональные стандарты

Перечень профессиональных стандартов, учитываемых при разработке ОПОП-П:

№	Код и Наименование ПС	Реквизиты утверждения	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ
1	08.035 Маркетолог	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018г. № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог»	ОТФ А Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 ТФ А/02.6
	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018г. № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу»	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-	ТФ А/01.4

		Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу»	телекоммуникационной сети «Интернет»	
			ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ В/01.4 ТФ В/02.4
			ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ С/01.4
			ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ D/03.5
			ОТФ Е Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ Е/02.5
			ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ G/02.5 ТФ G/05.5
	06.013 Специалист по информационным ресурсам	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022г. № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам»	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4
			ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5 ТФ В/03.5 ТФ В/04.5
	11.013 Графический дизайнер	Приказ Министерства труда и	ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов	ТФ А/01.5

		социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017г. № 40н «Об утверждении профессионального стандарта «Графический дизайнер»	объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	
	11.010 Фотограф	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014г. № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф»	ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами ОТФ Д Разработка и реализация проектов в области фотографирования	ТФ А/03.4 ТФ Д/01.6 ТФ Д/02.6 ТФ Д/03.6

Перечень квалификационных справочников (ЕТКС, ЕКС, ЕКСД и др.)

№	Наименование квалификационного справочника	Раздел	Профессия/должность с указанием разряда (при наличии)	Характеристика работ/должностные обязанности
1	Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС), 2019	«Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях» и «Квалификационные характеристики должностей работников, занятых в научно-исследовательских учреждениях, конструкторских, технологических, проектных и изыскательских организациях»	Агент рекламный	Осуществляет поиск потенциальных клиентов, совершает холодные звонки и назначает встречи. Общаясь с клиентом, агент определяет его целевую аудиторию, составляет портрет потенциального покупателя, изучает рекламируемую продукцию и конкурентов, на основании полученных данных разрабатывает рекламную кампанию. При этом он учитывает платежеспособность различных групп населения, на которые рассчитаны товар или услуга.

3.3. Осваиваемые виды деятельности

Наименование видов деятельности	Код и наименование ПМ
Виды деятельности (общие)	
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 и 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
Виды деятельности по освоению одной или нескольких профессий рабочих, должностей служащих	
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по должности служащего 20032 Агент рекламный	ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по должности служащего 20032 Агент рекламный
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по профессии «19459 Фотограф»	ПМ.06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по профессии 19459 Фотограф

Раздел 4. Требования к результатам 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	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

	знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального	основы проектной деятельности
		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

	и культурного контекста	
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных 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 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	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения:
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		Знания:
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
		основные общеупотребительные глаголы (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	Навыки: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - 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.
		Знания: - 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	Навыки: - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка.
		Знания: - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	Навыки: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
		Знания: - 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 цели и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки: - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения: Преобразовывать требования заказчика в бриф
		Знания: - 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	Навыки: - Планирования системы маркетинговых коммуникаций Умения: - 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 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. Знания: - 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.
	ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Навыки: - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. Умения: - 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 KPI в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; - 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.

		Знания: - 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.
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Навыки: - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		Умения: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
		Знания: - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Навыки: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. Умения: - 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 функционирования 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. Знания: - 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.
	ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Навыки: - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет. Умения: - 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 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. Знания: - 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.
--	--	--

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	Навыки: - 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.
		Умения: - 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.
		Знания: - 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	Навыки: -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.
		Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;

		- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		Знания: - 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	Навыки: - 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.
		Умения: - 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;

		- 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. Знания: - 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.
--	--	---

Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по должности служащего 20032 Агент рекламный	ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов	Навыки: - ведения переговоров с заказчиком; - информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; - оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; - организации связи со средствами массовой информации. Умения: - контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком; - осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; - выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; - выступать с защитой проекта. Знания: - виды рекламной деятельности; - виды рекламных средств и средств распространения рекламы; - требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом; - субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; - правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг; - ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; - социально-психологические основы рекламы; - факторы и методы воздействия рекламы на человека; - факторы, влияющие на покупку товаров; - основные виды производства рекламного продукта; - основы презентации проектов.
	ПК 5.2. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком	
	ПК 5.3. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,	ПК 6.1. Выполнять фотосъемку, формирование комплекта	Навыки: - выполнения фотосъемки на документы - фотосъемки одиночных и групповых портретов в студии и на выезде

должностям служащих – по профессии «19460 Фотограф»	фотографий на документы и вывод на печать в соответствии с техническими требованиями и рекомендациями.	- фотосъемки рекламных продуктов
	ПК 6.2. Выполнять фотосъемку индивидуальных и групповых портретов с классическими схемами светового и композиционного решения в студии	Умения: - применять фотоаппаратуру, осветительное и иное оборудование для фотосъемки на документы, индивидуального и группового портретирования - выполнять фотосъемку на документы в соответствии с рекомендациями и техническими требованиями - строить кадр в соответствии с законами композиции и использовать дневное освещение в сочетании с дополнительным осветительным
	ПК 6.3. Выполнять фотосъемку рекламных продуктов	Знания: - виды и характеристики основных видов оборудования для фотосъемки - основы фотокомпозиции - основные технологии фотосъемочных процессов

4.3. Матрица компетенций выпускника

4.3.1. Матрица соответствия видов деятельности по ФГОС СПО, видам деятельности по запросу работодателя видам профессиональной деятельности по профессиональным стандартам, квалификационным справочникам с учетом отраслевой специфики

При наличии ПС

Часть ОПОП-П обязательная /вариативная	Наименование вида деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Код профессионального стандарта	Код и наименование обобщенной трудовой функции	Код и наименование трудовой функции
ВД по ФГОС СПО	ВД 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукт	ПК 1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп	08.035 Маркетолог	ОТФ А Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6

		ПК 1.2. Проведение анализа объема рынка	08.035 Маркетолог	ОТФ А Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6
		ПК 1.3. Проведение анализа конкурентов	08.035 Маркетолог	ОТФ А Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6
		ПК 1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	08.035 Маркетолог	ОТФ А Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/02.6
	ВД 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных	08.035 Маркетолог	ОТФ А Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6
					ТФ А/02.6

	кампаний, акций и мероприятий	кампаний, акций и мероприятий	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ А/01.4
				ОТФ Г Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ Г/02.5
					ТФ Г/05.5
			06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4
				ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5
					ТФ В/03.5
		ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического	08.035 Маркетолог	ОТФ А Маркетинговое исследование с	ТФ А/01.6

		планирования рекламных коммуникационных кампаний, акций мероприятий установленных форматах	и и в		использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/02.6
				06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно- телекоммуникацио нной сети «Интернет»	ТФ А/01.4
					ОТФ Г Реализация стратегии социального продвижения в информационно- телекоммуникацио нной сети «Интернет»	ТФ Г/02.5
						ТФ Г/05.5
				06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4
					ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5
						ТФ В/03.5
						ТФ В/04.5

	ВД 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ А/01.4
				ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ В/01.4
				ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ В/02.4
					ТФ С/01.4

				ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ D/03.5
				ОТФ E Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ E/02.5
				ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ G/02.5
		ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ A Проведение подготовительных работ для поискового	ТФ G/05.5
					ТФ A/01.4

				продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
				ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ В/01.4
					ТФ В/02.4
				ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ С/01.4
				ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ D/03.5

				нной сети «Интернет»	
				ОТФ Е Реализация контекстно- медийной стратегии продвижения в информационно- телекоммуникацио нной сети «Интернет»	ТФ Е/02.5
				ОТФ Г Реализация стратегии социального продвижения в информационно- телекоммуникацио нной сети «Интернет»	ТФ Г/02.5
		ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в	ТФ А/01.4

		рекламы и маркетинга в социальных сетях		информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
				ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ В/01.4
					ТФ В/02.4
				ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ С/01.4
				ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ D/03.5

				ОТФ Е Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ Е/02.5
				ОТФ Г Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ Г/02.5
					ТФ Г/05.5
	ВД 04 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	06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4
				ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5
					ТФ В/03.5
			11.013 Графический дизайнер	ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов	ТФ А/01.5

				визуальной информации, идентификации и коммуникации	
			11.010 Фотограф	ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/03.4
		ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4
				ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5
					ТФ В/03.5
					ТФ В/04.5
			11.013 Графический дизайнер	ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ТФ А/01.5
			11.010 Фотограф	ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения	ТФ А/03.4

				стандартными техническими средствами	
		ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4
				ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5
					ТФ В/03.5
					ТФ В/04.5
			11.013 Графический дизайнер	ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ТФ А/01.5
ВД по запросу работодателя	ВД 06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих –	ПК 6.1. Выполнять фотосъемку, формирование комплекта фотографий на документы и вывод	11.010 Фотограф	ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/03.4
			11.010 Фотограф	ОТФ D Разработка и реализация проектов в области	ТФ D/01.6

	по профессии «19460 Фотограф»	на печать в соответствии с техническими требованиями и рекомендациями.		фотографирования	
		ПК 6.2. Выполнять фотосъемку индивидуальных и групповых портретов с классическими схемами светового и композиционного решения в студии	11.010 Фотограф	ОТФ D Разработка и реализация проектов в области фотографирования	ТФ D/02.6
		ПК 6.3. Выполнять фотосъемку рекламных продуктов	11.010 Фотограф	ОТФ D Разработка и реализация проектов в области фотографирования	ТФ D/03.6

При отсутствии ПС

Часть ОПОП-П вариативная	Наименование вида деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Наименование квалификационного справочника	Наименование раздела	Должностные характеристики
ВД по запросу работодателя	ВД 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по должности служащего 20032 Агент рекламный	ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов	Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС), 2019	«Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях» и «Квалификационные характеристики должностей работников, занятых в научно- исследовательских учреждениях, конструкторских, технологических, проектных и изыскательских организациях»	Осуществляет поиск потенциальных клиентов, совершает холодные звонки и назначает встречи. Общаясь с клиентом, агент определяет его целевую аудиторию, составляет портрет потенциального покупателя, изучает рекламируемую продукцию и конкурентов, на основании полученных данных разрабатывает рекламную кампанию. При этом он учитывает платежеспособность различных групп населения, на которые рассчитаны товар или услуга.
		ПК 5.2. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком			
		ПК 5.3. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг			

4.3.2. Матрица соответствия компетенций и составных частей ОПОП-П по специальности:

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Индекс	Наименование дисциплин (модулей) учебного плана	Код общих и профессиональных компетенций, осваиваемых в рамках дисциплин (профессиональных модулей)																										
		Общие компетенции (ОК)									Профессиональные компетенции (ПК)																	
		ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 1.1	ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 3.3	ПК 4.1	ПК 4.2.	ПК 4.3	ПК 5.1	ПК 5.2	ПК 5.3	ПК 6.1	ПК 6.2	ПК 6.3
ПП.02	Производственная практика	О	О	О	О	О		О		О					О	О												
ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	О	О	О													О	О	О									
МДК 03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	О	О	О													О											
МДК 03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	О	О	О														О	О									
УП.03	Учебная практика	О	О	О													О	О	О									
ПП.03	Производственная практика	О	О	О													О	О	О									
ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	О	О	О	О	О	О			О										О	О	О						

[illegible]

[illegible]

Раздел 5. Структура и содержание образовательной программы

5.1. Учебный план

Индекс	Наименование	Форма промежуточной аттестации (зачет, диф. Зачет, экзамен и др.)	Всего	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем образовательной программы в академических часах					Обязательная часть образовательной программы в ак.ч.	Вариативная часть образовательной программы в ак.ч.	Объем образовательной программы, распределённой по курсам и семестрам					
					Учебные занятия	Практики	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация			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	10	11	12	13	14	15	16	17	18
ОД. 00	Общеобразовательные дисциплины		1476	322	1404	0	0	0	72	1476	0	496	686	222	0	0	0
ОД.01	Русский язык	Э	72	12	64				8	72		64					
ОД.02	Литература	ДЗ	108	14	108					108		40	68				
ОД.03	История	-,ДЗ,Э	136	10	126				10	136		32	52	42			
ОД.04	Обществознание	-,Э	144	42	130				14	144		38	92				
ОД.05	География	ДЗ	72	16	72					72				72			
ОД.06	Иностранный язык	-,ДЗ,ДЗ	144	58	144					144		32	70	42			
ОД.07	Математика	-,ДЗ,Э	232	36	220				12	232		58	96	66			
ОД.08	Информатика	-,Э	144	72	130				14	144		64	66				
ОД.09	Физическая культура	З,ДЗ	72	20	72					72		32	40				
ОД.10	Основы безопасности и защиты Родины	ДЗ	68	10	68					68			68				
ОД.11	Физика	-,ДЗ	108	14	108					108		46	62				
ОД.12	Химия	Э	72	6	58				14	72		58					
ОД.13	Биология	ДЗ	72	12	72					72			72				
ИП	Индивидуальный Проект	-,ДЗ	32	0	32					32		32					
СГ.00	Социально-гуманитарный цикл		296	208	294	0	0	2	0	296	0	0	0	100	122	74	0
СГ.01	История России	ДЗ	38	10	36			2		38					38		
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	ДЗ	38	36	38					38					38		
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	ДЗ	68	48	68					68				68			

СГ.04	Физическая культура	З,ДЗ	78	74	78					78				32	46		
СГ.05	Основы бережливого производства	ДЗ	38	20	38					38						38	
СГ.06	Основы финансовой грамотности	ДЗ	36	20	36					36						36	
ОП.00	Общепрофессиональный цикл		504	322	472	0	0	6	26	414	90	0	0	162	202	114	0
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	Э	106	62	90			2	14	70	36			92			
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	-,Э	142	102	126			4	12	88	54			36	94		
ОП.03	История экранных искусств	ДЗ	38	18	38					38					38		
ОП.04	Рекламная деятельность	ДЗ	104	80	104					104				34	70		
ОП.05	Психология рекламы	ДЗ	38	20	38					38						38	
ОП.06	Русский язык и культура речи	ДЗ	76	40	76					76						76	
П.00	Профессиональный цикл		1792	1462	1156	684	60	14	82	1054	738	80	142	92	504	424	468
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта		244	182	150	72	20	0	22	244	0	80	142	0	0	0	0
МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	Э	94	60	80				14	74		80					
МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	-,ДЗ	70	50	70		20			70			70				
УП.01	Учебная практика	ДЗ	72	72		72				72			72				
	Экзамен по модулю	Э	8						8	8							
ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		276	210	190	72	20	2	12	238	38	0	0	92	172	0	0
МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ДЗ	92	58	90		20	2		54	38			92			
МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	-,ДЗ	100	80	100					100					100		

УП.02	Учебная практика	ДЗ	36	36		36				36					36		
ПП.02	Производственная практика	ДЗ	36	36		36				36					36		
	Экзамен по модулю	Э	12						12	12							
ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		282	212	198	72	0	0	12	282	0	0	0	0	0	114	156
МДК 03.01ц	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	-,ДЗ	88	60	88					88						52	36
МДК 03.02ц	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	-,ДЗ	110	80	110					110						62	48
УП.03	Учебная практика	ДЗ	36	36		36				36							36
ПП.03	Производственная практика	ДЗ	36	36		36				36							36
	Экзамен по модулю	Э	12						12	12							
ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		402	266	312	72	20	6	12	290	112	0	0	0	50	172	168
МДК.04.01ц	Разработка творческих рекламных решений	-,ДЗ	146	92	144		20	2		90	56				50	56	40
МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	-,ДЗ	172	102	168			4		116	56					116	56
УП.04	Учебная практика	ДЗ	36	36		36				36							36
ПП.04	Производственная практика	ДЗ	36	36		36				36							36
	Экзамен по модулю	Э	12						12	12							
ПМ.05	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по должности служащего 20032 Агент рекламный		294	222	136	144	0	2	12	0	294	0	0	0	282	0	0
МДК.05.01	Выполнение работ по должности служащего 20032 Агент рекламный	ДЗ	138	78	136			2			138				138		
УП.05	Учебная практика	ДЗ	72	72		72					72				72		
ПП.05	Производственная практика	ДЗ	72	72		72					72				72		

	Экзамен по модулю	Э	12						12		12						
ПМ.06	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по профессии 19460 Фотограф		294	226	170	108	0	4	12	0	294	0	0	0	0	210	72
МДК.06.01	Выполнение работ по профессии 19460 Фотограф	-,ДЗ	174	118	170			4			174					138	36
УП.06	Учебная практика	ДЗ	108	108		108					108						108
	Экзамен по модулю	Э	12						12		12						
ПДП	Производственная практика (преддипломная)		144			144				144							
ГИА.00	Государственная итоговая аттестация		216														
Итого:			4428	2314	3326	684	60	22	180	3600	828	576	828	576	828	612	468

5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы

№ п/п	Код и наименование учебной дисциплины/профессионального модуля	Количество часов	Категория 1. ПОП-П/работодатель 2. ЦОМ/проект	Обоснование
1	ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	36	работодатель	Для развития творческих способностей, способностей креативно мыслить. Осуществлять поиск рекламных идей. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. Разрабатывать авторские рекламные проекты. Развивать навыки рисования и композиции. Создавать авторские рисунки и проекты.
2	ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности	42	работодатель	Для получения и углубления знаний и умений, обучающихся в части обработки графической информации посредством современных компьютерных технологий, способствующих развитию общих и профессиональных компетенций.
3	МДК.02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	38	работодатель	Обучающимся необходимо освоить базовые знания и практические навыки по проведению стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий Обучающимся необходимо выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к рекламной деятельности. Обучающимся необходимо изучить основы разработки рекламных кампаний, мероприятий, акций, этапы планирования рекламных

				мероприятий направленных на повышение эффективности деятельности предприятия.
4	МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений	56	работодатель	Обучающимся необходимо освоить базовые знания и практические навыки по написанию текстов, для полноценной разработки рекламного продукта Обучающимся необходимо знать и уметь использовать различные изобразительные средства при разработке и создании рекламного продукта Обучающимся необходимо развивать творческие способности, способность креативно мыслить. Осуществлять поиск рекламных идей. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. Разрабатывать авторские рекламные проекты.
5	МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	56	работодатель	Обучающимся необходимо развивать творческие способности, способность креативно мыслить. Изучить основы создания рекламных видеороликов. Осуществлять поиск рекламных идей. Разрабатывать авторские рекламные проекты. Обучающимся необходимо изучить основы создания коммерческих и социальных рекламных видеороликов для качественного выполнения работ по созданию рекламного продукта
6	ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,	294	работодатель	Обучающиеся осваивают должность служащего 20032 Агент рекламный

	должностям служащих – по должности служащего 20032 Агент рекламный			
7	ПМ.06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по профессии 19459 Фотограф	294	работодатель	Обучающиеся освоят профессию 19460 Фотограф
Итого		828		-

5.3. План обучения в форме практической подготовки на предприятии (на рабочем месте)

№ п/п	Вид учебного занятия. Тема / Виды работ практик	Код и наименование МДК, практики	Длительность обучения (в ак. часах)	Семестр обучения	Наименование рабочего места, участка/структурног о подразделения	Ответственный от предприятия
1.	1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. 3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. 4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. 5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. 6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. 7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. 8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. 9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана.	ПП.02 Производственная практика	36	4	Рабочее место специалиста по рекламе	Руководитель практики (наставник)

	12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.					
2.	1. Создание клиентской базы для рекламного предприятия 2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии. 3. Изготовить рекламный и/или PR материал. 4. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. 5. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.	ПП.03 Производственная практика	36	6	Рабочее место специалиста по рекламе	Руководитель практики (наставник)
3.	1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 4. Сдача проекта заказчику 5. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 6. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты 7. выбор художественной формы реализации рекламной идеи; 8. создание визуального образа с рекламными функциями; 9. художественное конструирование рекламных продуктов по заданию.	ПП.04 Производственная практика	36	6	Рабочее место специалиста по рекламе	Руководитель практики (наставник)

	10. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. 11. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 12. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. 13. Анализ рекламной деятельности предприятия. 14. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. 15. Технология организации и проведения фотосопровождения. 16. Финишные визуальные работы.					
4.	1. Ведение переговоров 2. Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг 3. Осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта 4. Выбор и использование различных видов средств распространения рекламы 5. Разработка композиционного решения рекламного продукта	ПП.05 Производственная практика	72	4	Рабочее место специалиста по рекламе	Руководитель практики (наставник)

[illegible]

	Обучение по модулям и дисциплинам	Промышленные отношения	Практикум	ГИА		
--	-----------------------------------	------------------------	-----------	-----	--	--

Курс	Обучение по модулям и дисциплинам						Промежуточная аттестация						Практики						ГИА		Каникулы	Всего, ак.ч
	Всего		1 семестр		2 семестр		Всего		1 семестр		2 семестр		Всего		1 семестр		2 семестр		Всего		нед.	
	нед.	ак.ч.	нед.	ак.ч.	нед.	ак.ч.	нед.	ак.ч.	нед.	ак.ч.	нед.	ак.ч.	нед.	ак.ч.	нед.	ак.ч.	нед.	ак.ч.	нед.	ак.ч.		
1 курс	37	1332	16	576	21	756	2	72	1	36	1	36	2	72	0	0	2	72	0	0	11	1476
2 курс	33	1188	16	576	17	612	2	72	1	36	1	36	6	216	0	0	6	216	0	0	11	1476
3 курс	23	828	17	612	6	216	1	36	0	0	1	36	11	396	0	0	11	396	6	216	2	1476
Всего	93	3348	49	1764	44	1584	5	180	2	72	3	108	19	684	0	0	19	684	6	216	24	4428

36 – обучение по модулям и дисциплинам; ПА – промежуточная аттестация (ПА) (36 ак.ч. в неделю); П – практики (36 ак.ч. в неделю);

к – каникулы; **г** – государственная итоговая аттестация (ГИА) (36 ак.ч. в неделю).

5.5. 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.

Рабочие программы профессиональных модулей и дисциплин, включая профессиональные модули по запросу работодателя, приведены в Приложениях 1, 2 к ОПОП-П.

5.6. 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.

Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы по специальности являются частью программы воспитания образовательной организации и представлены в Приложении 5.

5.7. 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 «ТРИ С», ООО «АЙПИ ЦЕНТР», при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования, всех видов практики;
- включает в себя отдельные 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 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 «ТРИ С», ООО «АЙПИ ЦЕНТР» на основании договоров о практической подготовке обучающихся.

5.8. 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.

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

Кабинеты:

Русского языка

Литературы

Истории

Обществознания

Географии

Иностранного языка

Математики

Информатики

Основы безопасности и защиты Родины

Физики

Химии

Биологии

Социально-экономических дисциплин

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

Цифровая обработка видеоматериалов

Производство видеоматериалов рекламного проекта

Выполнение фотосъемки для рекламного проекта

Разработка дизайна полиграфической рекламной продукции

Разработка дизайна упаковочной продукции

Производство полиграфической рекламной продукции

Спортивный комплекс

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.

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 (ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности, ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий).

6.3. Кадровые условия 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: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, 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 ООО «ТРИ С», ООО «АЙПИ ЦЕНТР», 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 %.

Сведения о педагогических (научно-педагогических) работниках, участвующих в реализации образовательной программы, и лицах, привлекаемых к реализации образовательной программы на иных условиях

№ п/п	ФИО (при наличии) специалиста-практика	Наименование организации, осуществляющей деятельность в профессиональной сфере, в которой работает специалист-практик по основному месту работы или на условиях внешнего совместительства	Занимаемая специалистом-практиком должность	Общий трудовой стаж работы специалиста-практика в организациях, осуществляющих деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся обучающиеся
1	Паллаева Наталья Николаевна	ООО «МИСТЕР ДЭК»	Генеральный директор	10 лет

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».

Наименование	Стоимость на 2025-2026 учебный год, руб.	Стоимость обучения по курсам, руб.	Полная стоимость за весь период обучения, руб.
42.02.01 Реклама	121 994,00	1 курс – 121 994,00 2 курс – 121 994,00 3 курс – 121 994,00	365 982,00

Раздел 7. Сведения о реализации образовательной программы в сетевой форме

Образовательная программа реализуется в сетевой форме с использованием ресурсов следующих организаций.

Базовая организация: государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Краснодарского края «Краснодарский гуманитарно-технологический колледж».

Образовательная организация-участник: государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Краснодарского края «Краснодарский архитектурно-строительный техникум».

Реализует в полном объеме дисциплину «УП.06 Учебная практика».

РЕЦЕНЗИЯ

на образовательную программу подготовки
специалистов среднего звена для обучающихся
в государственном бюджетном профессиональном образовательном
учреждении Краснодарского края
«Краснодарский архитектурно-строительный техникум»
(ГБПОУ КК КАСТ)

по специальности 42.02.01 Реклама

Образовательная программа среднего профессионального образования (далее по тексту — ОП СПО) разработана на основе требований Федерального закона от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552, с учетом новой образовательной технологии «Профессионалитет».

Образовательная программа представляет собой комплекс основных характеристик образования по специальности (объем, структура и содержание, требования к результатам освоения, требования к условиям реализации), который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин, модулей, преддипломной практики, оценочных и методических материалов, программы государственной итоговой аттестации, рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы; материально-технического оснащения специальных помещений для реализации образовательной программы, включая программное обеспечение.

Образовательная программа сочетает обучение в образовательной организации и на рабочем месте в организации (на предприятии) с широким использованием в обучении цифровых технологий.

В соответствии с ФГОС СПО и в соответствии с запросом работодателей обучающиеся по специальности 42.02.01 Реклама, согласно получаемой квалификации «специалист по рекламе», готовятся к таким видам деятельности как:

- Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;
- 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;
- Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях;

- Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по должности служащего 20032 Агент рекламный;
- Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по профессии «19459 Фотограф».

Образовательная программа предусматривает оптимизацию срока обучения, профессионализацию общеобразовательной подготовки, обязательное освоение обучающимися нескольких дополнительных компетенций, что является одной из задач НОТ Профессионалитет.

Срок получения образования по образовательной программе, реализуемой в рамках федерального проекта «Профессионалитет», в очной форме обучения, реализуемой на базе основного общего образования, составляет 2 года 10 месяцев.

ОП СПО предусматривает изучение следующих учебных циклов: общеобразовательный, социально-гуманитарный, общепрофессиональный, профессиональный; дополнительный профессиональный блок по запросу работодателей.

Реализация ОП СПО по специальности 42.02.01 Реклама обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими среднее и высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемых дисциплин (модулей).

ГБПОУ КК КАСТ располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Таким образом, представленная на рецензирование ОП СПО по специальности 42.02.01 Реклама, реализуемая в ГБПОУ КК КАСТ, в полной мере отвечает требованиям федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама и способствует формированию общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций, а также требованиям профессионального сообщества и может быть использована для осуществления образовательной деятельности в ГБПОУ КК КАСТ.

Рецензент:

Директор ООО «ТРИ С»

А.А. Паллаев



РЕЦЕНЗИЯ

на образовательную программу подготовки
специалистов среднего звена для обучающихся
в государственном бюджетном профессиональном образовательном
учреждении Краснодарского края
«Краснодарский архитектурно-строительный техникум»
(ГБПОУ КК КАСТ)

по специальности 42.02.01 Реклама

Образовательная программа (ОП) подготовки специалистов среднего звена разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552, с учетом запросов регионального рынка труда, развития науки, экономики, техники, технологий.

Образовательной программой предусмотрено получение образования в рамках федерального проекта «Профессионалитет».

ОП состоит из следующих документов: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы учебных дисциплин с фондами оценочных средств, рабочие программы профессиональных модулей с фондами оценочных средств, методические рекомендации по выполнению курсовых, лабораторных работ и организации самостоятельной работы обучающихся, рабочая программа воспитания с календарным планом воспитательной работы, программа государственной итоговой аттестации с фондом оценочных средств, материально-техническое оснащение специальных помещений для реализации образовательной программы, включая программное обеспечение.

Структура плана логична и последовательна, включает общеобразовательный, социально-гуманитарный, общепрофессиональный, профессиональный циклы; дополнительный профессиональный блок по запросу работодателей.

Учебная деятельность обучающихся предусматривает учебные занятия, самостоятельную работу, выполнение курсового проекта, практики: учебную, производственную; государственную итоговую аттестацию. Качество содержательной составляющей учебного плана направлено на формирование общих, профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС, и дополнительных профессиональных компетенций, сформированных по запросу работодателя.

Рабочие программы профессиональных модулей и дисциплин направлены на освоение общих и профессиональных компетенций, и подготовку грамотного специалиста в области профессиональной деятельности «11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия». Оценка рабочих программ учебных дисциплин и профессиональных модулей позволяет сделать вывод о достаточно высоком

их качестве и достаточном уровне их методического обеспечения. Содержание дисциплин и междисциплинарных курсов соответствует требованиям ФГОС СПО и запросу работодателей.

Фонды оценочных средств соответствуют целям и задачам ФГОС СПО, учебному плану и призваны обеспечить оценку качества общих и профессиональных компетенций, приобретаемых выпускником.

В соответствии с ФГОС СПО и запросом работодателей обучающиеся по специальности 42.02.01 Реклама, согласно получаемой квалификации «специалист по рекламе», готовятся к следующим видам деятельности: Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта; 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; Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях; Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по должности служащего 20032 Агент рекламный; Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – по профессии «19459 Фотограф».

ОП содержит информацию о педагогических кадрах, обеспечивающих образовательную деятельность, об учебно-методическом и материально-техническом обеспечении образовательной программы, об организации воспитания обучающихся.

Разработанная ОП имеет достаточно высокий уровень обеспеченности и может быть использована для подготовки специалистов по специальности 42.02.01 Реклама.

Рецензент:

Генеральный директор
ООО «АЙПИ ЦЕНТР»



М.П.

В.Н. Шестаков