

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом
Протокол от _____ апреля 2026 г. № 9
Ректор _____ А.Н. Набиева



уровень образования, необходимый для приема на обучение
основное общее образование

Форма обучения – очная
для набора 2026 года

2026

Образовательная программа среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама (программа подготовки специалистов среднего звена). – Краснодар: Краснодарский кооперативный институт (филиал) Российский университет кооперации, 2026.

Образовательная программа среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама (программа подготовки специалистов среднего звена) разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации

Основная профессиональная образовательная программа разработана совместно с представителями работодателей:

Председатель правления
Краснодарского крайпотребсоюза

М.П.



Ф.В. Кравцов

Генеральный директор
общества с ограниченной
ответственностью
«Рекламное место»

М.П.



М.А. Тищенко

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры менеджмента и торгового дела от «23» марта 2026 г., протокол № 7 одобрена Научно-методическим советом института от «02» апреля 2026 г., протокол № 1

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1 Общие положения

- 1.1 Нормативные документы для разработки образовательной программы
- 1.2 Перечень сокращений

Раздел 2 Общая характеристика образовательной программы

Раздел 3 Характеристика профессиональной деятельности выпускника

- 3.1 Область профессиональной деятельности
- 3.2 Профессиональные стандарты

Раздел 4 Планируемые результаты освоения образовательной программы

- 4.1 Общие компетенции
- 4.2 Профессиональные компетенции
- 4.3 Матрица компетенций выпускника

Раздел 5 Структура образовательной программы

- 5.1. Рабочий учебный план
- 5.2. Календарный учебный график

Раздел 6 Условия реализации образовательной программы

- 6.1 Требования к материально-техническому оснащению образовательной программы
- 6.2 Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы
- 6.3 Требования к практической подготовке обучающихся
- 6.4 Требования к организации воспитания обучающихся
- 6.5 Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

Раздел 7 Особенности реализации образовательной программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Раздел 8 Формирование оценочных материалов для проведения государственной итоговой аттестации

Лист регистрации изменений образовательной программы

Приложения.

- 1. Учебный план
- 2. Календарный учебный график
- 3. Рабочие программы общеобразовательных дисциплин (для ОП СПО на базе *основного общего образования*)
- 4. Рабочие программы дисциплин
- 5. Рабочие программы профессиональных модулей
- 6. Рабочие программы междисциплинарных курсов
- 7. Рабочие программы практик
- 8. Объем часов по образовательной программе в форме практической подготовки
- 9. Программа государственной итоговой (итоговой) аттестации
- 10. Рабочая программа воспитания
- 11. Календарный план воспитательной работы
- 12. Рецензии представителей профильных организаций, предприятий

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящая основная профессиональная образовательная программа специальности среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама (далее ОПОП СПО) разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 552 от 21.07.2023г.

ОПОП СПО разработана для реализации образовательной программы на базе основного общего образования.

1.1. Нормативные документы для разработки образовательной программы

Нормативную правовую основу разработки ОПОП СПО составляют:

- 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 Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;

- Приказ Минпросвещения России от 08 ноября 2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

- Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 5 августа 2020 г. «О практической подготовке обучающихся» ;

Для программ, реализуемых на базе основного общего образования:

- приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 18.05.2023 № 371 «Об утверждении федеральной образовательной программы среднего общего образования»;

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 № 413;

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 18.05.2023 № 371 «Об утверждении федеральной образовательной программы среднего общего образования».

Содержание образовательной программы разрабатывается с учетом следующих документов:

Инструкция об организации обучения граждан Российской Федерации начальным знаниям в области обороны и их подготовки по основам военной службы в образовательных учреждениях среднего (полного) общего образования, образовательных учреждениях начального профессионального и среднего профессионального образования и учебных пунктах, утв. Приказом Министра обороны Российской Федерации и Министерства образования и науки Российской Федерации от 24 февраля 2010 г. № 96/134;

Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 14.06.2024 № 05-1971 «О направлении рекомендаций» (вместе с «Рекомендациями по реализации среднего общего образования в пределах освоения образовательной программы среднего профессионального образования»)

Образовательная программа среднего профессионального образования разработана с учетом профессиональных стандартов:

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014г. № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 февраля 2015 года, регистрационный № 36020);

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017г. № 40н «Об утверждении профессионального стандарта «Графический дизайнер» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 января 2017года, регистрационный № 45442);

1.2. Перечень сокращений, используемых в тексте ОП СПО:

ФГОС - федеральный образовательный стандарт;

ОП –образовательная программа;

СПО – среднее профессиональное образование;

ОК – общие компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ПС – профессиональные стандарты;

ОТФ - обобщённая трудовая функция;

ТФ – трудовая функция;

СГ – социально-гуманитарный цикл;

ОП – общепрофессиональный цикл;

П – профессиональный цикл;

МДК – междисциплинарный курс;
ПМ – профессиональный модуль;
ОП – общепрофессиональная дисциплина;
ДЭ – демонстрационный экзамен;
ГИА – государственная итоговая аттестация.

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Образовательная программа среднего профессионального образования (далее – ОП СПО) определяет объем и содержание образования, планируемые результаты освоения образовательной программы, условия образовательной деятельности по реализации основной профессиональной образовательной программы 42.02.01 Реклама, направленность Реклама.

Образовательная программа среднего профессионального образования (далее – ОП СПО) определяет объем и содержание образования, планируемые результаты освоения образовательной программы, условия образовательной деятельности по реализации основной профессиональной образовательной программы 42.02.01 Реклама, направленность Реклама.

Образовательная программа по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама, реализуемая в Краснодарском кооперативном институте (филиале) автономной некоммерческой образовательной организацией высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную институтом, с учетом профессиональных стандартов:

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014г. № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 февраля 2015 года, регистрационный № 36020);

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017г. № 40н «Об утверждении профессионального стандарта «Графический дизайнер» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 января 2017года, регистрационный № 45442);

Образовательная программа по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама определяет цели, объем и содержание образования, планируемые результаты освоения образовательной программы, условия образовательной деятельности по реализации основной образовательной программы и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данной специальности и включает в себя:

- учебный план;
- календарный учебный график;
- рабочие программы учебных предметов;
- рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей;
- программы учебной и производственной практик;
- программу государственной итоговой аттестации;
- оценочные материалы для промежуточной аттестации

-контрольно-измерительные материалы для государственной итоговой аттестации обучающихся;

- рабочую программу воспитания и календарный план воспитательной работы

-методические материалы, обеспечивающие реализацию программы подготовки специалистов среднего звена по специальности.

Образовательная программа ежегодно обновляется в части содержания учебных планов, состава и содержания рабочих программ дисциплин, программ практик, методических материалов.

Образовательная программа реализуется в совместной образовательной и воспитательной деятельности обучающихся и работников института.

Получение среднего профессионального образования на базе основного общего образования осуществляется с одновременным получением среднего общего образования в пределах ППСЗ по специальности.

Реализация ОП по специальности осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Цель образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама – создание, поддержание и ежегодное обновление условий, обеспечивающих качественную подготовку бухгалтеров в соответствии с требованиями современного рынка труда, запросов работодателей, с учетом особенностей развития региона, современной науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы, а также требований соответствующих профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации.

В области обучения, целью образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама является: подготовка специалиста, обладающего профессиональными и общими компетенциями, позволяющими эффективно адаптироваться на современном рынке труда, способного к саморазвитию и самообразованию, к выстраиванию собственной траектории карьерного роста, и способного успешно работать в подразделениях (службах) предприятий и организаций различных отраслей и форм собственности.

В области воспитания, целью образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама, является формирование общих компетенций и социально-личностных качеств, обучающихся: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникабельности, толерантности, умений работать в коллективе.

Образовательная программа по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама ориентирована на реализацию следующих задач:

-обеспечение практикоориентированной подготовки обучающихся;

-формирование личности, обладающей современным цивилизованным подходом к окружающей действительности, владеющей важнейшими элементами духовной и социальной культуры, характеризующимися гуманным, высоконравственным отношением к людям и ценностям окружающего мира;

-формирование у обучающихся потребности к постоянному развитию и инновационной деятельности в профессиональной сфере, в том числе и к продолжению образования по программам высшего образования;

-формирование готовности принимать решения и профессионально действовать в нестандартных ситуациях.

В Краснодарском кооперативном институте (филиале) Российского университета кооперации осуществляется подготовка специалистов среднего звена на базе основного общего образования с реализацией в пределах ППССЗ федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, в том числе с учетом профиля получаемого профессионального образования.

В соответствии Рекомендациями по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой специальности среднего профессионального образования (Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 14 апреля 2021 № 05-401) определен профиль получаемого профессионального образования – социально-экономический.

Подготовка специалистов по данной образовательной программе осуществляется в очной форме обучения.

Срок освоения ППССЗ по специальности в очной форме обучения для лиц, обучающихся на базе основного общего образования, увеличен на 52 недели, из расчета:

теоретическое обучение	40 недель
(при обязательной учебной нагрузке 36 часов в неделю)	
промежуточная аттестация	1 неделя
каникулы	11 недель

Срок получения среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама в очной форме обучения приводится в Таблице 1.

Таблица 1- Срок получения среднего профессионального образования по специальности

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	Срок получения СПО по ППССЗ в очной форме обучения
основное общее образование	2 года 10 месяцев

Общий срок получения среднего профессионального образования (программа подготовки специалистов среднего звена) по специальности

42.02.01 Реклама, направленность Реклама в очной форме обучения на базе основного общего образования составляет 147 недель или 2 года 10 месяцев (Таблица 2).

Таблица 2 - Общий срок получения среднего профессионального образования.

Структура ППССЗ	Бюджет времени на реализацию образовательных программ, недель		Итого по ППССЗ, недель
	Профессиональная подготовка	Получение среднего общего образования	
Обучение по циклам	50	40	90
Учебная практика	5	X	5
Производственная практика	12		12
Производственная практика (по профилю специальности)	4	X	4
Промежуточная аттестация	5	1	6
Каникулярное время	13	11	24
Государственная итоговая аттестация	6	X	6
Всего:	95	52	147

Объем программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама на базе основного общего образования представлен в таблице 3.

Таблица 3 - Структура и объем программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама на базе основного общего образования

Структура программы	Всего общий объем, час
Обязательная часть циклов ППССЗ	1908
Вариативная часть циклов ППССЗ	828
Всего, часов обучения по циклам ППССЗ	2736
Общеобразовательный учебный цикл	1476
Государственная итоговая аттестация	216
Итого ППССЗ на базе основного общего образования	4428

В соответствии с приказом Министерства просвещения России от 14 июля 2023 года № 534 «Об утверждении перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение» и федеральным государственным образовательным стандартом по специальности, при освоении программы подготовки специалистов среднего

звена по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама, выпускнику присваивается квалификация –специалист по рекламе.

Учебный план образовательной программы разработан на основе ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама, с учетом федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, реализуемого в пределах ППССЗ.

Учебный план определяет следующие характеристики ППССЗ:

объемные параметры учебной нагрузки в целом, по годам обучения и по семестрам;

перечень учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей и их составных элементов (междисциплинарных курсов, учебной и производственной практик);

последовательность изучения учебных предметов, дисциплин и профессиональных модулей;

распределение по годам обучения и семестрам различных форм промежуточной аттестации по учебным дисциплинам, профессиональным модулям (и их составляющим междисциплинарным курсам, учебной и производственной практике);

объемы учебной нагрузки по видам учебных занятий, по учебным предметам, дисциплинам, профессиональным модулям и их составляющим;

сроки прохождения и продолжительность преддипломной практики;

объемы времени, отведенные на дипломной работы, демонстрационного экзамена в рамках государственной итоговой аттестации;

продолжительность каникул по годам обучения.

Учебный год начинается 1 сентября и заканчивается согласно календарному учебному графику на учебный год.

Образовательный процесс включает в себя: обязательные аудиторные и практические занятия, в том числе в форме практической подготовки, практики, экзаменационные сессии, государственную итоговую аттестацию, каникулы. Учебный год делится на семестры, которые завершаются экзаменационными сессиями. Учебные занятия группируются парами, академический час для всех видов аудиторных занятий устанавливается продолжительностью 45 минут.

Программа подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама, направленность Реклама имеет следующую структуру:

- общеобразовательный цикл;
- социально- гуманитарный цикл
- общепрофессиональный цикл
- профессиональный цикл;
- государственная итоговая аттестация.

Общеобразовательный цикл состоит из учебных предметов, социально - гуманитарный, общепрофессиональный циклы состоят из дисциплин.

Профессиональный цикл состоит из профессиональных модулей в соответствии с видами деятельности. В состав профессионального модуля

входит один или несколько междисциплинарных курсов (МДК). При освоении обучающимися профессиональных модулей проводится учебная и производственная практика.

Обязательная часть социально-гуманитарного цикла предусматривает изучение следующих дисциплин: «История России», «Иностранный язык в профессиональной деятельности», «Физическая культура», «Основы финансовой грамотности», «Основы бережливого производства».

Обязательная часть общепрофессионального цикла предусматривает изучение следующих дисциплин: «Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «История экранных искусств», «Рекламная деятельность», «Психология рекламы», Русский язык и культура речи». Освоение общепрофессионального цикла ППССЗ предусматривает изучение дисциплины «Безопасность жизнедеятельности». Объем часов на дисциплину «Безопасность жизнедеятельности» составляет 68 часов, из них на освоение основ военной службы выделено 48 часов от общего объема времени, отведенного на указанную дисциплину.

В период обучения с юношами проводятся учебные сборы.

Дисциплина «Физическая культура» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС СПО, объем часов составляет 110 часов. Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения дисциплин с учетом состояния здоровья.

При возникновении необходимости введения адаптационного курса для коррекции нарушения развития и социальной адаптации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья филиалом разработаны и внесены в вариативную часть учебного плана адаптационные дисциплины: «Адаптивные информационные технологии в профессиональной деятельности»; «Социальная адаптация и основы социально-правовых и экономических знаний».

Общий объем образовательной программы в академических часах при очной форме обучения составляет 36 часов в неделю.

Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем предусматривает следующие виды учебных занятий урок, лекция, практическое занятие, лабораторное занятие, консультации; учебная и производственная практики. Выполнение курсовой работы (курсового проекта) предусмотрено за счет практических занятий и входит в объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем. Практические, лабораторные занятия по дисциплинам, междисциплинарным курсам, практики проводятся в том числе в форме практической подготовки.

Самостоятельная работа предусматривает выполнение практических заданий, изучение учебной и дополнительной литературы, подготовки докладов, конспектов, сообщений и рефератов, проектов и т.п., предусмотренных рабочими программами дисциплин (модулей).

Обязательная часть ППССЗ составляет не более 70 % от общего объема времени, отведенного на ее освоение. Вариативная часть ППССЗ по учебным циклам составляет не менее 30% от общего объема времени, отведенного на освоение ППССЗ.

В целях расширения и углубления подготовки, определяемой содержанием обязательной части ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама, получения дополнительных умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника на региональном рынке труда, а также создания возможностей для дальнейшего продолжения образования по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, объем времени, отведенный на вариативную часть циклов ППССЗ направлен на:

- увеличение объема времени, отведенного на дисциплины и модули обязательной части ППССЗ;

- введение новых дисциплин в структуру программы подготовки специалистов среднего звена по специальности с включением в соответствующий содержанию дисциплины (МДК) цикл ППССЗ,

Таблица 4 – Перечень дисциплин, междисциплинарных курсов, введенных в ППССЗ из вариативной части циклов ФГОС СПО

Индекс	Наименование дисциплины, МДК
Общепрофессиональный цикл	
ОПЦ 07	Основы экономики, менеджмента и маркетинга
ОПЦ 08	Экономика организации
ОПЦ 09	Основы цифровой грамотности
ОПЦ 10	Правовое обеспечение рекламной деятельности
ОПЦ 11	История изобразительного искусства

Структура и трудоемкость программы подготовки специалистов среднего звена по специальности представлена в таблице 5.

Таблица 5. Структура и объем образовательной программы – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама

Структура образовательной программы	Объем образовательной программы в академических часах
Общеобразовательная подготовка	1476
Дисциплины(модули)	не менее 1476
Практики	не менее 432
Государственная итоговая аттестация	216
На базе основного общего образования, включая получение среднего общего образования в соответствии с	4428

требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования	
---	--

Общеобразовательный учебный цикл ППССЗ сформирован в соответствии с Рекомендациями по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой профессии или специальности среднего профессионального образования (Приказ министерства просвещения Российской Федерации от 01.02.2024 №62).

Учебное время, отведенное на теоретическое обучение (1476 часов), распределено на изучение обязательных учебных предметов, учебных предметов профиля обучения и дополнительные учебные предметы. При этом на учебный предмет «Основы безопасности и защиты Родины» отводится 70 часов (приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 20 августа 2008 года № 241).

В первый год обучения обучающиеся получают общеобразовательную подготовку, направленную на достижение личностных, метапредметных и предметных результатов освоения.

В учебном плане предусмотрено выполнение индивидуального проекта, как особой формы образовательной деятельности обучающихся, в рамках профильной учебной дисциплины. Результатом работы является разработанный проект (информационный, творческий, социальный, прикладной, инновационный, конструкторский), который выносится на защиту.

Умения и знания, полученные обучающимися, при освоении дисциплин общеобразовательного цикла, углубляются и расширяются в процессе изучения дисциплин общепрофессионального цикла, а также отдельных МДК профессионального цикла ООП - ППССЗ.

Учебный план специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама представлен в приложении 1.

Календарный учебный график устанавливает, с учетом реализации в пределах ППССЗ федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, последовательность и продолжительность реализации ППССЗ 42.02.01 Реклама, направленность Реклама по периодам осуществления видов учебной деятельности, включая обучение по циклам и практикам, промежуточную и государственную итоговую аттестации, каникулы. Календарный учебный график представлен в приложении 2.

В состав программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама входят:

рабочие программы учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей, учебной и производственной практики (в том числе преддипломной), программы воспитания.

Рабочие программы учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей составлены педагогическими работниками кафедр филиала в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

Рабочие программы учебных предметов общеобразовательного цикла составлены в соответствии с требованиями ФГОС СОО.

Рабочие программы дисциплин и профессиональных модулей ППССЗ составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

Практическая подготовка является важной составной частью процесса подготовки специалиста среднего звена и ориентирована на профессиональную подготовку обучающихся, включая формирование общих и профессиональных компетенций. Объем часов по образовательной программе в форме практической подготовки представлен в приложении 3.

Практики базируются на знаниях и умениях обучающихся, приобретенных в процессе изучения учебных дисциплин и междисциплинарных курсов (обязательной и вариативной части).

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

В Филиале реализуется подход непрерывной практической подготовки обучающихся в соответствии с Положением о практической подготовке обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования-программы подготовки специалистов среднего звена, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации от 05 августа 2020 года № 885/390 «О практической подготовке обучающихся».

При реализации ППССЗ предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная. Учебная и производственная практика проводятся в рамках профессиональных модулей в целях освоения обучающимися профессиональных компетенций, соответствующих видам профессиональной деятельности специалиста по информационным системам. Учебные практики по соответствующим профессиональным модулям проводятся преподавателями на учебной базе практики кафедры менеджмента и торгового дела.

Производственная практика проводится концентрированно в несколько периодов в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Производственная практика (по профилю специальности) реализуется после освоения ППССЗ в организациях различных организационно - правовых форм собственности на основе прямых договоров и является завершающим этапом обучения. Производственная практика (по профилю специальности)

проводится с целью проверки профессиональной готовности будущего специалиста к самостоятельной трудовой деятельности и сбора материала к составлению дипломной работы.

Промежуточная аттестация по всем видам практик проводится с учетом и на основании результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций в форме дифференцированного зачета с защитой письменного отчета о прохождении практики.

При организации практической подготовки профильные организации создают условия для реализации компонентов образовательной программы, предоставляют оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся.

Прохождение производственных практик осуществляется на основе либо долгосрочных договоров между Филиалом и соответствующих профильных организаций

В состав программы подготовки специалистов среднего звена по специальности входят программы учебной и производственной практики, в том числе производственной практики (преддипломной), каждая из которых составлена в соответствии с ФГОС СПО.

Образовательная программа специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, направленность Реклама разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от № 552 от 21.07.2023г.,

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

Перечень профессий рабочих, должностей служащих, осваиваемых в рамках программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама:

Код в соответствии с приказом Министерства просвещения России от 14 июля 2023 года № 534 «Об утверждении перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение»	Наименование профессий рабочих, должностей служащих
20032	Агент рекламный

3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

3.1 Область профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности, в которой выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен быть готов к выполнению основных видов деятельности, предусмотренных ФГОС СПО:

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.

Соответствие основных видов деятельности, профессиональных модулей присваиваемой квалификации Специалист по рекламе

Наименование основных видов деятельности	Наименование профессиональных модулей	Квалификация
		Специалист по рекламе
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	осваивается
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	осваивается
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	осваивается
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и	осваивается

носителях	творческих материалов на основных рекламных носителях	
-----------	---	--

3.2 Профессиональные стандарты

Перечень профессиональных стандартов, учитываемых при разработке образовательной программы:

№	Код и Наименование ПС	Реквизиты утверждения	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ
1	11.010 «Фотограф»	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014 г. № 1077н	А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	А/01.4 Фиксация изображения фотографической аппаратурой
				А/02.4 Организация схемы освещения для создания фотоизображения
				А/03.4 Композиционное построение фотокадра
				А/04.4 Простая цифровая ретушь, цветокоррекция
				А/05.4 Воспроизведение фотоизображения
			В Создание фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	В/01.5 Фиксация фотоизображения с использованием специальных технических средств
				В/02.5 Организация сложной схемы освещения при создании фотоизображения
				В/03.5 Композиционное решение фотокадра
			С Обработка фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	С/01.5 Выполнение цветокоррекции и сложной ретуши фотоизображения
				С/02.5 Специальная обработка фотоизображения и использование специальных эффектов
				С/03.5 Систематизация и архивирование фотоизображений

2	11.013 «Графический дизайнер»	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017 г. № 40н	А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
				А/02.5 Проверка соответствия оригиналу изготовленных в производстве элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
3	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. N 95н	А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	А/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта
				А/02.4 Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем
				А/03.4 Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
			В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения
				В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы
				В/03.4 Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт
			С Проведение подготовительных работ для	С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной

			продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	сети «Интернет» для продвижения веб-сайта
				С/02.4 Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
				С/03.4 Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
			D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	D/01.5 Проведение аудита веб-сайта
				D/02.5 Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
				D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения
				D/04.5 Организация коррекции ошибок в работе веб-сайта
				D/05. Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и анализ поведения посетителей веб-сайта
				D/06.5 Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
			E Реализация контекстно-медийной	E/01.5 Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению,

			стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	анализ веб-сайтов конкурентов
				Е/02.5Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании
				Е/03.5Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
				Е/04.5Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
			F Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	F/01.5Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
				F/02.5Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация
				F/03.5Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
				F/04.5Составление отчетов по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

			G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	G/01.5Проведение аналитических работ по изучению конкурентов
				G/02.5Разработка стратегии продвижения в социальных медиа
				G/03.5Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа
				G/04.5Привлечение пользователей в интернет-сообщество
				G/05.5Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
				G/06.5Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1 Общие компетенции

Код	Наименование общих компетенций	Умения, знания
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; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).

		Знания: актуальных профессиональных и социальных контекстов, в которых приходится работать и жить; основных источников информации и ресурсов для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмов выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методов работы в профессиональной и смежных сферах; структуры плана для решения задач; порядка 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.
		Знания: номенклатуры информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемов структурирования информации; формата оформления результатов поиска информации.
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования.
		Знания: содержания актуальной нормативно-правовой документации; современной научной и профессиональной терминологии; возможных траекторий профессионального развития и самообразования.
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: психологических основ деятельности коллектива, психологических особенностей личности; основ проектной деятельности.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на	Умения: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.

	государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Знания: особенностей социального и культурного контекста; правил оформления документов и построения устных сообщений.
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.	Умения: проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.
		Знания: сущности гражданско-патриотической позиции, духовно-нравственных ценностей; значимости профессиональной деятельности по специальности; стандартов 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 профессии (специальности); эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
		Знания: правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основных ресурсов, задействованных в профессиональной деятельности; путей обеспечения ресурсосбережения; принципов бережливого производства; основных направлений изменения климатических условий региона.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания	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.

	необходимого уровня физической подготовленности.	Знания: роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основ здорового образа жизни; условий профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средств 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 объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. Знания: правил построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основных общеупотребительных глаголов (бытовая и профессиональная лексика); лексического минимума, относящегося к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенностей произношения; правил чтения текстов профессиональной направленности.

4.2. Профессиональные компетенции

Основные виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
ВД1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК.1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Практический опыт: 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; аудитории различных средств рекламы; форм и методов работы с аудиторией, мотивации труда; технологий воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК.1.2. Проводить анализ объема рынка	Практический опыт: 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 технологий изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК.1.3. Проводить анализ конкурентов	Практический опыт: 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: отраслевой терминологии; методики и инструментов для проведения маркетингового исследования; структуры и алгоритма проведения исследований и требования к ним; основ маркетинга.
	ПК.1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт: 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.
ВД2 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	Знания: принципов выбора каналов коммуникации; видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; важности учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; важности учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
		Практический опыт: 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; систем маркетинговых коммуникаций; видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; принципов выбора каналов коммуникации; аудитории различных средств рекламы; отраслевой терминологии; форм и методов работы с аудиторией, мотивации труда; технологий воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; принципов стратегического и оперативного планирования РК;

		видов запросов пользователей в поисковых системах интернета; особенностей размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; принципов функционирования современных социальных медиа; видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; важности учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; важности 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	Практический опыт: 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: важности учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; логики и структуры плана рекламной кампании; логики и структуры медиаплана; структуры брифа и требований к нему; важности определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
ВД 3 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Практический опыт: 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 Практический опыт: 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 функционирование сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК.
		Знания: возможностей Интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;

		видов сайтов, их возможностей и вариантов применения; требований к качественному функционированию сайтов; видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; отраслевой терминологии; важности учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуры брифа и требований к нему.
	ПК 3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Практический опыт: 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: отраслевой терминологии; важности учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; важности учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
--	--	--

ВД4 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	Практический опыт: 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: видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; отраслевой терминологии; требований к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологий воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленными задачами.
	ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях	Практический опыт: определения оригинальной идеи для рекламной кампании;

	тактического планирования рекламной коммуникационной компании	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: отраслевой терминологии; важности 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	Практический опыт: 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 функционирования 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: программного обеспечения, необходимого для макетирования рекламных носителей; возможностей Интернет- ресурсов для макетирования рекламных носителей; видов сайтов, их возможности и варианты применения; требований к качественному функционированию сайтов; технических средств создания визуального контента; видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; структуры брифа и требований к нему; важности учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важности учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требований к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологий воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	--	--

4.3. Матрица компетенций выпускника

Наименование вида деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Код профессионального стандарта	Код и наименование обобщенной трудовой функции	Код и наименование трудовой функции
ВД1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК.1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы ПК.1.2. Проводить анализ объема рынка ПК.1.3. Проводить анализ конкурентов ПК.1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	А/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта
ВД2 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 ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах		С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения веб-сайта С/02.4 Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ВД 3 Продвижение торговых марок,	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии			

брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	продвижения бренда в сети Интернет ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет ПК 3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях			икационной сети «Интернет» С/03.4Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ВД4 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 ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	11.013	А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации А/02.5 Проверка соответствия оригиналу изготовленных в производстве элементов объектов визуальной информации, идентификации и

	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	11.010	В Создание фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	коммуникации В/01.5 Фиксация фотоизображения с использованием специальных технических средств В/02.5 Организация сложной схемы освещения при создании фотоизображения В/03.5 Композиционное решение фотокадра
--	---	--------	--	--

5. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Рабочий учебный план (приложение 1)

Учебный план, утвержденный ректором Российского университета кооперации, определяет качественные и количественные характеристики ППСЗ, в том числе: объёмные параметры учебной нагрузки в целом, по годам обучения и по семестрам; перечень учебных дисциплин, профессиональных модулей и их составных элементов (междисциплинарных курсов, учебной и производственной практик); последовательность изучения учебных дисциплин и профессиональных модулей; виды учебных занятий; иные виды учебной деятельности обучающихся; распределение различных форм промежуточной аттестации по годам обучения и по семестрам; объёмные показатели подготовки и проведения государственной итоговой аттестации, проведение демонстрационного экзамена в структуре процедур государственной итоговой аттестации

5.2. Календарный учебный график (приложение 2)

Календарный учебный график ежегодно утверждается ректором Российского университета кооперации, отражает последовательность

реализации ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама, включая теоретическое обучение, практики, промежуточную и итоговую аттестации, каникулы.

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6.1 Требования к материально-техническому оснащению образовательной программы

Образовательная организация, реализующая программу по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама 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.

Необходимый для реализации образовательной программы перечень материально-технического обеспечения, включает в себя специальные помещения, которые представляют собой учебные аудитории, лаборатории, мастерские, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации, помещения для организации самостоятельной и воспитательной работы.

Реализации ОП СПО обеспечивается комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

лицензионное программное обеспечение для совместной работы с офисными документами

лицензионное программное обеспечение для работы с документами
лицензионное программное обеспечение для работы с документами в формате PDF.

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

6.2 Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы

Библиотечный фонд образовательной организации укомплектован печатными и (или) электронными учебными изданиями (включая учебники и учебные пособия) по каждой дисциплине (модулю) из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику;

В случае наличия электронной информационно-образовательной среды допускается замена печатного библиотечного фонда предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

Образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям), видам практики, видам государственной итоговой аттестации;

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

6.3 Требования к практической подготовке обучающихся

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.

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 специальности.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки: - реализуется при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования, всех видов практики и иных видов учебной деятельности; - предусматривает демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным; - может включать в себя отдельные лекции, семинары,

мастер-классы, которые предусматривают передачу обучающимся учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки может быть организована на любом курсе обучения, охватывая дисциплины, профессиональные модули, все виды практики, предусмотренные учебным планом образовательной программы.

Практическая подготовка организуется в учебных, учебно-производственных лабораториях, мастерских, учебных полигонах, учебных базах практики и иных структурных подразделениях, а также 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.

Результаты освоения образовательной программы (ее отдельных частей) могут быть оценены в рамках промежуточной и государственной итоговой аттестации.

6.4 Требования к организации воспитания обучающихся

Воспитание обучающихся при освоении ими основной образовательной программы осуществляется на основе включаемых в настоящую образовательную программу рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы (приложение 10).

В разработке рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы принимают участие советы обучающихся, советы родителей, представители работодателей и (или) их объединений (при их наличии).

6.5 Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

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 08 Финансы и экономика, и имеющими стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Квалификация педагогических работников образовательной организации отвечает квалификационным требованиям, указанным в Едином квалификационном

справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих (далее - ЕКС), а также профессиональном стандарте (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 08 Финансы и экономика не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций., а также в других областях профессиональной деятельности, 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), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 08 Финансы и экономика, в общем числе педагогических работников, реализующих программы профессиональных модулей образовательной программы, должна быть не менее 25 процентов.

7. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Организация образовательного процесса лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется в соответствии со статьей 79 «Организация получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья федеральным» федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. ФЗ-273; Приказом Министерства просвещения РФ от 24 августа 2022 г. № 762 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования";

Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от от 1 октября 2024 г. N 518 «Об утверждении методических рекомендаций по подбору рекомендуемых видов трудовой и профессиональной деятельности инвалидам с учетом нарушенных функций организма и ограничений их жизнедеятельности»; Приказом Министерства образования и науки РФ № 1309 от 09.11.2015 г. «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи»; Методическими рекомендациями по внедрению единых требований к наличию специалистов, обеспечивающих комплексное сопровождение образовательного процесса обучающихся с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья при получении среднего профессионального

образования и профессионального обучения (Письмо Министерства просвещения РФ от 2 марта 2022 г. N 05-249 "О направлении методических рекомендаций")

В университете создаются специальные условия для получения среднего профессионального образования лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам.

Создание безбарьерной среды в университете направлено на потребности следующих категорий, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья: с нарушениями зрения, с нарушениями слуха, с ограничением двигательных функций.

Во время проведения занятий, осуществления текущего контроля промежуточной аттестации и государственной итоговой аттестации в группах, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, используется звукоусиливающая аппаратура, мультимедийные и другие средства для повышения уровня восприятия учебной информации обучающимися с различными нарушениями здоровья.

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся, а также с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы.

Места прохождения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяются с учетом состояния их здоровья и требований по доступности.

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

Адаптация настоящей ППССЗ проводится в целях обеспечения права инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на получение среднего профессионального образования.

Инвалид, указавший в заявлении при поступлении о желании обучаться по адаптированной образовательной программе, должен предъявить индивидуальную программу реабилитации или абилитации (ИПРА) инвалида с рекомендацией об обучении по данной специальности, содержащую информацию о необходимых специальных условиях обучения, а также сведения относительно рекомендованных условий и видов труда.

Лицо с ОВЗ, указавшее в заявлении при поступлении о желании обучаться по адаптированной образовательной программе, должно предъявить заключение психолого-медико-педагогической комиссии с рекомендацией об обучении по данной специальности, содержащее информацию о необходимых специальных условиях обучения.

По личному заявлению поступившего на обучение по ППССЗ СПО инвалида, лица с ОВЗ, возможно его обучение по индивидуальному учебному плану.

При необходимости (обоснованной на основании рекомендаций социальной экспертизы или психолого-медико педагогической комиссии), срок получения образования может быть увеличен не более чем на 1 год по сравнению с указанным в разделе 1 настоящей ППССЗ.

При обучении инвалида, лица с ОВЗ по адаптивной образовательной программе, в учебный план включается адаптационная дисциплина.

Для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ образовательной организацией установлен особый порядок освоения дисциплины СГЦ.04 «Физическая культура» с учетом состояния их здоровья – занятие в общей группе, но выполнение заданий, учитывающих тип и степень нарушения здоровья обучающегося.

Оснащение учебных аудиторий должно отвечать особым образовательным потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Учебные аудитории должны быть оснащены оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с различными видами ограничений здоровья. Учебная аудитория, в котором обучаются лица с нарушением слуха, должна быть оборудована индукционными системами (индукционными петлями).

Для слабовидящих обучающихся в учебной аудитории предусматривается наличие компьютерной техники для просмотра учебной информации при помощи видео-увеличителей, использование клавиатуры со шрифтом Брайля.

Для обучающихся с нарушением опорно-двигательного аппарата учебная аудитория должна быть оборудована адаптивными партами с регулировкой высоты.

Вышеуказанное оснащение устанавливается в учебных аудиториях при наличии обучающихся по адаптированной образовательной программе с учетом имеющегося типа нарушений здоровья у обучающегося.

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Организация практики обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ Форма проведения учебной и производственной практики для обучающихся по адаптированной образовательной программе устанавливается с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ. При определении мест прохождения практической подготовки для данной категории обучающихся необходимо учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащейся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практической подготовки инвалидами создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений их жизнедеятельности в соответствии с требованиями, утвержденными приказом Министерства труда России от 19.11.2013 г. № 685н.

8. ФОРМИРОВАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Освоение образовательной программы завершается государственной итоговой (итоговой) аттестацией, которая проводится в форме, установленной ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, направленность Реклама в форме демонстрационного экзамена для выпускников, осваивающих программы подготовки специалистов среднего звена.

Выпускники, освоившие программы подготовки специалистов среднего звена, сдают демонстрационный экзамен.

8.1 Демонстрационный экзамен

Демонстрационный экзамен проводится профильного уровня на основе требований к результатам освоения образовательных программ среднего профессионального образования, установленных ФГОС СПО.

Демонстрационный экзамен проводится с использованием единых контрольно-измерительных материалов, включающих в себя конкретные комплекты оценочной документации, варианты заданий и критерии оценивания, разрабатываемых ФГБОУ ДПО «Институт развития профессионального образования», осуществляющим организационно-техническое и информационное обеспечение прохождения выпускниками ГИА в форме демонстрационного экзамена, по профессии, специальности среднего профессионального образования, отдельному виду деятельности.

Комплект оценочной документации включает комплекс требований для проведения демонстрационного экзамена, перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания, план застройки площадки демонстрационного экзамена, требования к составу экспертных групп, инструкции по технике безопасности, а также образцы заданий, которые включает комплексную практическую задачу, моделирующую профессиональную деятельность и выполняемую в режиме реального времени.

Комплекты оценочной документации для проведения демонстрационного экзамена профильного уровня разрабатываются ФГБОУ ДПО «Институт развития профессионального образования» с участием организаций-партнеров, отраслевых и профессиональных сообществ.

Уровни демонстрационного экзамена, конкретные комплекты оценочной документации, выбранные образовательной организацией, исходя из содержания реализуемой образовательной программы, из размещенных на официальном сайте ФГБОУ ДПО «Институт развития профессионального образования» в сети "Интернет" единых оценочных материалов, включаются в программу ГИА.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Изменения в образовательную программу рассмотрены и одобрены
на заседании Научно-методического совета Университета «_____» _____
20____ г. протокол № _____, Ученого совета Университета «_____» _____
20____ г. протокол № _____

Изменения в образовательную программу рассмотрены и одобрены
на заседании Научно-методического совета Университета «_____» _____
20____ г. протокол № _____, Ученого совета Университета «_____» _____
20____ г. протокол № _____

Изменения в образовательную программу рассмотрены и одобрены
на заседании Научно-методического совета Университета «_____» _____
20____ г. протокол № _____, Ученого совета Университета «_____» _____
20____ г. протокол № _____

Специальность 42.02.01 Реклама, направленность Реклама		
Квалификация: Специалист по рекламе		
Индекс	Наименование дисциплин, междисциплинарных курсов, практик	Объем часов в форме практической подготовки
ОПЦ.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	<u>32</u>
		<u>38</u>
ОПЦ.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	<u>60</u>
ОПЦ.03	История экранных искусств	<u>12</u>
ОПЦ.04	Рекламная деятельность	<u>38</u>
ОПЦ.05	Психология рекламы	<u>16</u>
ОПЦ.06	Русский язык и культура речи	<u>32</u>
ОПЦ.07	Основы экономики, менеджмента и маркетинга	<u>32</u>
ОПЦ.08	Экономика организации	<u>4</u>
ОПЦ.09	Основы цифровой грамотности	<u>10</u>
ОПЦ.10	Правовое обеспечение рекламной деятельности	<u>20</u>
ОПЦ.11	История изобразительного искусства	<u>22</u>
МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	<u>38</u>
МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<u>20</u>
ПМ.01.ЭК	Экзамен по модулю	-
МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<u>38</u>
МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<u>38</u>
ПМ.02.ЭК	Экзамен по модулю	-
МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	<u>48</u>
МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	<u>48</u>
ПМ.03.ЭК	Экзамен по модулю	-
МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	<u>30</u>
МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	<u>36</u>
ПМ.04.ЭК	Экзамен по модулю	-
МДК.05.01	Размещение и сопровождение заказа (20032 Агент рекламный)	<u>18</u>
ПМ.05.КЭ	Квалификационный экзамен	-

УП.01	Учебная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)	<u>36</u>
УП.02	Учебная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)	<u>36</u>
УП.03	Учебная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)	<u>36</u>
УП.04	Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)	<u>36</u>
УП.05	Учебная практика (Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный))	<u>36</u>
ПП.01	Производственная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)	<u>36</u>
ПП.02	Производственная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)	<u>36</u>
ПП.03	Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)	<u>72</u>
ПП.04	Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)	<u>72</u>
ПП.05	Производственная практика (Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный))	<u>72</u>
ППП	Производственная практика по профилю специальности	<u>144</u>