



Министерство образования Омской области

Бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области
«Сибирский профессиональный колледж»

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА «ПРОФЕССИОНАЛИТЕТ»**

Среднее профессиональное образование

Образовательная программа
подготовки специалистов среднего звена

Специальность
42.02.01 Реклама

На базе основного общего образования

Форма обучения очная

Квалификация выпускника
Специалист по рекламе

Одобрено на заседании педагогического
совета:

Директор БПОУ ОО «СПК»



2024 год

протокол № 5 от 11.06.2024 г.

Н.А. Шевченко

Содержание

Раздел 1. Общие положения	2
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы	3
1.2. Нормативные документы	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
1.3. Перечень сокращений	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы	4
Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника	6
3.1. Область(и) профессиональной деятельности выпускников:	7
3.2. Профессиональные стандарты	7
3.3. Осваиваемые виды деятельности	7
Раздел 4. Требования к результатам освоения образовательной программы	8
4.1. Общие компетенции	9
4.2. Профессиональные компетенции	12
4.3. Матрица компетенций выпускника	12
Раздел 5. Структура и содержание образовательной программы	26
5.1. Учебный план	26
5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы	26
5.3. План обучения в форме практической подготовки на предприятии (на рабочем месте)	33
5.4. Календарный учебный график	35
5.5. Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей	36
5.6. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы	37
5.7. Практическая подготовка	37
5.8. Государственная итоговая аттестация	37
Раздел 6. Условия реализации образовательной программы	38
6.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы	38
6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий	38
6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы	38
6.4. Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы	39

Перечень приложений к ОПОП-П:

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

Раздел 1. Общие положения

1.1. Настоящая ПОП-П по специальности 42.02.01 Реклама разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама» (далее – ФГОС, ФГОС СПО).

ПОП-П разработана с учетом кластерно-отраслевого подхода, предусматривающего механизмы трансформации до основной профессиональной образовательной программы, с учетом запросов конкретных работодателей.

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

ПОП-П разработана для реализации образовательной программы на базе среднего общего образования. Основная профессиональная образовательная программа (далее – образовательная программа), реализуемая на базе основного общего образования, разрабатывается образовательной организацией на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и ФГОС СПО с учетом получаемой специальности.

Для реализации образовательной программы на базе среднего общего образования блок общеобразовательных дисциплин не учитывается.

1.2. Нормативные основания для разработки ПОП-П:

- Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минпросвещения России от 08.04.2021 № 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 Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама»;
- Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020 «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог»;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.07.2022 № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам»;
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 5 августа 2020 г. № 882/391 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ»;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 14.07.2023 № 534 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение»;

– Приказ Министерства Просвещения Российской Федерации от 17.05.2022 № 336 «Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования и установлении соответствия отдельных профессий и специальностей среднего профессионального образования, указанных в этих перечнях, профессиям и специальностям среднего профессионального образования, перечни которых утверждены приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 октября 2013 г. № 119 «Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования».

1.3. Перечень сокращений

ГИА – государственная итоговая аттестация;

МДК – междисциплинарный курс;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

ДПБ - дополнительный профессиональный блок по запросу работодателя;

ОК – общие компетенции;

ОП – общепрофессиональный цикл;

ООД – общеобразовательные дисциплины;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ДУП – дополнительные учебные предметы;

СГ – социально-гуманитарный цикл;

ПА – промежуточная аттестация;

ПК – профессиональные компетенции;

ПМ – профессиональный модуль;

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

П– профессиональный цикл;

ПП – производственная практика;

ПС – профессиональный стандарт;

ТФ – трудовая функция;

УП – учебная практика;

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования.

Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы

Параметр	Данные	
Отрасль, для которой разработана образовательная программа	Сервис и туризм	
Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог»; Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.07.2022 № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам»	
Специализированные допуски для прохождения практики, в том числе по охране труда и возраст до 18 лет	Не требуются	
Реквизиты ФГОС СПО	Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама»	
Квалификация (-и) выпускника	Специалист по рекламе	
в т.ч. дополнительные квалификации	Агент рекламный	
Направленности (при наличии)		
Нормативный срок реализации на базе ООО	2 г. 10 м.	
Нормативный объем образовательной программы на базе ООО	4428	
Согласованный с работодателем срок реализации образовательной программы	2 г. 10 м.	
Согласованный с работодателем объем образовательной программы	4428	
Форма обучения	очная	
Структура образовательной программы	Объем, в ак.ч.	в т.ч. в форме практической подготовки
Обязательная часть образовательной программы	4428	1206
среднее общее образование	1476	
СГ	370	16
общепрофессиональный цикл	490	128
профессиональный цикл	1876	990
в т.ч. практика:		
- учебная	252	
- производственная	324	
Вариативная часть образовательной программы	808	
в т.ч. запрос конкретного работодателя кластера (не менее 50% объема вариативной части образовательной программы), включая цифровой образовательный модуль:		
ПМ.05 Выполнение работ по профессии "Агент рекламный"	378	226
Государственная итоговая аттестация проводится в	216	72

форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы)		
Всего	4428	1206

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Область(и) профессиональной деятельности выпускников:

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

3.2. Профессиональные стандарты

№	Код и Наименование ПС	Реквизиты утверждения	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ	
1	08.035 Маркетолог	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог»	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования	
				ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	
2	06.013 Специалист по информационным ресурсам	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.07.2022 № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам»	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте	
				ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта
				ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте	
				ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	

3.3. Осваиваемые виды деятельности

Наименование видов деятельности	Код и наименование ПМ
Виды деятельности (общие)	
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, 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
Виды деятельности по освоению одной или нескольких профессий рабочих, должностей	

служащих	
Выполнение работ по профессии "Агент рекламный"	ПМ.05 Выполнение работ по профессии "Агент рекламный"

Раздел 4. Требования к результатам освоения образовательной программы

4.1. Общие компетенции

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте
методы работы в профессиональной и смежных сферах		
порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности		
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации
		выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
формат оформления результатов поиска информации		
современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и		
программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства		
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное	Умения:
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности

	профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять источники финансирования
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности
		определять источники достоверной правовой информации
		составлять различные правовые документы
		находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать
		оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности
		правила разработки презентации
основные этапы разработки и реализации проекта		
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	психологические особенности личности
		Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке
		проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		правила оформления документов
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в	правила построения устных сообщений
		особенности социального и культурного контекста
		Умения:
		проявлять гражданско-патриотическую позицию
		демонстрировать осознанное поведение
		описывать значимость своей специальности 42.02.01 Реклама
применять стандарты антикоррупционного поведения		
Знания:		
сущность гражданско-патриотической позиции		

	том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений значимость профессиональной деятельности по специальности 42.02.01 Реклама стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения: соблюдать нормы экологической безопасности определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности 42.02.01 Реклама организовывать профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях 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 правила поведения в чрезвычайных ситуациях
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности 42.02.01 Реклама 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 42.02.01 Реклама средства профилактики перенапряжения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и	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

	иностранном языке	строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		Знания:
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
		особенности произношения
		правила чтения текстов профессиональной направленности

4.2. Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Навыки:
		выявления основных и второстепенных конкурентов
		проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды
		Умения:
		производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей
		анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории
		доводить информацию заказчика до целевой аудитории
		использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований
		использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований
		уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании
		Знания:
		способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды
		аудиторию различных средств рекламы
		формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда
		технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования
	ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.	Навыки:
	проведения анализа рынка	
	проведения качественных аналитических исследований рынка	
	применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования	

		Умения: производить качественные аналитические исследования рынка	
		Знания: методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития	
		Навыки: выявления основных и второстепенных конкурентов	
		проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды	
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	Умения: производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.	
		Знания: отраслевую терминологию методики и инструменты для проведения маркетингового исследования структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним основы маркетинга	
		Навыки: определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	
		планирования системы маркетинговых коммуникаций	
		разработки стратегии маркетинговых коммуникаций	
		Умения: преобразовывать требования заказчика в бриф	
		Знания: принципы выбора каналов коммуникации виды и инструменты маркетинговых коммуникаций важность учета пожеланий заказчика при разработке, планировании коммуникационных каналов, при разработке творческих стратегий и рекламных носителей	
	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки: планирования системы маркетинговых коммуникаций
			Умения: определять ключевые цели рекламной кампании формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач

		<p>определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)</p> <p>определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;</p> <p>учитывать мнение заказчика при планировании РК;</p> <p>использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Знания:</p> <p>методики рекламного планирования</p> <p>инструменты рекламного планирования</p> <p>систему маркетинговых коммуникаций</p> <p>виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>принципы выбора каналов коммуникации</p> <p>аудиторию различных средств рекламы</p> <p>отраслевую терминологию</p> <p>формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда</p> <p>технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций</p> <p>принципы стратегического и оперативного планирования РК</p> <p>виды запросов пользователей в поисковых системах интернета</p> <p>особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете</p> <p>принципы функционирования современных социальных медиа</p> <p>виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании</p> <p>важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей</p>
	<p>ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах</p>	<p>Навыки:</p> <p>разработки стратегии маркетинговых коммуникаций</p> <p>Умения:</p> <p>составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды</p> <p>разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг</p> <p>создавать план РК с учетом поставленных целей и задач</p> <p>осуществлять медиапланирование</p> <p>определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета</p> <p>эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ</p> <p>осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний</p>

		<p>преобразовывать требования заказчика в бриф</p> <p>доводить информацию заказчика до ЦА</p> <p>использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании</p> <p>уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия</p> <p>использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям</p> <p>использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий</p> <p>Знания:</p> <p>важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей</p> <p>логику и структуру плана рекламной кампании</p> <p>логику и структуру медиаплана</p> <p>структуру брифа и требования к нему</p> <p>важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании</p>
<p>Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</p>	<p>ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет</p>	<p>Навыки:</p> <p>аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет</p> <p>выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет</p> <p>постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет</p> <p>Умения:</p> <p>определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет</p> <p>разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет</p> <p>Знания:</p> <p>типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;</p> <p>способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.</p>
	<p>ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет</p>	<p>Навыки:</p> <p>подбора и использования оффера</p> <p>разработки рекламной кампании в сети Интернет</p> <p>Умения:</p> <p>подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;</p> <p>использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</p> <p>проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;</p> <p>представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;</p> <p>обеспечивать качественное функционирования сайта;</p> <p>писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;</p>

		<p>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> <p>Знания: возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг виды сайтов, их возможности и варианты применения требования к качественному функционированию сайтов виды и инструменты маркетинговых коммуникаций отраслевую терминологию важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет структуру брифа и требования к нему</p>
	<p>ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p>	<p>Навыки: структуры и базовых принципов рекламного сообщения реализации рекламной кампании в сети Интернет</p> <p>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</p>

		<p>использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов</p> <p>повышать информационную наглядность сайтов</p> <p>создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях</p> <p>разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика</p> <p>доводить информацию заказчика до ЦА</p> <p>использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество</p> <p>использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями</p> <p>использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет</p> <p>Знания:</p> <p>отраслевую терминологию</p> <p>важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет</p> <p>важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет</p>
<p>Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, 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>ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании</p>	<p>Навыки:</p> <p>подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП)</p> <p>поиска и подбора оригинального нейма и слогана</p> <p>Умения:</p> <p>использовать поисковые системы интернета</p> <p>использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения</p> <p>определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы</p> <p>доводить информацию заказчика до ЦА</p> <p>использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество</p> <p>Знания:</p> <p>виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>отраслевую терминологию</p> <p>требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией</p> <p>технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальных сетей и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам</p> <p>Навыки:</p> <p>определения оригинальной идеи для рекламной кампании</p> <p>подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК</p>

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет		Умения:
	использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА	
	проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность	
	Знания:	
	отраслевую терминологию	
	важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	
	Навыки:	
	оформления текстовых и графических документов	
	оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических	
	создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектов объекта рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы	
	Умения:	
	использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете	
	создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий	
	конвертировать файлы в нужные форматы	
	использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат	
	размещать рекламные материалы в социальных медиа	
	подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения	
	представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов	
	обеспечивать качественное функционирование сайта	
	писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов	
создавать графические материалы рекламного характера		
находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА		
разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов		
составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа		
создавать оригинальные, современные по стилю сайты		
разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику		
использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов		

		<p>повышать информационную наглядность сайтов создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях</p> <p>Знания: программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей виды сайтов, их возможности и варианты применения требования к качественному функционированию сайтов 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 Технологии создания и требования к подготовке полиграфической продукции</p>
Выполнение работ по профессии "Агент рекламный"	ПК 5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов	<p>Навыки: контактирования с производителями рекламы по вопросам производства и размещения оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком организации связи со средствами массовой информации</p> <p>Умения: использовать современные коммуникационные средства продвижения рекламы осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг проводить основные мероприятия связей с общественностью применять средства связи</p> <p>Знания: современные коммуникационные средства разработки и продвижения рекламы содержание рекламной информации виды рекламных средств и средств распространения рекламы субъектов рекламного процесса и их взаимодействие</p>
	ПК 5.2 Размещение и сопровождение заказа	<p>Навыки: проведения анализа собранной информации при работе с заказчиком выбора и использования основных инструментов, оборудования и офисной оргтехники</p> <p>Умения: выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы</p>

		использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, фото, аудио, видео, анимации
		Знания:
		организационную структуру организаций, направления рекламной работы основные средства компьютерной обработки информации, основы цифровой фотографии
	ПК 5.3 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Навыки:
		использования информационных технологий для обработки текстовой информации
		составления и оформления рекламного текста
		Умения:
		составлять рекламные тексты
		Знания:
		приемы и принципы, правила составления рекламного текста

4.3. Матрица компетенций выпускника

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

Часть ОПОП-П обязательная /вариативная	Наименование вида деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Код профессионального стандарта	Код и наименование обобщенной трудовой функции	Код и наименование трудовой функции
ВД по ФГОС СПО	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1 Определять целевую аудиторию и целевые группы	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
		ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка			ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
		ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов			
ВД по ФГОС СПО	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	06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте
				ОТФ В	ТФ В/02.5Создание

	мероприятий			Создание и редактирование информационных ресурсов	информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
ВД по ФГОС СПО	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ А Техническая обработка размещения информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте
		ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет			
		ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет			
ВД по ФГОС СПО	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ А Техническая обработка размещения информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте
				ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта
					ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях

Раздел 5. Структура и содержание образовательной программы

5.1. Учебный план

Индекс	Наименование	Форма промежуточной аттестации	Всего	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем образовательной программы в академических часах					Обязательная часть, ак.ч.	Вариативная часть, ак.ч.	Курс 1		Курс 2		Курс 3		Курс 4	
					Учебные занятия	Практики	Курсовой проект	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация			Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
ОП.00 Общеобразовательная подготовка																			
ООП.00	Общеобразовательные предметы		1476		1434			32	24	1476									
БУП.01	Русский язык	Э	80		74				6	80		34	46						
БУП.02	Литература	ДЗ	114		114					114		52	62						
БУП.03	Иностранный язык	ДЗ	120		120					120		54	66						
БУП.04	Математика	Э	200		194				6	200		102	98						
БУП.05	История	ДЗ	120		120					120		54	66						
БУП.06	География	ДЗ	72		72					72		34	38						
БУП.07	Физика	ДЗ	92		92					92		44	48						
БУП.08	Биология	ДЗ	70		70					70		34	36						
БУП.09	Химия	ДЗ	70		70					70		34	36						
БУП.10	Основы безопасности и защиты Родины	ДЗ	68		68					68		32	36						
БУП.11	Физическая культура	ДЗ	78		78					78		38	40						
ПУП.01	Информатика	Э	144		138				6	144		68	76						
ПУП.02	Обществознание	ДЗ	144		144					144		68	76						
ДУП.01	Основы проектной деятельности	Э	68		46			32	6	68		36	32						
ДУП.02	Культурология	ДФА	36		36					36			36						
СГ.	Социально-гуманитарный цикл		370	16	262			8		370									
СГ.01	История России	ДЗ	72		68			4		72				72					

	и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий																	
ПМ.02.01(К)	Экзамен по профессиональному модулю		6					6	6							6		
ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		322	176		108		14	12	234	88							
					296													
МДК.03.01	Цифровой маркетинг	ДЗ	60	22	54			6		60				60				
МДК.03.02	Коммуникационные инструменты интернет-среды	Э	60	18	50			4	6	60				60				
МДК.03.03	Техники и технологии рекламы в интернете	ДФА	88	28	84			4			88			60	28			
УП.03.01	Учебная практика по ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ДФА	36	36		36				36				36				
ПП.03.01	Производственная практика по ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ДФА	72	72		72				72				72				
ПМ.03.01(К)	Экзамен по профессиональному		6						6	6					6			

	по запросу работодателя																	
ДПБ.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	ДЗ	56	18	52			4			56						56	
ДПБ.02	Проектная компьютерная графика	ДЗ	144	44	130			14			144		34	66	44			
ДПБ.03	Правовое обеспечение рекламной деятельности	ДФА	36	10	36						36						36	
ПМ.05	Выполнение работ по профессии "Агент рекламный"		378	226	342	144		24	12		378							
МДК.05.01	Рекламный текст	Э	72	20	54			12	6		72		34	38				
МДК.05.02	Деятельность по работе с заказчиком, размещение и сопровождение заказа	ДЗ	156	62	144			12			156			68	36	52		
УП.05.01	Учебная практика по ПМ.05 Выполнение работ по профессии "Агент рекламный"	ДФА	72	72		72					72						72	
ПП.05.01	Производственная практика по ПМ.05 Выполнение работ по профессии "Агент рекламный"	ДФА	72	72		72					72						72	
ПМ.05.01(К)	Экзамен по профессиональному модулю		6						6		6						6	
ГИА.	Государственная итоговая аттестация		216	72	216						216							
ГИА.01	Подготовка к защите дипломного проекта		108		108						108						108	
ГИА.02	Защита дипломного проекта		36		36						36						36	
ГИА.03	Подготовка к демонстрационному экзамену		36	36	36						36						36	
ГИА.04	Демонстрационный		36	36	36						36						36	

	ЭКЗАМЕН																		
Итого:			4428	1206	3590	576	20	162	84	3610	808								

5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы

№ п/п	Код и наименование учебной дисциплины/профессионального модуля	Количество часов	Категория 1. П/работодатель 2. ЦОМ/проект	Обоснование
1	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	88	ЦОМ/проект	Часы добавлены на формирование знаний о специфике современных средств цифровых коммуникационных технологий и опыта их применения в рекламной деятельности в рамках изучения МДК.03.03 Техники и технологии рекламы в интернете
2	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	106		Часы добавлены на формирование умений и навыков разработки творческой концепции в рамках МДК.04.02 и на отработку способов реализации разработанной концепции в рамках МДК.04.01
3	ДПБ Дополнительный профессиональный блок по запросу работодателя	236	ПОП- П/работодатель	ДПБ ориентирован на усиление правовой и экономической составляющей рекламной деятельности, а также на формирование навыков работы в графических редакторах с целью создания рекламного продукта.
4	ПМ.05 Выполнение работ по профессии "Агент рекламный"	378	ПОП- П/работодатель	Модуль введен по запросу работодателя (выбран из списка предложенных в ходе анкетирования) для формирования умений, знаний и навыков по выполнению работ по рабочей профессии Агент рекламный и ориентирован на обеспечение конкурентоспособности выпускника в соответствии с потребностями регионального рынка труда
Итого		808		

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

№ п/п	Вид учебного занятия. Тема / Виды работ практик	Код и наименование МДК, практики	Длительность обучения (в ак. часах)	Семестр обучения	Наименование рабочего места, участка/структурного подразделения	Ответственный от предприятия
1.	Знакомство с системой МИС предприятия. Проведение кабинетных исследований по заданию руководителя практики. Проведение анализа рынка. Знакомство с товарной стратегией фирмы Знакомство с ценовой политикой фирмы Знакомство с системой ФОССТИС фирмы	01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	36	5	ООО «Рекламное агентство «Ретранс»	
2.	Анализ рекламной продукции фирмы/компании/организации Формирование медиаплана (по индивидуальному заданию) Налаживание конструктивного контакта с заказчиком	02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	36	6	ООО «Рекламное агентство «Ретранс»	
3.	Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании, являющейся местом прохождения практики. Участие в создании рекламы для интернет-кампании (баннер, поисковая реклама). Участие в создании корпоративного или промо-сайта. Участие в создании сценария промоакции. Участие на этапе контроля за созданием рекламного продукта (продакшн). Участие на этапе анализа результатов тестирования рекламного продукта (претестинг и пост-тестинг). Участие в защите творческих разработок агентства перед заказчиком.	03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	72	5	ООО «Рекламное агентство «Ретранс»	
4.	Создание рекламной полиграфической продукции. Создание дизайн макетов наружной рекламы. Создание дизайн-макетов рекламных интернет баннеров. Разработка мультимедийной (видео, анимационной) рекламной продукции (по выбору).	04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	108	6	ООО «Рекламное агентство «Ретранс»	
5.	Анализ имеющейся клиентской базы,	05 Выполнение работ по профессии	72	6	ООО «Рекламное	

	<p>определение целевой аудитории потенциальных клиентов. Анализ рекламных носителей, используемых целевой аудиторией для получения информации о деятельности или услугах организации. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя. Оформление договоров с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий. Составление и проведение первого разговора с клиентом («холодный звонок»). Анализ договора купли-продажи. Пополнение клиентской базы организации. Изучение алгоритма принятия заказов. Оформление договорной и финансовой документации, сопровождающей получение заказа. Составление перечня оформленных заказов на товары или услуги организации. Оформление заказа на изготовление необходимой рекламной продукции.</p>	"Агент рекламный"			агентство «Ретранс»	
--	---	-------------------	--	--	---------------------	--

5.5. Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) является составной частью образовательной программы и определяет содержание дисциплины (модуля), запланированные результаты обучения, составные части учебного процесса, формы и методы организации учебного процесса и контроля знаний обучающихся, учебно-методическое и материально-техническое обеспечение учебного процесса по соответствующей дисциплине (модулю).

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ФГОС СПО.

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

5.6. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы

Цель рабочей программы воспитания – развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде.

Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы по специальности 42.02.01 Реклама являются частью программы воспитания образовательной организации и представлены в Приложении 5.

5.7. Практическая подготовка

Практическая подготовка при реализации образовательных программ СПО направлена на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции по профилю образовательной программы путем расширения компонентов (частей) образовательной программы, предусматривающих моделирование реальных условий или смоделированных производственных процессов, непосредственно связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

- реализуется, в том числе на рабочих местах ООО «Рекламное агентство «Ретранс», при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования (для специальности), всех видов практики и иных видов учебной деятельности (перечислить при наличии);

- включает в себя отдельные лекционного типа, семинары, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

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

Практическая подготовка организуется в специальных помещениях и структурных подразделениях образовательной организации, а также в специально оборудованных помещениях (на рабочих местах) ООО «Рекламное агентство «Ретранс» на основании договора о практической подготовке обучающихся.

5.8. Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация осуществляется в соответствии с Порядком проведения ГИА.

Государственная итоговая аттестация проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы).

Программа ГИА включает общие сведения; примерные требования к проведению демонстрационного экзамена; описание организации и проведения защиты дипломного проекта (работы). Программа ГИА представлена в приложении 4.

Раздел 6. Условия реализации образовательной программы

6.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы

6.1.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению реализации образовательной программы установлены в соответствующем ФГОС СПО.

Состав материально-технического и учебно-методического обеспечения, используемого в образовательном процессе, определяется в Приложении 3 и рабочих программах дисциплин (модулей).

6.1.2. Перечень специальных помещений для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой

Кабинеты:

Социально-гуманитарных дисциплин

Иностранного языка

Общепрофессиональных дисциплин

Композиции, рисунка и живописи

Информационных технологий в профессиональной деятельности

Безопасности жизнедеятельности и охраны труда

Лаборатории:

Фото- и видеосъемки, обработки фото-, видеоматериалов

Дизайн-проектирования и макетирования

Организации и ведения коммерческой деятельности в сфере услуг

Спортивный комплекс:

спортивный зал

Залы:

актовый зал

библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет

6.1.3. Перечень материально-технического обеспечения и перечень необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения представлен в Приложении 3.

6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Программа сочетает обучение в образовательной организации и на рабочем месте на базе работодателя с широким использованием в обучении цифровых технологий.

При реализации образовательной программы применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Не допускается реализация образовательной программы с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы

Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы установлены в соответствующем ФГОС СПО.

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, и имеющими стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

Работники, привлекаемые к реализации образовательной программы осваивают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки ООО «Рекламное агентство «Ретранс», а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, должна быть не менее 25 % (указывается из ФГОС СПО).

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

№ п/п	ФИО (при наличии) специалиста-практика	Наименование организации, осуществляющей деятельность в профессиональной сфере, в которой работает специалист-практик по основному месту работы или на условиях внешнего совместительства	Занимаемая специалистом-практиком должность	Общий трудовой стаж работы специалиста-практика в организациях, осуществляющих деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся обучающиеся
1				

6.4. Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы

Расчеты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы в соответствии с направленностью и квалификацией осуществляются в соответствии с Перечнем и составом стоимостных групп профессий и специальностей по государственным услугам по реализации основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования – программ подготовки специалистов среднего звена, итоговые значения и величина составляющих базовых нормативов затрат по государственным услугам по стоимостным группам профессий и специальностей, отраслевые корректирующие коэффициенты и порядок их применения, утверждаемые Минпросвещения России ежегодно.

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы, определенное в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации и Федеральным законом от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», включает в себя затраты на оплату труда преподавателей и мастеров производственного обучения с учетом обеспечения уровня средней заработной платы педагогических работников за выполняемую ими учебную (преподавательскую) работу и другую работу в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики».

Расчетная величина стоимости обучения из расчета на одного обучающегося в соответствии с рекомендациями федеральных и региональных нормативных документов составляет (дописать величину в рублях и при необходимости представить обоснование в табличной форме).