

Министерство образования и науки Пермского края
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Пермский колледж предпринимательства и сервиса»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ «ПКПС»

А.Г. Ложкин

«15» июня 2024 г.

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

Образовательная программа
подготовки специалистов среднего звена

Специальность
42.02.01 РЕКЛАМА

Квалификация выпускника
Специалист по рекламе

2024 год

Основная образовательная программа по специальности среднего профессионального образования (далее – ОПОП СПО) разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 N 552.

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

Содержание

	стр
Раздел 1. Общие положения	4
Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы	5
Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника	5
Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы	6
4.1. Общие компетенции	6
4.2. Профессиональные компетенции	9
Раздел 5. Структура образовательной программы	16
5.1. Учебный план	16
5.2 Календарный учебный график	16
5.3. Рабочая программа воспитания	17
5.4. Календарный план воспитательной работы	17
Раздел 6. Условия реализации образовательной программы	17
6.1. Требования к материально-техническому обеспечению образовательной программы	17
6.2. Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы	20
6.3. Требования к практической подготовке обучающихся	20
6.4. Требования к организации воспитания обучающихся	21
6.5. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы	21
6.6. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы	22
Раздел 7. Формирование оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации	22
ПРИЛОЖЕНИЯ	
Приложение 1. Учебный план по	
Приложение 2 Календарный учебный график	
Приложение 3 Рабочая программа воспитания	
Приложение 4 Календарный план воспитательной работы	
Приложение 5 Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей	
Приложение 6 Оценочные материалы для государственной итоговой аттестации	

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящая основная профессиональная образовательная программа (далее - ОПОП) по специальности среднего профессионального образования разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 N 552 (далее - ФГОС СПО).

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

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

Образовательная программа, реализуемая на базе основного общего образования, разрабатывается образовательной организацией на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и ФГОС СПО с учетом получаемой специальности и примерной ОПОП СПО.

1.2. Нормативные основания для разработки ОПОП:

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

– Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 21.07.2023 N 552;

– 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 5августа 2020 г. «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»);

- Приказ Минпросвещения РФ от 14.07.2023 N 534 "Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение".

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ООП:

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОК – общие компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ЛР – личностные результаты;

СГ – социально-гуманитарный цикл;

ОП – общепрофессиональный цикл;

П – профессиональный цикл;

МДК – междисциплинарный курс;

ПМ – профессиональный модуль;

ОП – общепрофессиональная дисциплина;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

ГИА – государственная итоговая аттестация.

РАЗДЕЛ 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: «специалист по рекламе».

Формы обучения: очная.

Срок получения образования по образовательной программе, реализуемой на базе среднего общего образования по квалификации «специалист по рекламе» – 2 года 10 месяцев.

Объем образовательной программы, реализуемой на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования – 4428 академических часа.

РАЗДЕЛ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

3.1. Область профессиональной деятельности выпускников: организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются рекламные продукты:

–рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевые рекламы, реклама в полиграфии;

–рекламная компания;

–выставочная деятельность;

–технологические процессы изготовления рекламного продукта;

–рекламные коммуникативные технологии;

–первичные трудовые коллективы.

3.2. Соответствие видов деятельности профессиональным модулям:

Наименование основных видов деятельности	Наименование профессиональных модулей
ВД.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ВД.02 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
ВД. 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникации	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникации
ВД.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ВД.05 Освоение профессии рабочего, должности служащего (одной или несколько) в соответствии с перечнем профессий	ПМ.04 Выполнение работ по профессии рабочего, должности служащего -20032 Агент рекламный

РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Общие компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Знания, умения
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	<p>Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p>Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p>Умения: определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p> <p>Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в</p>

		<p>профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p>
ОК 03.	<p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p>	<p>Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования</p> <p>Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты</p>
ОК 04	<p>Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>	<p>Умения: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <p>Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности</p>
ОК 05.	<p>Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>Умения: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p> <p>Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 06.	<p>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</p>	<p>Умения: описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения</p> <p>Знания: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</p>

ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	<p>Умения: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона</p> <p>Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности, пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства; основные направления изменения климатических условий региона</p>
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	<p>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</p> <p>Знания: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения</p>
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<p>Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p> <p>Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности</p>

4.2. Профессиональные компетенции

Виды деятельности и	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
ВД.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	<p>Практический опыт: выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.</p> <p>уметь: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании</p> <p>знать: - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.</p>
	ПК.1.2. Проводить анализа объема рынка	<p>Практический опыт: - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования</p> <p>Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка.</p> <p>Знания: - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития..</p>
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	<p>Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.</p> <p>Умения: - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.</p> <p>Знания: - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового</p>

		<p>исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга
	<p>ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - планирования системы маркетинговых коммуникаций - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - преобразования требования заказчика в бриф <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципов выбора каналов коммуникации - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
<p>ВД.02 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>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования системы маркетинговых коммуникаций <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК;

		<ul style="list-style-type: none"> - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	<p>ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать 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. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
<p>ВД.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникацион</p>	<p>ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в

ных технологий		<p>сети Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	<p>ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему
	<p>ПК 3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;

		<ul style="list-style-type: none"> - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
<p>ВД.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>	<p>ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;

		<ul style="list-style-type: none"> - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании		<p>Практический опыт: -определения оригинальной идеи для рекламной кампании;</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет		<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - 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;

		<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
<p>ВД.05 Выполнение работ по профессии рабочего, должности служащего - 20032 Агент рекламный</p>	<p>ПК 1.1. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг. ПК 1.2. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком. ПК 1.3. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг. ПК 1.4. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений. ПК 1.5. Использовать современные информационные и</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей - составлять и представлять в установленные сроки отчетность - принимать участие в реализации перспективных планов подготовки и размещения рекламы с учетом характера спроса <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнять комплекса мер, направленных на содействие их реализации или достижение других маркетинговых задач; - заключает договоры или соглашения между доверителем и посредником; - осуществлять работу по популяризации предприятия-изготовителя; - принимать участие в реализации перспективных планов подготовки и размещения рекламы с учетом характера спроса; - устанавливать связь со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы <p>Знания:</p>

	<p>коммуникационные средства продвижения рекламы, и обработки текстовой информации. создания и обработки изображений ПК 1.6. Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы</p>	<p>нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся торговой деятельности; законодательство о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; перспективы развития отрасли, предприятия, учреждения, организации, производящих рекламируемую продукцию и оказывающих услуги; номенклатуру и ассортимент выпускаемой продукции и выполняемых услуг, основные их характеристики; требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам; действующие ценники и прейскуранты; основы организации связи со средствами массовой информации, приемы и методы делового общения и ведения переговоров; основы психологии; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда.</p>
--	--	--

РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Учебный план (Приложение 1)

В учебном плане отображается перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных дисциплин (УД), профессиональных модулей (ПМ), учебной, производственной практик, обеспечивающих формирование компетенций и формы промежуточной аттестации обучающихся. Определены часы на самостоятельную работу, курсовую работу

Вариативная часть распределяется на увеличение объема времени на дисциплины, модули обязательной части и на введение новых дисциплин в соответствии с потребностями работодателей и спецификой деятельности Колледжа.

В рамках вида деятельности: Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих предусмотрено освоение программы профессионального обучения по профессии рабочего, должности служащего, завершающееся сдачей квалификационного экзамена. По результатам освоения профессионального модуля обучающийся получает свидетельство о профессии рабочего, должности служащего.

5.2. Календарный учебный график (Приложение 2)

Календарный график учебного процесса определяет последовательность и чередование обучения, аттестации и каникулярного времени студентов

5.3. Рабочая программа воспитания (Приложение 3)

Цель программы – создание условий, способствующих социализации и формированию гармоничной личности, на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей, адаптированных к современным (меняющимся) условиям жизни, через реализацию позитивного социального, культурного, экономического потенциала всех участников образовательного процесса

Задачи программы

- создавать условия для воспитания профессионала с качественной системой ценностных ориентаций, формирования общих, профессиональных и специально-профессиональных компетенций;

- способствовать развитию личности обучающегося, его познавательных интересов, творческих способностей, нравственных, духовных, культурных ценностей и потребностей;

- создавать условия для воспитания патриотично настроенной молодежи с независимым мышлением, обладающей созидательным мировоззрением, демонстрирующей высокую культуру, в том числе культуру межнационального общения, способной принимать самостоятельные решения, нацеленные на повышение благосостояния страны, народа и своей семьи;

- создавать условия для физического развития молодежи, сохранения и укрепления здоровья студентов, формирования экологической культуры, ценностей здорового образа жизни, ответственного отношения к своему здоровью и навыков здорового образа жизни, повышения уровня культуры безопасности жизнедеятельности;

- обеспечить профилактику асоциального поведения у обучающихся колледжа;

- создавать условия, способствующие самоопределению, самореализации и личностному росту обучающихся в творческой и профессиональной сфере, формированию активной гражданской активности, социальных навыков поведения и установок на самостоятельное принятие общественно значимых решений.

5.4. Календарный план воспитательной работы (Приложение 4)

Календарный план воспитательной работы представлен в приложении.

РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6.1. Требования к материально-техническому обеспечению образовательной программы

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

Перечень специальных помещений

Кабинеты:

социально-гуманитарных дисциплин;

иностранного языка;

математики;

информационных систем в профессиональной деятельности;

Основ композиции в рекламе

Рисунка и живописи в рекламе

Основы финансовой грамотности

Основ бережливого производства

Психологии в рекламе

Маркетинговых исследований

Дизайна и макетирования рекламной продукции

Брендинга и бренд менеджмента

Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний

Лаборатории:

Информационных технологий

Цифровых коммуникационных технологий

Компьютерной графики

Видеостудия

Фотостудия

Спортивный зал

Залы:

библиотека, читальный зал с выходом в интернет;

актовый зал.

6.1.2. Материально-техническое оснащение кабинетов, лабораторий, мастерских и баз практики по специальности.

Образовательная организация, реализующая программу по специальности 42.02.01 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.

6.1.2.1 Минимально необходимый для реализации ОПОП перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

N п/п	Наименование предмета, дисциплины, цикла, модуля в соответствии с учебным планом образовательной программы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования, обеспечивающего реализацию образовательной программы в соответствии с государственными и местными нормами и требованиями, в том числе в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов, федеральными государственными требованиями	Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта)
1	2	3	4
1.	СГ.01 История России, СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности СГ.05 Основы финансовой грамотности СГ.06 Основы бережливого производства ОП.04 Рекламная деятельность ОП.05 Психология рекламы	<u>Социально-гуманитарных дисциплин</u> рабочее место преподавателя, ученическая мебель (в соответствии с численностью учебной группы), учебная доска, мебель для размещения и хранения учебной литературы и наглядного материала, персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиапроектор, экран. Консультант +, Подключение к сети Интернет	614002, г. Пермь, ул. Чернышевского, 11 Кабинет 215
2.	ОП.02 Безопасность жизнедеятельности	<u>Безопасности жизнедеятельности</u> средства индивидуальной защиты органов дыхания и кожи, макеты оружия и боеприпасов, средства мультимедиа, первичные средства пожаротушения, приборы дозиметрического контроля, шкафы, стенды, стеллажи, комплект плакатов, макеты защитных сооружений, технические средства обучения: персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиапроектор, экран. Подключение к сети Интернет	614002, г. Пермь, ул. Чернышевского, 11 Кабинет 307А

3.			614002, г. Пермь, ул. Чернышевского, 11 Кабинет 307А
5.	ОП.07 Физическая культура	<u>Спортивный зал</u> Спортивный инвентарь	614002, г. Пермь, ул. Чернышевского, 11 Кабинет 104
	МДК.03.01 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях ПМ.05 Выполнение работ по профессии рабочего, должности служащего - 20032 Агент рекламный	<u>Дизайна и макетирования рекламной продукции</u> рабочее место преподавателя, ученическая мебель (в соответствие с численностью учебной группы), доска, шкафы для хранения учебных материалов по дисциплине; персональные компьютеры с установленным MSOffice, AdobeIllustrator, мультмедиапроектор, экран, МФУ, ЭБС Юрайт. Подключение к сети Интернет компьютер; рабочие зоны с большими столами и удобными стульями; светонепроницаемые шторы - блэкаут на окнах; специальные коврики для резки макетов; инструменты (по видам профессиональной деятельности); крепёжная система для демонстрации работ; стеллажи для материалов и макетов	614002, г. Пермь, ул. Чернышевского, 11 Кабинет 104
	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Лаборатории: Информационных технологий Цифровых коммуникационных технологий Компьютерной графики Рабочее место преподавателя: персональный компьютер – рабочее место с лицензионным программным обеспечением, комплект оборудования для подключения к сети «Интернет». Рабочие места обучающихся: компьютер в сборе с монитором, п с установленным MSOffice, AdobeIllustrator, мультмедиапроектор, экран, МФУ, ЭБС Юрайт. компьютерная мышь, графический планшет, компьютерный стол, стул, сетевой удлинитель, корзина для мусора, коврик для резки	614002, г. Пермь, ул. Чернышевского, 11 Кабинет 104
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы	Читальный зал с выходом в сеть Интернет, посадочные места для обучающихся, учебная доска, персональные компьютеры с установленным программным обеспечением Microsoft Office, СПС КонсультантПлюс и доступом в МФУ, ЭБС Юрайт	614002, г. Пермь, ул. Чернышевского, 11 Кабинет 104А

6.1.2.2 Оснащение баз практик

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в мастерских профессиональной образовательной организации и (или) в организациях отраслевого профиля, оснащенных оборудованием, инструментами, расходными материалами, обеспечивающими выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, в том числе оборудования и инструментов, используемых при проведении чемпионатов профессионального мастерства и указанных в инфраструктурных листах конкурсной документации по компетенции.

Производственная практика реализуется в организациях отраслевого профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области легкой промышленности.

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

6.1.2.3 Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

6.2. Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы

6.2.1. Библиотечный фонд образовательной организации укомплектован печатными изданиями и (или) 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).

Наличие электронной информационно-образовательной среды предоставляет право одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

Обучающимся обеспечивается доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям), рабочие программы учебных дисциплин (модулей) определяют содержание, требования к результатам обучения и объем учебной нагрузки (Приложение 5).

6.2.2. 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

6.3.1. Практическая подготовка при реализации ОПОП СПО направлена на совершенствование модели практико-ориентированного обучения, усиление роли работодателей при подготовке 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.

6.3.2. Колледж самостоятельно проектирует реализацию образовательной программы и

ее отдельных частей (дисциплины, междисциплинарные модули, междисциплинарные курсы, профессиональные модули, практика и другие компоненты) совместно с работодателем (профильной организацией) в форме практической подготовки с учетом требований ФГОС СПО и специфики получаемой профессии/специальности.

6.3.3. Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

– реализуется на рабочем месте предприятия работодателя (профильной организации) 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.

6.3.4. Образовательная деятельность в форме практической подготовки организуется на всех курсах обучения, охватывая дисциплины, междисциплинарные модули, профессиональные модули, все виды практики, предусмотренные учебным планом образовательной программы.

6.3.5. Практическая подготовка организуется в учебных, учебно-производственных лабораториях, мастерских, учебно-опытных хозяйствах, учебных полигонах, учебных базах практики и иных структурных подразделениях образовательной организации, а также в специально оборудованных помещениях (рабочих местах) профильных организаций на основании договора о практической подготовке обучающихся, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией (работодателем), осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы.

6.3.6. Результаты освоения образовательной программы (ее отдельных частей) оцениваются в рамках промежуточной и государственной итоговой аттестации, организованных в форме демонстрационного экзамена, в том числе на рабочем месте работодателя (профильной организации).

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.

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

6.5. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

Реализация ОПОП СПО обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими квалификацию, стаж, опыт деятельности и дополнительное профессиональное образование в соответствии с требованиями ФГОС специальности.

6.6. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы

Расчеты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы осуществляются в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ среднего профессионального образования по профессиям (специальностям) и укрупненным группам профессий (специальностей) по реализации государственной социальной политики.

РАЗДЕЛ 7. ФОРМИРОВАНИЕ ФОНДОВ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

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. Выпускники, освоившие программы подготовки специалистов среднего звена, сдают ГИА в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы). Требования к содержанию, объему и структуре дипломной работы образовательная организация определяет самостоятельно с учетом ПОПОП.

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 и оценочные материалы.

7.4. Оценочные материалы для проведения ГИА включают типовые задания для демонстрационного экзамена, примеры тем дипломных работ, описание процедур и условий проведения государственной итоговой аттестации, критерии оценки.

7.5. Организация и проведение ГИА проводится в соответствии с программой ГИА, утвержденной после ее обсуждения на заседании педагогического совета Колледжа с участием председателя государственной экзаменационной комиссии.

Оценочные материалы для проведения ГИА приведены в Приложении 6.