

Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
«Международный многопрофильный колледж»

Рассмотрено и принято на заседании  
Педагогического совета  
Протокол № 1 от 28.08.2025 г.



УТВЕРЖДАЮ:  
Директор АНО ПО «ММК»

С.А. Ядрова

Приказ № 17-ОД от 28.08.2025 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ  
СРЕДНЕГО ЗВЕНА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ  
42.02.01 РЕКЛАМА**

**Квалификация:** специалист по рекламе

**Форма обучения:** очная

**Срок освоения:** 2 года 10 месяцев

Новосибирск, 2025

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ О СОГЛАСОВАНИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

**Предприятие (организация) работодателя:** ЗАО «Компания ГРАФ»

**РАЗРАБОТЧИК:** АНО ПО «ММК», в лице директора Ядровой Светланы Анатольевны

**РАБОТОДАТЕЛЬ:** ЗАО «Компания ГРАФ», г. Новосибирск, ул. Королева, 40, корпус 40, оф.205, в лице генерального директора Мишиной Натальи Павловны

Основная профессиональная образовательная программа подготовки специалистов среднего звена (ОПОП ПССЗ), реализуемая в АНО ПО «ММК» по специальности **42.02.01 Реклама** среднего профессионального образования - это система документов, разработанная и утвержденная в АНО ПО «ММК» с учетом потребностей регионального рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552.

РАЗРАБОТЧИК и РАБОТОДАТЕЛЬ пришли к соглашению о необходимости распределения и использования вариативной части в ОПОП по ФГОС СПО **42.02.01 Реклама**.

Данная основная профессиональная образовательная программа позволяет подготовить квалифицированные кадры в соответствии с ФГОС 42.02.01 Реклама.

Настоящее соглашение составлено в 2-х экземплярах, по одному для каждой из сторон.

Настоящее Соглашение вступает в силу с момента его подписания обеими сторонами.

Профильная организация:	Организация:
Закрытое акционерное общество «Компания ГРАФ»	АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ "МЕЖДУНАРОДНЫЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ"
(полное наименование)	(полное наименование)
Адрес: 630015, г. Новосибирск, ул. Королева, 40, корпус 40, оф. 205	Адрес: 630009 г. Новосибирск, ул. Добролюбова, 18/1
ИНН/КПП 5401107857/540101001 ОГРН: 1035400509088 Получатель: ЗАО «Компания ГРАФ» БИК: 044525411 Расчетный счет № 40702810813410001756 Банк получателя: ФИЛИАЛ «ЦЕНТРАЛЬНЫЙ» БАНКА ВТБ (ПАО) к/с: 30101810145250000411 Тел.: 222-27-68 e-mail: company-graf@yandex.ru	ИНН/КПП 5405057004/540501001 ОКПО: 45339753; ОГРН: 1205400040680 Получатель: АНО ПО «ММК» БИК 045004774 Расчетный счет № 40703810523130000090 Банк получателя: Филиал «Новосибирский» АО «Альфа-банк» к/с30101810600000000774 Тел.8-962-832-87-86 e-mail: mmk@spo-mmk.ru
(наименование должности, фамилия, имя, отчество (при наличии))	Директор Ядрова С.А. (наименование должности, фамилия, имя, отчество (при наличии))
М.П. (при наличии)	М.П. (при наличии).

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Раздел 1. Общие положения	4
2.	Раздел 2. Общая характеристика ОПОП ПССЗ	5
3.	Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника	5
4.	Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы	6
4.1.	Общие компетенции выпускника	6
4.2.	Профессиональные компетенции выпускника	9
4.3.	Личностные результаты	18
5.	Раздел 5. Структура образовательной программы	21
5.1.	Учебный план	21
5.2.	Календарный учебный график	21
5.3.	Рабочая программа воспитания	22
6.	Раздел 6. Условия реализации ОПОП ПССЗ	22
6.1.	Материально-техническое обеспечение ОПОП ПССЗ	22
6.2.	Учебно-методическое обеспечение образовательной программы	23
6.3.	Требования к практической подготовке обучающихся	24
6.4.	Требования к организации воспитания обучающихся	26
6.5.	Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы	26
7.	Организация государственной итоговой аттестации выпускников	27
8.	Разработчики основной образовательной программы	27
9.	Приложения	
	Приложение 1. Учебный план	
	Приложение 2. Календарный учебный график	
	Приложение 3. Рабочая программа воспитания	
	Приложение 4. Календарный план воспитательной работы	
	Приложение 5. Программа государственной итоговой аттестации	
	Приложение 6. Рабочие программы дисциплин	
	Приложение 7. Фонд оценочных средств	

## Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящая образовательная программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023г. № 552 (далее – ФГОС, ФГОС СПО).

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

Данная образовательная программа разработана для реализации на **базе основного общего образования**.

1.2. Нормативные основания для разработки образовательной программы:

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Приказ Минпросвещения России от 08 апреля 2021 г. № 153 «Об утверждении Порядка разработки примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования»;

– 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 Минобрнауки России от 24 августа 2022 г. № 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 Минпросвещения России от 14 июля 2023 г. № 534 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение»;

– Устав АНО ПО «ММК»;

– Локальные акты АНО ПО «ММК».

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте:

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;

ПООП – примерная основная образовательная программа;

ОК – общие компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ЛР – личностные результаты;  
 СГ – социально-гуманитарный цикл;  
 ОП – общепрофессиональный цикл;  
 МДК – междисциплинарный курс;  
 ПМ – профессиональный модуль;  
 ГИА – государственная итоговая аттестация

## Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООП ПССЗ

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

Получение образования по специальности допускается только в профессиональной образовательной организации или образовательной организации высшего образования.

Формы обучения: очная.

**Нормативные сроки освоения ПССЗ** базовой подготовки по специальности **42.02.01 Реклама** при очной форме обучения и присваиваемая квалификация приводятся в таблице 1.

Таблица 1.

Образовательная база приема	Наименование квалификации базовой подготовки	Нормативный срок освоения ОПОП СПО базовой подготовки
на базе основного общего образования	Специалист по рекламе	2 года 10 месяцев

## Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

Область профессиональной деятельности выпускников<sup>1</sup>: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

Соответствие видов деятельности профессиональным модулям и присваиваемой квалификации:

Наименование основных 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 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

<sup>1</sup> Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2014 г. № 667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов деятельности)» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 19 ноября 2014 г., регистрационный № 34779).

	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
Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный»	ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

## Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 4.1. Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<b>Умения:</b>
		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)
		<b>Знания:</b>
		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	<p><b>Умения:</b></p> <p>определять задачи для поиска информации</p> <p>определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска</p> <p>структурировать получаемую информацию</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p>
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	<p><b>Умения:</b></p> <p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности</p> <p>применять современную научную профессиональную терминологию</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации</p> <p>современная научная и профессиональная терминология</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности</p> <p>правила разработки бизнес-планов</p> <p>порядок выстраивания презентации</p> <p>кредитные банковские продукты</p>

ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	<b>Умения:</b>
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		<b>Знания:</b>
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<b>Умения:</b>
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		<b>Знания:</b>
		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 межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	<b>Умения:</b>
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		<b>Знания:</b>
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей
		значимость профессиональной деятельности по специальности
		стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
		<b>Умения:</b>
		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
		<b>Знания:</b>
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	<b>Умения:</b>
		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
		<b>Знания:</b>
		роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
		основы здорового образа жизни
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности
		средства профилактики перенапряжения
		<b>Умения:</b>
		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
		<b>Знания:</b>
		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	<b>Практический опыт:</b> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.

		<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</li> <li>- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;</li> <li>- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;</li> <li>- использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;</li> <li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;</li> <li>- уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;</li> <li>- аудиторию различных средств рекламы;</li> <li>- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.</li> </ul>
ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка		<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проведения анализа рынка;</li> <li>- проведения качественных аналитических исследований рынка;</li> <li>- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производить качественные аналитические исследования рынка.</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.</li> </ul>
ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов		<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявления основных и второстепенных конкурентов;</li> <li>- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;</li> <li>- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;</li> <li>- структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;</li> </ul>

	<p>ПК.1.4. Осуществлять определения и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>- основ маркетинга.</p> <p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</li> <li>- Планирования системы маркетинговых коммуникаций</li> <li>- Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций</li> </ul> <p><b>Умения:</b> Преобразовывать требования заказчика в бриф</p> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Принципов выбора каналов коммуникации</li> <li>Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</li> <li>...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий</li> <li>- Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей</li> </ul>
<p>Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>- <b>Практический опыт:</b> Планирования системы маркетинговых коммуникаций</p> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определять ключевые цели рекламной кампании</li> <li>- Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК</li> <li>- Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения</li> <li>- Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание</li> <li>- Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки</li> <li>- Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач</li> <li>- - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)</li> <li>- Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;</li> <li>- учитывать мнение заказчика при планировании РК;</li> <li>- использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методики рекламного планирования;</li> <li>- инструментов рекламного планирования;</li> <li>- систему маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</li> <li>- принципы выбора каналов коммуникации;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- аудиторию различных средств рекламы;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- принципы стратегического и оперативного планирования РК;</li> <li>- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета</li> <li>- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;</li> <li>- принципы функционирования современных социальных медиа;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.</li> </ul>
	<p>ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;</li> <li>- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;</li> <li>- создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;</li> <li>- осуществлять медиапланирование;</li> <li>- определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета;</li> <li>- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ;</li> <li>- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;</li> <li>- преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;</li> <li>- уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;</li> <li>- использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;</li> <li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.</li> </ul>

		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</li> <li>- логику и структуру плана рекламной кампании;</li> <li>- логику и структуру медиаплана;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему;</li> <li>- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.</li> </ul>
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет;</li> <li>- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;</li> <li>- постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.</li> </ul>
		<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;</li> <li>- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;</li> <li>- способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.</li> </ul>
	ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбора и использования оффера;</li> <li>- разработки рекламной кампании в сети Интернет.</li> </ul>
		<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;</li> <li>- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</li> <li>- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;</li> <li>- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;</li> <li>- обеспечивать качественное функционирования сайта;</li> <li>- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;</li> <li>- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;</li> <li>- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;</li> <li>- осуществлять руководство ходом проведения</li> </ul>

		<p>рекламных кампаний в сети Интернет;          - преобразовывать требования заказчика в бриф;          - учитывать мнение заказчика при планировании РК.</p>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;</li> <li>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>- требования к качественному функционированию сайтов;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему.</li> </ul>
	<p>ПК 3.3          Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;</li> <li>- реализации рекламной кампании в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать поисковые системы интернета;</li> <li>- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;</li> <li>- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;</li> <li>- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li> <li>- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li> <li>- конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> <li>- размещать рекламные материалы в социальных медиа;</li> <li>- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;</li> <li>- определять эффективные офферы;</li> <li>- создавать оригинальные и стильные логотипы;</li> <li>- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li> <li>- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li> <li>- использовать приемы внутренней и внешней</li> </ul>

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

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

		<p>визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li> <li>- Создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li> <li>- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;</li> <li>- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</li> <li>- повышать информационную наглядность сайтов;</li> <li>- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>- требования к качественному функционированию сайтов;</li> <li>- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- технические средства создания визуального контента;</li> <li>- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.</li> </ul>
<p>Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям</p>	<p>ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поиск и исследование (инструменты разведки);</li> <li>- работа с базами данных и сервисами проверки контрагентов;</li> </ul>

служащих	клиентов	<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать и поддерживать клиентскую базу рекламной службы;</li> <li>- выявлять эмоциональный мотив покупки;</li> <li>- использовать техники управления ситуацией с помощью вопросов;</li> <li>- применять методы работы с возражениями;</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- каналы привлечения клиентов и их специфика;</li> <li>- портрет идеального клиента;</li> <li>- отрасли клиента;</li> <li>- карта конкурентов;</li> </ul>
	ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг и оформлению заказа	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- настройка и ведение email-рассылок;</li> <li>- подготовка коммерческого предложения;</li> </ul>
		<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- давать психологическую характеристику личности;</li> <li>- выстраивать структуру и управлять презентацией;</li> <li>- применять комплекс методов подачи аргументов, воздействовать на сенсорную систему клиентов;</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рынка рекламных площадок и каналов;</li> <li>- основ медиапланирования и аналитики;</li> <li>- юридических и финансовых основ посредничества;</li> </ul>
ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- расчет и формирование стоимости (ценообразование) услуги;</li> <li>- расчет себестоимости услуги;</li> </ul>	
	<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- заключать договора на рекламное обслуживание;</li> <li>- понимать предмет договора, сроков, обязательств сторон, результатов;</li> <li>- уметь регистрировать исходящие и входящие договоры, хранить их (в т.ч. электронно) с соблюдением сроков;</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- базовых норм ГК РФ о заключении, исполнении и расторжении договоров;</li> <li>- специфики гарантий и ответственности в рекламе;</li> </ul>	
ПК 5.4. Опираясь в работе на правовые нормы,	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление юридически безупречной документации по оказанию рекламных услуг;</li> <li>- юридическая значимость цифровых документов;</li> </ul>	

	регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проверить компанию-заказчика в реестре юридических лиц;</li> <li>- оценка легальности товара/услуги, который нужно рекламировать (лицензии, сертификаты);</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общие требования ко всей рекламе;</li> <li>- специальные требования к товарам и услугам «особого спроса»;</li> <li>- специальные требования к способам распространения рекламы;</li> </ul>
	ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиком	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создания лид-магнитов и презентационных материалов;</li> <li>- написание коммерческих текстов;</li> <li>- ведение деловой переписки;</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вести переговоры с возражениями (без агрессии);</li> <li>- вести торги и договариваться об условиях сделки;</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- психология продаж и коммуникаций;</li> <li>- психология рекламы.</li> </ul>
	ПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ведение таблиц и дашбордов в Excel/Google Таблицах;</li> <li>- проведение онлайн-презентаций;</li> <li>- работа в графических редакторах (базовый уровень);</li> <li>- создать и согласовать ТЗ в цифровом формате;</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оперативно обрабатывать входящие заявки из любых источников;</li> <li>- проводить онлайн-диагностику потребности заказчика;</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цифровые каналы привлечения и получения заказа;</li> <li>- электронная организация подписания документов;</li> </ul>

### 4.3. Личностные результаты

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости,	ЛР 2

экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.	
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.	ЛР 3
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».	ЛР 4
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.	ЛР 5
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.	ЛР 6
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	ЛР 7
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.	ЛР 8
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.	ЛР 9
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.	ЛР 10
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.	ЛР 11
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.	ЛР 12
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</b>	
Выполняющий профессиональные навыки в сфере рекламы	ЛР 13
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации</b>	
Выполняющий профессиональные навыки рекламного дела с учетом специфики субъекта Российской Федерации	ЛР 14

## Раздел 5. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 5.1. Рабочий учебный план

Учебный план определяет следующие характеристики ППССЗ по специальности:

- объемные параметры учебной нагрузки в целом, по годам обучения;
- перечень учебных дисциплин, профессиональных модулей и их составных элементов (междисциплинарных курсов, учебной и производственной практик);
- последовательность изучения учебных дисциплин и профессиональных модулей;
- распределение по годам обучения и семестрам различных форм промежуточной аттестации по учебным дисциплинам, профессиональным модулям (и их составляющим междисциплинарным курсам, производственных практик);
- объемы учебной нагрузки по видам учебных занятий, по учебным дисциплинам, профессиональным модулям и их составляющим;
- сроки прохождения и продолжительность преддипломной практики;
- формы государственной (итоговой) аттестации, объемы времени, отведенные на подготовку к ГИА;
- объем каникул по годам обучения.

ППССЗ специальности по специальности **42.02.01 Реклама** предполагает изучение следующих учебных циклов профессиональной подготовки:

- социально- гуманитарный – СГ;
- общепрофессиональный – ОП;
- профессиональный цикл – П;
- учебная практика – УП;
- производственная практика (по профилю специальности) – ПП;
- производственная практика (преддипломная) – ПДП;
- промежуточная аттестация – ПА;
- государственная (итоговая) аттестация – ГИА.

Объем вариативной части ООП СПО составляет **1042 часа**. Распределение часов вариативной части определено на увеличение объема социально-гуманитарного цикла (206 ч.). Введены следующие дисциплины: СГ.07 «Экологические основы природопользования» (32 ч.). Увеличен объем на изучение дисциплин профессионального цикла (378 ч.), введен МДК 05.01 «Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный»» (210 ч.), МДК 03.03 «Проектная компьютерная графика и мультимедия» (130 ч.). В изучение базовых дисциплин введен предмет ПОО.02 «Право» (36 ч.).

**Учебный план** по программе подготовки специалистов среднего звена (Приложение 1).

### 5.2. Календарный учебный график

В календарном учебном графике указывается последовательность реализации ППССЗ специальности **42.02.01 Реклама**, включая теоретическое обучение, практики, промежуточную и итоговую аттестации, каникулы. Календарный учебный график, составляется ежегодно (Приложение 2).

### **5.3. Рабочая программа воспитания**

5.3.1. Цель и задачи воспитания, обучающихся при освоении ими образовательной программы:

Цель рабочей программы воспитания – личностное развитие обучающихся и их социализация, проявляющиеся в развитии их позитивных отношений к общественным ценностям, приобретении опыта поведения и применения сформированных общих компетенций квалифицированных рабочих, служащих/специалистов среднего звена на практике.

Задачи:

- формирование единого воспитательного пространства, создающего равные условия для развития обучающихся профессиональной образовательной организации;

- организация всех видов деятельности, вовлекающей обучающихся в общественно-ценностные социализирующие отношения;

- формирование у обучающихся профессиональной образовательной организации общих ценностей, моральных и нравственных ориентиров, необходимых для устойчивого развития государства;

- усиление воспитательного воздействия благодаря непрерывности процесса воспитания.

5.3.2. Рабочая программа воспитания представлена в Приложении 3.

5.4. Календарный план воспитательной работы представлен в Приложении 4.

## **Раздел 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **6.1. Материально-техническое обеспечение образовательной программы**

Образовательная организация, реализующая программу по специальности, располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам в разрезе выбранных траекторий.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории, лаборатории, мастерские, оснащенные оборудованием. Техническими средствами обучения для проведения занятий, предусмотренных образовательной программой.

Все виды учебной деятельности обучающихся, предусмотренные учебным планом, включая промежуточную и государственную итоговую аттестацию обеспечены расходными материалами.

**Оснащение помещений, задействованных при организации самостоятельной и воспитательной работы.**

Помещения для организации самостоятельной и воспитательной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации.

### **Оснащение баз практик**

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Производственная практика реализуется в организациях, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области *11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия*.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

### **6.2. Учебно-методическое обеспечение образовательной программы**

6.2.1. Библиотечный фонд образовательной организации укомплектован электронными изданиями по каждой дисциплине (модулю) из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей) в качестве основной литературы, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль).

Электронной информационно-образовательная среда (ЮРАЙТ) предоставляет права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

Все студенты имеют возможность открытого доступа к ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/library/vo> (договор № 30544 от 24.03.2025 г.)

Образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям).

6.2.2. Обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными учебными изданиями, адаптированными при необходимости для обучения указанных обучающихся.

6.2.3. В образовательном процессе используется лицензионное программное обеспечение, в том числе отечественного производства.

### **6.3. Требования к практической подготовке обучающихся**

6.3.1. Практическая подготовка при реализации образовательных программ среднего профессионального образования 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, рабочих.

6.3.2. Образовательная организация самостоятельно проектирует реализацию образовательной программы и ее отдельных частей (дисциплины, междисциплинарные курсы, профессиональные модули, практика и другие

компоненты) в форме практической подготовки с учетом требований ФГОС СПО и специфики получаемой профессии/специальности.

#### 6.3.3. Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

– реализуется при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования, производственной 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.

6.3.4. Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована на 2-м и 3-м курсах обучения, охватывая дисциплины, профессиональные модули, предусмотренные учебным планом образовательной программы.

6.3.5. Практическая подготовка организуется в специально оборудованных помещениях (рабочих местах) профильных организаций на основании договора о практической подготовке обучающихся, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы.

6.3.6. Результаты освоения образовательной программы (ее отдельных частей) могут быть оценены в рамках промежуточной и государственной итоговой аттестации, организованных в форме демонстрационного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы.

Обязательным разделом образовательной программы является практика. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся. Предусматриваются следующие виды практик: учебная, производственная.

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся и закрепление общих и основных профессиональных компетенций. Учебная практика проводится в следующей форме: концентрированно - путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени для проведения учебных практик, предусмотренных ОПОП СПО, после освоения всего модуля.

Производственная практика состоит из двух этапов: практики по профилю специальности и преддипломной практики. Производственная практика (по профилю специальности) проводятся при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и могут реализовываться концентрированно. После окончания программы практики предполагается определенная отчетность. Все виды производственной практики проводятся в учреждениях соответствующего профиля.

Программы производственной практики (преддипломной) разработаны на основе Положения о практической подготовке студентов.

Базы проведения практик согласуются с работодателями (таблица 2).

Таблица 2.

Специальность	Виды практик	База практики	Договоры с организациями, предприятиями, учреждениями (реквизиты)
<b>42.02.01 Реклама</b>	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ЗАО «Компания ГРАФ»	Договор № 39-ПП от 15.05.2025г. г. Новосибирск, ул. ул. Королева, 40, корпус 40, оф.205
	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		

#### **6.4. Требования к организации воспитания обучающихся**

6.4.1. Воспитание обучающихся при освоении ими основной образовательной программы осуществляется на основе включаемых в настоящую образовательную программу рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы.

6.4.2. Рабочую программу воспитания и календарный план воспитательной работы образовательная организация разрабатывает и утверждает самостоятельно

с учетом примерных рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы.

## **6.5. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы**

6.5.1. Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, 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.

Квалификация педагогических работников образовательной организации соответствует квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности *11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия*, не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности *11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия*, в общем числе педагогических работников, реализующих программы профессиональных модулей образовательной программы, должна быть не менее 25 процентов.

## **Раздел 7. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ**

7.1. Государственная итоговая аттестация (далее – ГИА) является обязательной для образовательных организаций СПО. Она проводится по завершении всего курса обучения по направлению подготовки. В ходе ГИА оценивается степень соответствия сформированных компетенций выпускников требованиям ФГОС СПО.

7.2. Государственная итоговая аттестация проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы.

Государственная итоговая аттестация завершается присвоением квалификации специалиста среднего звена: специалист по рекламе.

7.3. Для государственной итоговой аттестации образовательной организацией разрабатывается программа государственной итоговой аттестации (Приложение 5).

## **Раздел 8. РАЗРАБОТЧИКИ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **Группа разработчиков**

<b>ФИО</b>	<b>Организация, должность</b>
Лощакова Оксана Александровна	АНО ПО «ММК», заместитель директора
Евтина Анна Олеговна	АНО ПО «ММК», методист