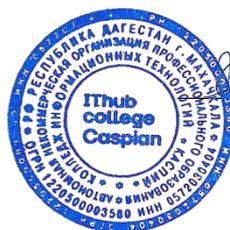




**Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«Колледж информационных технологий «КАСПИЙ»**
367013, г. Махачкала, пр-кт. Гамидова, зд.18м
ОГРН: 1220500003580, ИНН: 0572030404



УТВЕРЖДАЮ
Директор
М.И. Абакаров
«08» декабря 2025 г.

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

**специальность
42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника
специалист по рекламе**

на базе среднего общего образования
срок обучения: 1 год 10 мес.

Махачкала, 2025 г.

Настоящая основная профессиональная образовательная программа по специальности среднего профессионального образования (далее – ОПОП) разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (квалификация – специалист по рекламе), утвержденного приказом Министерства просвещения России от 21 июля 2023 г. № 552.

Раздел 1. Общие положения

Настоящая основная образовательная программа (далее - ОПОП) разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (с изменениями) (далее – ФГОС СПО).

ОПОП определяет рекомендованный объем и содержание среднего профессионального образования специальности 42.02.01 Реклама, планируемые результаты освоения образовательной программы и организационно-педагогические условия образовательной деятельности.

Структура ОПОП регламентирована ст. 2 ФЗ-273 «Об образовании в Российской Федерации» и включает следующие элементы: учебный план (УП); календарный учебный график (КУГ); рабочие программы (РП) дисциплин и модулей, практики; оценочные материалы (ОМ); методические материалы (ММ); рабочая программа воспитания (РПВ); календарный план воспитательной работы (КПВР); формы аттестации; иные компоненты.

ОПОП разработана в соответствии с ФГОС СПО по специальности для реализации образовательной программы на базе среднего общего образования.

Нормативные основания для разработки ОПОП:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями);

- Постановление Правительства РФ от 11.10.2023 N 1678 «Об утверждении правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

- Постановление Правительства Российской Федерации от 31 декабря 1999 года № 1441 (ред. от 30.03.2019) «Об утверждении Положения о подготовке граждан Российской Федерации к военной службе»;

- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 г. № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования 42.02.01 «Реклама» (в действующей редакции);

- Приказ Министра обороны Российской Федерации № 96, Министерства образования и науки Российской Федерации № 134 от 24 февраля 2010 года «Об утверждении Инструкции об организации обучения граждан Российской Федерации начальным знаниям в области обороны и их подготовки по основам военной службы в образовательных учреждениях среднего (полного) общего образования, образовательных учреждениях начального профессионального и среднего профессионального образования и учебных пунктах»;

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 885, Министерства просвещения Российской Федерации № 390 от 05 августа 2020 года (ред. от 18.11.2020) «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»);

- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 08 ноября 2021 года № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» (с изменениями);

- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 17 мая 2022 года № 336 (в действующей редакции) «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. № 1199 «Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования»;

- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 24 августа 2022 года № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;

- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 14 октября 2022 года № 906 «Об утверждении Порядка заполнения, учета и выдачи дипломов о среднем профессиональном образовании и их дубликатов»;

- Письмо Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки от 26 марта 2019 года № 04-32 «О соблюдении требований законодательства по обеспечению возможности получения образования детьми инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья»;

- Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 сентября 2020 года № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи» (вместе с «СП 2.4.3648-20. Санитарные правила...»);

• Устав Колледжа КАСПИЙ;

Локальные нормативные акты Колледжа КАСПИЙ:

1. Положение порядке разработки и утверждения образовательных программ, рабочих программ;

2. Положение о режиме занятий обучающихся;

3. Положение о порядке организации и осуществлении образовательной деятельности обучающихся по индивидуальным планам, в том числе ускоренного обучения, в пределах осваиваемых образовательных программ;

4. Положение о порядке организации и проведении текущего контроля успеваемости;

5. Положение о порядке проведения промежуточной аттестации обучающихся, включая порядок установления сроков прохождения соответствующих испытаний обучающимися, не прошедшими промежуточной аттестации по уважительным причинам или имеющим академическую задолженность;

6. Положение о периодичности проведения промежуточной аттестации обучающихся, форме, системе оценивания;

7. Положение о порядке индивидуального учета результатов освоения обучающимися образовательных программ; хранения в архивах информации об этих результатах на бумажных и (или) электронных носителях;

8. Положение о порядке зачета образовательной организацией результатов освоения обучающимися учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик, дополнительных образовательных программах в других организациях, осуществляющих образовательную деятельность;

9. Положение об организации проведения итоговой аттестации (итоговой аттестации), завершающей освоение образовательных программ СПО;

10. Правила внутреннего распорядка обучающихся Колледжа КАСПИЙ.

- При разработке ОПОП учтены:

- Примерная основная образовательная программа по УГПС 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело, 2025 год (принята решением ФУМО, протокол от 11.06.2025 № 5) - <https://firpo.ru/reestr-pop-spo/3426>;

- Письмо Минобразования России от 30.10.2020 № МН-5/20730 «О направлении вопросов-ответов» (вместе с «Вопросами-ответами в части правового регулирования практической подготовки обучающихся»);

- Письмо Министерства просвещения РФ от 08.04.2021 № 05-369 «О направлении Рекомендаций, содержащих общие подходы к реализации образовательных программ среднего профессионального образования (отдельных их частей) в форме практической подготовки» (опубликованы на официальном сайте Минпросвещения России 14.04.2021)

Перечень сокращений, используемых в тексте ОПОП:

ГИА – государственная итоговая аттестация;

ДР/ДП – дипломная работа/дипломный проект;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

КПРВ – календарный план воспитательной работы

МДК – междисциплинарный курс;

ОВЗ – ограниченные возможности здоровья;

ОК – общие компетенции;

ОМ – оценочные материалы;

ООО – среднее общее образование;

ОП.00 – общепрофессиональный цикл;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОТФ – общая трудовая функция;

П.00 – профессиональный цикл;

ПК – профессиональные компетенции;

ПМ – профессиональный модуль;

РП – рабочая программа;

РПВ – рабочая программа воспитания;

СГ.00 – социально-гуманитарный цикл;

СОО – среднее общее образование;

СПО – среднее профессиональное образование;

СР – самостоятельная работа;

ТФ – трудовая функция;

УП – учебный план;

ФГОС СПО – Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;

ФОС – фонд оценочных средств.

Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы

ОПОП СПО является основным документом, определяющим содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (квалификация – специалист по рекламе) на базе среднего общего образования, а также - регламентирующую образовательную деятельность Колледжа КАСПИЙ в единстве урочной и внеурочной деятельности при учете установленного ФГОС СПО соотношения обязательной части программы и части, формируемой участниками образовательных отношений (вариативной части).

Целями реализации ОПОП СПО являются:

- получение квалификации специалиста среднего звена – специалист по рекламе;
- трудоустройство по полученной специальности;
- формирование российской гражданской идентичности обучающихся;
- воспитание и социализация обучающихся, их самоидентификация посредством лично и общественно значимой деятельности, социального и гражданского становления;
- преемственность основных образовательных программ общего и профессионального образования;
- организация учебного процесса с учетом целей, содержания и планируемых результатов среднего профессионального образования, отраженного во ФГОС СПО;
- формирование навыков самостоятельной учебной деятельности обучающихся;
- подготовка обучающегося к жизни в обществе, самостоятельному жизненному выбору и началу профессиональной деятельности;
- организация деятельности педагогического коллектива по реализации учебного плана и рабочих программ учебных предметов и дисциплин (модулей), практики, рабочей программы воспитания.

Достижение поставленных целей реализации ОПОП СПО предусматривает решение следующих основных задач:

- формирование у обучающихся нравственных убеждений, эстетического вкуса и здорового образа жизни, высокой культуры межличностного и межэтнического общения, овладение основами наук, государственным языком Российской Федерации, навыками умственного и физического труда, развитие склонностей, интересов, способностей к социальному самоопределению, формирование и развитие навыков профессиональной деятельности, формирование общих и профессиональных компетенций, формирование видов профессиональной деятельности в соответствии со ФГОС СПО 42.02.01 Реклама;
- обеспечение планируемых результатов по освоению обучающимися целевых установок, приобретению знаний, умений, навыков, практического опыта, видов деятельности, определяемых личностными, семейными, общественными, профессиональными требованиями, государственными потребностями и возможностями обучающегося, индивидуальными особенностями его развития и состояния здоровья;
- обеспечение преемственности среднего общего и среднего профессионального образования;
- достижение планируемых результатов освоения ФГОС СПО 42.02.01 Реклама всеми обучающимися, в том числе обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (далее - ОВЗ);
- обеспечение возможности получения обучающимися качественного среднего профессионального образования;
- выявление и развитие способностей обучающихся, в том числе проявивших выдающиеся способности, через систему клубов, секций, студий и других объединений, организацию общественно полезной и учебно-исследовательской деятельности, участие в конкурсах профессионального мастерства;

- организация интеллектуальных и творческих соревнований, научно-технического творчества и проектно-исследовательской деятельности;

- участие обучающихся, их родителей (законных представителей), педагогических работников в проектировании и развитии социальной среды образовательной организации;

- включение обучающихся в процессы познания и преобразования социальной среды для приобретения опыта реального управления и действия;

- организация социального и учебно-исследовательского проектирования обучающихся при поддержке педагогов, психологов, социальных педагогов, сотрудничество с базовыми (профильными) организациями, осуществляющими деятельность по профилю подготовки ОПОП СПО 42.02.01 Реклама, организациями профессионального образования, центрами профессиональной работы, центрами занятости;

- создание условий для сохранения и укрепления физического, психологического и социального здоровья обучающихся, обеспечение их безопасности.

ОПОП СПО 42.02.01 «Реклама» учитывает следующие принципы:

- принцип учета ФГОС СПО: ОПОП СПО базируется на требованиях, предъявляемых ФГОС СПО к содержанию, планируемым результатам и условиям обучения на уровне среднего профессионального образования;

- принцип учета ведущей деятельности обучающегося: ОПОП СПО обеспечивает конструирование учебного процесса в структуре учебной деятельности, предусматривает механизмы формирования всех компонентов учебной деятельности (мотив, цель, учебная задача, учебные операции, контроль и самоконтроль);

- принцип индивидуализации обучения: ОПОП СПО предусматривает возможность и механизмы разработки индивидуальных программ и учебных планов для обучения студентов с особыми способностями, потребностями и интересами с учетом мнения родителей (законных представителей) обучающегося;

- системно-деятельностный подход, предполагающий ориентацию на результаты обучения, на развитие активной учебно-познавательной деятельности обучающегося, формирование его готовности к саморазвитию и непрерывному образованию;

- принцип учета индивидуальных, возрастных, психологических и физиологических особенностей, обучающихся при построении образовательного процесса и определении образовательно-воспитательных целей и путей их достижения;

- принцип обеспечения фундаментального характера образования, учета специфики изучаемых учебных предметов, дисциплин (модулей);

- принцип интеграции обучения и воспитания: ОПОП СПО предусматривает связь урочной и внеурочной деятельности, предполагающий направленность учебного процесса на достижение общих и профессиональных компетенций освоения образовательной программы;

- принцип здоровьесбережения: при организации образовательной деятельности не допускается использование технологий, которые могут нанести вред физическому и (или) психическому здоровью обучающихся, приоритет использования здоровьесберегающих педагогических технологий. Объем учебной нагрузки, организация учебных и внеурочных мероприятий должны соответствовать требованиям, предусмотренным санитарными правилами и нормами СанПиН 1.2.3685-21 "Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания", утвержденными постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 января 2021 г. N 2 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 29 января 2021 г., регистрационный N 62296), действующими до 1 марта 2027 г. (далее - Гигиенические нормативы), и санитарными правилами СП 2.4.3648-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям

воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи", утвержденными постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 сентября 2020 г. N 28 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 18 декабря 2020 г., регистрационный N 61573), действующими до 1 января 2027 г. (далее - Санитарно-эпидемиологические требования).

ОПОП СПО учитывает возрастные и психологические особенности обучающихся.

Реализация образовательной программы осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

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

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: специалист по рекламе.

Форма обучения: очная.

Общий объем образовательной программы, реализуемой на базе среднего общего образования: 2952 академических часа.

Срок реализации ОПОП по специальности 42.02.01 Реклама на базе СОО по очной форме обучения в Колледжа КАСПИИ вне зависимости от применяемых образовательных технологий – 1 год 10 мес.

В целях удовлетворения образовательных потребностей и интересов, обучающихся могут разрабатываться индивидуальные учебные планы, в том числе для ускоренного обучения, в пределах осваиваемой программы среднего профессионального образования в порядке, установленном соответствующим локальным нормативным актом Колледжа КАСПИИ. При обучении по индивидуальному учебному плану срок получения образования по образовательной программе составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения. При обучении по индивидуальному учебному плану обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья срок получения образования может быть увеличен не более чем на 1 год.

Профессиональная подготовка специалиста при освоении ОПОП организуется в форме практической подготовки.

ОПОП СПО 42.02.01 Реклама разработана в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности с учетом уровня образования:

Таблица № 1

Структура ОПОП

Структура образовательной программы	Объем образовательной программы, в академических часах	
	по ФГОС СПО	по учебному плану
Дисциплины (модули)	Не менее 1476	2304
Практика	Не менее 432	432
Государственная итоговая аттестация	216	216
Общий объем образовательной программы:		
на базе среднего общего образования, включая получение среднего общего образования на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования	2952	2952

ОПОП содержит обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативная часть).

Выделение обязательной и вариативной частей в объеме профессиональной подготовки проведено в соответствии с требованиями ФГОС СПО: не более 70% и не менее 30% соответственно.

Колледжа КАСПИЙ выделяет основное направление ОПОП в подготовке специалиста по рекламе) - продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий – цифровой маркетинг (ЦМ);

Образовательная программа имеет практико-ориентированную направленность: объем часов, отведённых на проведение практических (лабораторно-практических) занятий и практики, курсового проектирования составляет - 1910 час. (69,8%);

Воспитание обучающихся при освоении ими ОПОП по специальности 42.02.01 Реклама осуществляется на основе включенных в образовательную программу Рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы.

Реализация ОПОП по специальности 42.02.01 Реклама может осуществляться образовательной организацией как самостоятельно, так и посредством сетевой формы.

ОПОП 42.02.01 Реклама может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Основными пользователями ОПОП 42.02.01 Реклама (квалификация – специалист по рекламе) являются:

- преподаватели и другие педагогические работники, сотрудники Колледжа КАСПИЙ;
- студенты, обучающиеся по специальности 42.02.01 Реклама;
- администрация и коллегиальные органы управления Колледжа КАСПИЙ;
- родители обучающихся (законные представители);
- работодатели.

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

Выпускник, освоивший образовательную программу по специальности 42.02.01 Реклама (квалификация - специалист по рекламе), должен быть готов к выполнению следующих видов деятельности, предусмотренных ФГОС СПО:

- проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;
- разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;
- создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются рекламные продукты:

- рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;
- рекламная кампания;
- выставочная деятельность;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии.

В связи с тем, что область профессиональной деятельности, в которой выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность, тесно связана с информационными технологиями, в ОПОП выделено самостоятельное направление – Цифровой маркетинг (ЦМ). На цифровых технологиях строятся многие дисциплины и МДК учебного плана.

При разработке ОПОП учтены требования Профессиональных стандартов: 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Таблица № 2

Перечень профессиональных стандартов, учитываемых при разработке ОПОП

№	Код и Наименование ПС	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ
1	08.035 Маркетолог приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.11.2023 № 790н	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	06.043 Специалист по интернет- маркетингу приказ Министерства труда и	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно- телекоммуникационной	ТФ А/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб- сайта

социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 N 95н	сети «Интернет»	
	ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения
		ТФ В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы
	ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта
	ОТФ Д Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения
	ОТФ Е Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ Е/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании
ОТФ Г Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа	
ОТФ Г Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	

Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы у выпускника в соответствии с ФГОС СПО должны быть сформированы общие и профессиональные компетенции.

4.1. Общие компетенции (ОК)

Общие компетенции (ОК) – это универсальные способы деятельности, инвариантные для всех (большинства) профессий и специальностей СПО, направленные на решение профессионально-трудовых задач и являющиеся фактором интеграции выпускника в социально-трудовые отношения на рынке труда. Они включают в себя широкий набор когнитивных, социальных и личностных навыков, а также видов грамотности, которые используются выпускниками СПО в контексте профессиональной деятельности и в повседневной жизни. Эти компетенции рассматриваются как универсальные, необходимые каждому современному человеку, независимо от его общественного или профессионального статуса. Владение названными компетенциями рассматривается как источник личного развития и самореализации, залог успеха на рынке труда, как необходимое условие социальной включенности и активной гражданственности.

Перечень общих компетенций (ОК), которыми должен обладать специалист по рекламе (п. 3.2 ФГОС СПО по специальности) и их содержание приведены в таблице № 3. В таблице учтены общие компетенции цифровой экономики.

Общие компетенции и их структура

Код ОК и формулировка компетенции	Содержание ОК	Базовые компетенции для цифровой экономики	Показатели цифровых компетенций
<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<p>Умения:</p>	<p>Креативное мышление в цифровой среде</p>	<p>умение генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей: перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; навыки анализа и систематизации информации, получаемой в том числе в цифровой образовательной среде; умение критически относиться к информации, получаемой из цифровой среды; навыки генерировать новые нетиповые идеи; умение мыслить нестандартно, обосновывать принимаемые инновационные решения</p>
	<p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части</p>		
	<p>определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы</p>		
	<p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы</p>		
	<p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах</p>		
	<p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>		
	<p>Знания:</p>		
	<p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить</p>		
	<p>структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях</p>		
<p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте</p>			
<p>методы работы в профессиональной и смежных сферах</p>			

	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:	Управление информацией и данными	навыки общей цифровой грамотности; навыки безопасного поведения в цифровой среде; защита личных данных и конфиденциальности, анализ и оценка угрозы и рисков информационной безопасности; осуществление мер противодействия нарушениям информационной безопасности
	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 профессиональное и	Умения:	Саморазвитие в условиях неопределенности	способность к саморазвитию в информационной среде способность человека ставить себе образовательные цели под
	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности		

<p>личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p>	применять современную научную профессиональную терминологию		<p>возникающие жизненные задачи, подбирать способы решения и средства развития (в том числе с использованием цифровых средств) других необходимых компетенций</p>
	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:	Коммуникация и кооперация в цифровой среде	взаимодействие посредством цифровых технологий (управление виртуальной самопрезентацией) умение соблюдать правила информационной безопасности навыки межличностной и деловой коммуникации в цифровой среде участие в социальной жизни с помощью цифровых технологий умение поддерживать публичный дискурс, осуществлять сотрудничество через цифровые технологии
	организовывать работу коллектива и команды		
	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности		
	Знания:		
	психологические основы деятельности коллектива		
	психологические особенности личности		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения:		
	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке		
	проявлять толерантность в рабочем коллективе		
	Знания:		
	правила оформления документов		
	правила построения устных сообщений		
	особенности социального и культурного контекста		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и	Умения:		
	проявлять гражданско-патриотическую позицию		
	демонстрировать осознанное поведение		
	описывать значимость своей специальности		
	применять стандарты антикоррупционного поведения		
	Знания:		
	сущность гражданско-патриотической позиции		
	традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений		
	значимость профессиональной деятельности по специальности		
	стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения		

межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	
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
	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
	Знания:
	роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
	основы здорового образа жизни
условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности	
средства профилактики перенапряжения	
ОК 09. Пользоваться профессиональной	Умения:
	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые),

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

4.2. Профессиональные компетенции

Профессиональные компетенции – это способность действовать на основе имеющихся умений, знаний и практического опыта в определенной области профессиональной деятельности.

Выпускник в результате освоения ОПОП по специальности 42.02.01 Реклама (квалификация – специалист по рекламе) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

Таблица № 4

Требования к профессиональной подготовке обучающихся (содержание ПК)

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК.1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп	Практический опыт: <ul style="list-style-type: none">- выявления основных и второстепенных конкурентов;- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: <ul style="list-style-type: none">- 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: <ul style="list-style-type: none">- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;- аудитория различных средств рекламы;- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.

ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка	Практический опыт: - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
	Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка.
	Знания: - методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
	Умения: - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
	Знания: - отраслевая терминология; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структура и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основы маркетинга.
ПК.1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт: - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
	Умения: - преобразовывать требования заказчика в бриф
	Знания: - принципы 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
ПК 1.5д. Регистрировать, оформлять и настраивать бизнес-аккаунты в социальных сетях		Практический опыт: <ul style="list-style-type: none"> - регистрации и настройки бизнес-профилей в различных социальных сетях; - создания единой стилистики оформления профилей под бренд; - интеграции внешних сервисов (например, CRM, сайтов, мессенджеров) в аккаунты соцсетей; - использования аналитических инструментов внутри соцсетей
		Умения: <ul style="list-style-type: none"> - зарегистрировать и верифицировать бизнес-аккаунт в социальных сетях; - корректно заполнить все разделы профиля (описание, контакты, ссылки, часы работы и др.); - выбрать и настроить подходящий тип аккаунта (например, страница компании, публичный аккаунт и т.д.); - интегрировать дополнительные инструменты (чат-боты, кнопки действий, формы заявок и др.); - адаптировать оформление под стиль бренда (цветовая гамма, логотип, фирменный стиль)
		Знания: <ul style="list-style-type: none"> - требования к регистрации и верификации бизнес-аккаунтов в различных социальных сетях; - особенности настройки профиля для бизнеса: контактная информация, адрес сайта, часы работы, геолокация; - правила оформления аватара, обложки, описания профиля с учетом брендинга компании; - функционал платформ: инструменты продвижения, аналитики, рекламные кабинеты; - основные требования соцсетей к контенту, политике конфиденциальности и авторским правам
ПК 1.6д. Создавать текстовый контент для решения маркетинговых задач клиента, следуя правилам русского языка, законодательству в сфере		Практический опыт: <ul style="list-style-type: none"> - создания различных видов текстового контента: рекламные объявления, описания товаров, блоговые статьи, посты для соцсетей и др.; - написания текстов, соответствующих требованиям законодательства в сфере рекламы и авторского права; - редактирования и корректировки собственных текстов с учетом замечаний

	интеллектуального права	<p>заказчика или редактора</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать текстовый контент, соответствующий целям и задачам маркетинговой стратегии клиента; - писать грамотные, структурированные и понятные тексты, соответствующие нормам русского языка; - использовать ключевые слова для SEO-оптимизации текста; - избегать нарушений авторских прав при создании текстов: корректно перефразировать, ссылаться на источники, использовать оригинальный контент; - работать с обратной связью от клиентов и вносить изменения в тексты в соответствии с их требованиями <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные виды и форматы текстового контента (продающие тексты, посты, описания товаров, пресс-релизы, статьи, лендинги и др.); - правила русского языка: орфографии, пунктуации, стилистики, грамматики; - требования к рекламным текстам, установленных законодательством РФ (включая ФЗ «О рекламе»); - нормы и принципы авторского права: понятие плагиата, правила использования чужих материалов, лицензирования изображений и текстов
	<p>ПК 1.7д. Вести сообщество в социальных сетях для вовлечения подписчиков, использовать различные механики взаимодействия с подписчиками, в т.ч. оригинальные</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ведения одного или нескольких сообществ в социальных сетях; - проведения мероприятий и активностей, направленных на вовлечение подписчиков (конкурсы, опросы, гивы, прямые эфиры); - создания и реализации авторских идей для взаимодействия с аудиторией <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегию вовлечения подписчиков в зависимости от целей клиента и специфики сообщества; - планировать и публиковать контент, направленный на активизацию аудитории; - организовывать и проводить мероприятия в сообществе: конкурсы, викторины, прямые эфиры, челленджи; - поддерживать диалог с подписчиками: отвечать на комментарии, учитывать обратную связь, решать конфликты

		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы построения и развития онлайн-сообществ в различных социальных сетях; - основные цели и задачи ведения сообществ: увеличение охвата, рост аудитории, повышение вовлеченности, формирование лояльности; - типы контента, способствующего вовлечению: опросы, конкурсы, прямые эфиры, сторителлинг, интерактивные посты и др.
<p>Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>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"> - методика рекламного планирования; - инструменты рекламного планирования; - система маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - принципы выбора каналов коммуникации; - аудитория различных средств рекламы; - отраслевая терминология; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых

		<p>коммуникаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей
	<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 КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - 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

		<p>коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - логика и структура плана рекламной кампании; - логика и структура медиаплана; - структура брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании
	<p>ПК 2.3д. Проводить маркетинговый анализ, аналитику действующей стратегии онлайн-продвижения</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения полного цикла маркетингового анализа (от сбора данных до рекомендаций по улучшению стратегии); - работы с аналитическими инструментами (Google Analytics, Яндекс.Метрика, Facebook Insights и др.); - анализа эффективности конкретных маркетинговых кампаний (рекламных, контентных, SMM и т.д.); - подготовки аналитических отчетов и презентаций для клиентов или команды. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - собирать и систематизировать данные для проведения маркетингового анализа; - интерпретировать аналитические данные и делать выводы об эффективности действующей стратегии продвижения; - выявлять сильные и слабые стороны текущих маркетинговых мероприятий; - сравнивать показатели с конкурентами и отраслевыми стандартами; - использовать аналитические данные для корректировки или предложения новой стратегии продвижения <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы и методы маркетингового анализа (анализ целевой аудитории, конкурентов, ниши, текущих кампаний); - ключевые метрики эффективности онлайн-продвижения: охват, вовлеченность, CTR, конверсия, ROI и др.; - принципы построения и анализа стратегий цифрового продвижения (SMM, контекстная реклама, SEO, email-маркетинг и др.); - инструменты аналитики: Google Analytics, Яндекс.Метрика, социальные метрики, CRM-системы; - особенности различных каналов продвижения и их роли в общей стратегии;

	<p>ПК 2.4д. Вести кампании таргетированной рекламы в сети от планирования до анализа результатов</p>	<p>- базовые понятия и термины digital-маркетинга</p> <p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельного планирования, настройки и запуска рекламных кампаний в социальных сетях и других цифровых каналах; - работы с рекламными кабинетами; - подбора и настройки таргета под конкретную целевую аудиторию; - анализа эффективности рекламных кампаний и принятия решений на основе полученных данных; - корректировки кампаний в процессе их проведения с целью повышения эффективности и снижения стоимости привлечения клиентов <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегию таргетированной рекламы с учетом целей клиента и характеристик целевой аудитории; - создавать и настраивать рекламные кампании в различных рекламных кабинетах; - формировать сегменты аудитории и настраивать точное таргетирование; - загружать и тестировать рекламные материалы (тексты, изображения, видео, кнопки призыва); - анализировать показатели эффективности кампаний и проводить их оптимизацию; - составлять отчеты по результатам рекламных кампаний с выводами и рекомендациями <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы создания и ведения кампаний таргетированной рекламы: планирование, настройка, запуск, оптимизация, анализ; - принципы таргетирования: демографическое, географическое, интересы, поведение, ретаргетинг; - ключевые метрики эффективности рекламных кампаний: CTR, CPC, CPA, CR, ROI, конверсия и др.; - правила оформления рекламного контента и требований к баннерам, текстам, изображениям и видео; - принципы бюджетирования, распределения средств между рекламными группами и каналами
--	--	---

	<p>ПК 2.5д. Разрабатывать и продвигать веб-сайты, использовать их для публикации контента в интересах заказчика</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельного создания или участия в разработке веб-сайтов различного назначения; - публикации и редактирования контента на сайте с использованием CMS; - настройки и использования хостинга и домена; - размещения рекламных материалов, продающих страниц, информационных блоков в интересах клиента <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять цели и задачи сайта в соответствии с запросами заказчика; - создавать прототипы и структуру сайта; - размещать и форматировать текстовый и медиа контент (изображения, видео, слайдеры) с учетом требований заказчика; - настраивать базовую SEO-оптимизацию страниц сайта <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структура и типы веб-сайтов (визитка, лендинг, корпоративный сайт, интернет-магазин и др.); - основные этапы создания сайта: постановка целей, проектирование, верстка, наполнение, тестирование, запуск; - принципы SEO-оптимизации: ключевые слова, заголовки, метатеги, внутренняя перелинковка, юзабилити
	<p>ПК 2.6д. Выстраивать позиционирование бренда в связи с поставленными клиентскими задачами, упаковывать и развивать бренд</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки и реализации стратегий позиционирования бренда для реальных клиентов или проектов; - создания визуальной идентичности бренда; - составления brandbook'a или аналогичного документа по стандартизации брендинга <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать запросы клиента и ставить маркетинговые цели для бренда; - выявлять уникальные преимущества и формировать ясное позиционирование бренда; - разрабатывать концепцию бренда, включая создание истории, миссии, ценностей, голоса и тона; - создавать или обновлять визуальную идентичность бренда

		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия и этапы брендинга: позиционирование, УТП, целевая аудитория, ценности бренда, голос и тон коммуникации; - структура стратегии позиционирования бренда и ключевых элементов brandbook'a; - принципы создания уникального имиджа бренда: логотип, фирменный стиль, цветовая палитра, шрифты, визуальный контент; - методы анализа рынка, конкурентов и потребностей целевой аудитории для формирования позиционирования
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	<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 сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет
	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет 	
	ПК.3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	<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

		<p>веб-сайтов и социальных групп;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - отраслевая терминология; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структура 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; - 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,

		<p>представляя их в виде мудборда или референсов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>ПК 3.4д. Разрабатывать маркетинговую стратегию для решения бизнес-задач клиента, оптимизировать используемые инструменты для достижения целей маркетинговой стратегии</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевая терминология; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет <p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки маркетинговой стратегии для реального или учебного проекта; - реализации стратегии с использованием различных инструментов; - анализа эффективности кампаний и принятия решений по их оптимизации; - составления медиаплана и управления бюджетом маркетинговой стратегии <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать текущее положение дел на рынке и формировать обоснованную маркетинговую стратегию; - ставить SMART-цели и выстраивать логическую цепочку достижения

		<p>бизнес-задач через маркетинговые действия;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать наиболее эффективные инструменты продвижения под конкретные цели клиента; - создавать комплексный план действий, объединяющий различные инструменты маркетинга в единую стратегию
	<p>ПК 3.5д. Разрабатывать стратегические планы, контент-планы, рубрикальные планы, графики реализации кампаний онлайн-продвижения</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этапы разработки маркетинговой стратегии: анализ рынка, определение целевой аудитории, постановка целей, выбор каналов продвижения, планирование бюджета; - ключевые показатели эффективности (KPI), применимых к различным инструментам маркетинга; - основные принципы цифрового маркетинга и особенностей применения различных инструментов в зависимости от задач клиента; - методы сегментации и анализа целевой аудитории для более точного позиционирования и продвижения
		<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельной разработки стратегических документов для реальных или учебных проектов; - составления и реализации контент-планов для социальных сетей, сайтов или email-рассылок; - создания рубрикальных планов, учитывающих интересы аудитории и цели клиента; - использования инструментов планирования для организации работы над онлайн-кампаниями
		<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать бизнес-задачи клиента и переводить их в маркетинговые цели; - разрабатывать стратегический план продвижения с учетом целевой аудитории, ресурсов и сроков; - составлять детализированные контент-планы, включая тематику, формат, сроки публикации и ответственных
		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структура и этапы разработки стратегического плана продвижения; - принципы составления контент-планов для различных цифровых каналов

		<p>(социальные сети, сайт, блог, email-рассылки);</p> <ul style="list-style-type: none"> - форматы и цели рубрикальных планов в зависимости от платформы и аудитории; - основы тайм-менеджмента и планирования проектов в digital-маркетинге; - ключевые показатели эффективности (KPI), применимых к онлайн-кампаниям; - инструменты планирования и управления задачами
	<p>ПК 3.6д. Организовывать и проводить оффлайн и онлайн-мероприятия для решения маркетинговых задач</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельной или совместной организации и проведения оффлайн и/или онлайн-мероприятий; - создания концепций, сценариев, презентаций и материалов для мероприятия; - работы с техническими средствами и платформами при проведении онлайн-событий; - продвижения мероприятия через различные каналы и сбора регистрации <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ставить цели мероприятия исходя из маркетинговых задач клиента; - разрабатывать концепцию и сценарий мероприятия; - организовывать логистику оффлайн-мероприятий; - анализировать эффективность мероприятия и формировать отчет с рекомендациями <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этапы организации мероприятий: планирование, подготовка, проведение, аналитика; - особенности проведения оффлайн и онлайн-мероприятий, их преимуществ и ограничений; - инструментов и платформ для проведения онлайн-мероприятий
<p>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

		<ul style="list-style-type: none"> - 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; - отраслевая терминология; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования в соответствии с поставленными задачами
	<p>ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК <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"> - отраслевая терминология; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
	<p>ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в</p>	<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

	сети Интернет	<p>видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы</p> <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 функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных
--	---------------	---

		<p>носителей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - структура 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>ПК 4.4д. Создавать фото и видеоконтент по поставленному техзаданию, готовить фото- и видеоконтент к публикации, в т.ч. обрабатывать фото и видео базовыми инструментами</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создания фото- и видеоконтента по техническому заданию; - работы с мобильными и компьютерными приложениями для съемки и обработки медиаконтента; - подготовки материалов к публикации в социальных сетях, на сайте или в email-рассылке; - обработки и оптимизации медиафайлов под требования разных цифровых платформ; - создания тематических серий фото и видео, соблюдая единую стилистику и концепцию <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - интерпретировать техническое задание и создавать фото- и видеоконтент, соответствующий целям клиента; - планировать и организовывать процесс создания контента; - выполнять съемку фото и видео с использованием доступного оборудования <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы композиции, света, цвета и ракурса при создании фото- и

		<p>видеоматериалов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - форматы изображений и видео, используемых в цифровом маркетинге; - требования к контенту для различных социальных сетей и цифровых платформ (разрешение, пропорции, длительность, стиль)
	<p>ПК 4.5д. Создавать и обрабатывать растровые и векторные изображения, использовать их для разработки брендинговых, рекламных и презентационных продуктов, публиковать в цифровых каналах</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельного создания растровых и векторных изображений для решения практических задач; - разработки рекламных баннеров, сторис, постов, логотипов, иллюстраций, слайдов презентаций и других графических материалов <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать и редактировать растровые изображения (фото, коллажи, текстуры) и векторную графику (логотипы, иконки, инфографика); - разрабатывать визуальные элементы для брендинга, рекламных кампаний, презентаций и других маркетинговых задач; - подбирать и комбинировать шрифты, цвета, стили и графические элементы в едином фирменном стиле; - адаптировать графические материалы под требования разных цифровых платформ <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различия между растровой и векторной графикой, их особенностей и областей применения; - основы дизайна: композиция, цветовые схемы, типографика, стилистика, масштаб, контраст; - принципы создания брендингового, рекламного и презентационного визуального контента; - требования к оформлению материалов для социальных сетей, сайтов, email-рассылок, мобильных приложений; - возможности графических редакторов

4.3.1. Формирование общих и профессиональных компетенций в ходе реализации образовательной программы

4.3.1.1. Формирование ОК

Выпускник должен обладать набором общих компетенций, которые являются неотъемлемой частью его профессионального роста и развития.

Формируемые у обучающихся ОК условно можно разделить на две группы: направленные на развитие личностных качеств и направленные на формирование профессиональных качеств.

На развитие личностных качеств направлены:

ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 08, ОК 09.

При изучении общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей ОК способствуют формированию профессиональных компетенций. На формирование профессиональных качеств направлены:

ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 09.

Общие компетенции формируются при изучении всех дисциплин и профессиональных модулей, реализации плана мероприятий программы воспитания, закрепляются при практическом обучении – в том числе, на практике. Приоритетным средством их формирования является способ деятельности.

Таблица № 5

Матрица формирования ОК при изучении дисциплин, модулей

индекс	Наименование дисциплины, ПМ/МДК	О	О	О	О	О	О	О	О	О
		К0 1	К0 2	К0 3	К0 4	К0 5	К0 6	К0 7	К0 8	К0 9
СГ.00	Социально-гуманитарный цикл									
СГ.01	История	+	+	+		+	+			+
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	+	+		+					+
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	+	+		+			+	+	
СГ.04	Физическая культура				+				+	
СГ.05	Основы финансовой грамотности	+	+	+		+				
СГ.06	Основы бережливого производства	+			+			+		
ОП.00	Общепрофессиональный цикл									
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	+	+			+				+
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	+	+			+				+
ОП.03	История экранных искусств	+	+			+				+
ОП.04	Рекламная деятельность	+	+			+				+
ОП.05	Психология рекламы	+	+			+				+
ОП.06	Русский язык и культура речи	+	+			+				+
ОП.07	Основы управления командой	+	+			+				+
ОП.08	Event-маркетинг	+	+			+				+
ОП.09	Основы веб-аналитики	+	+			+				+
ОП.10	Основы управления проектами /Индивидуальный проект по бизнес-ролям	+	+			+				+
ОП.11	Документационное обеспечение	+	+			+				+

	управлением проекта								
ОП.12	Фотосъемка и обработка фотографий	+	+			+			+
ОП.13	Экономика	+	+			+			+
ОП.14	Психология деловых коммуникаций	+	+			+			+
ОП.15	Управление бизнес-процессами	+	+			+			+
П.00	Профессиональный цикл								
ПМ.00	Профессиональные модули								
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта								
МДК.01.0 1	Маркетинговые исследования	+	+			+			+
МДК.01.0 2	Стратегический маркетинг	+	+			+			+
МДК.01.0 3	Инфлюенс-маркетинг	+	+			+			+
МДК.01.0 4	Контекстная реклама	+	+			+			+
МДК.01.0 5	Основы ВІ	+	+			+			+
МДК.01.0 6	CRM-маркетинг	+	+			+			+
УП.01	Учебная практика	+	+		+	+			+
ПП.01	Производственная практика	+	+		+	+			+
ПМ02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий								
МДК.02.0 1	Разработка digital-стратегии	+	+			+			+
МДК.02.0 2	Аккаунтинг проектов	+	+			+			+
МДК.02.0 3	Мобильный маркетинг	+	+			+			+
МДК.02.0 4	Правовое обеспечение рекламной деятельности	+	+	+		+			+
МДК.02.0 5	Решение прикладных задач	+	+	+		+			+
МДК.02.0 6	Медиапланирование	+	+			+			+
УП.02	Учебная практика	+	+		+	+			+
ПП.02	Производственная практика	+	+		+	+			+
ПМ03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий								
МДК.03.0 1	Таргетированная реклама	+	+			+			+
МДК.03.0 2	Основы контекстной рекламы	+	+			+			+
МДК.03.0 3	Брендинг Стратегии	+	+			+			+
МДК.03.0 4	Брендинг.Методики	+	+			+			+
МДК.03.0 5	SMM-стратегии	+	+			+			+
УП.03	Учебная практика	+	+		+	+			+

ПП.03	Производственная практика	+	+		+	+				+
ПМ04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях									
МДК.04.0 1	Контент-маркетинг	+	+			+				+
МДК.04.0 2	Веб-дизайн	+	+			+				+
МДК.04.0 3	Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere)	+	+			+				+
МДК.04.0 4	Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop)	+	+			+				+
МДК.04.0 5	UX/UI-дизайн	+	+			+				+
УП.04	Учебная практика	+	+		+	+				+
ПП.04	Производственная практика	+	+		+	+				+

4.3.1.2. Формирование ПК

Таблица № 6

Матрица формирования ПК при изучении дисциплин, модулей

индекс	Наименование дисциплины, ПМ/МДК	ПК 1.1	ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5 ^п	ПК 1.6 ^п	ПК 1.7 ^п	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3 ^п	ПК 2.4 ^п	ПК 2.5 ^п	ПК 2.6 ^п	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 3.3	ПК 3.4 ^п	ПК 3.5 ^п	ПК 3.6 ^п	ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3	ПК 4.4 ^п	ПК 4.5 ^п
		СГЭ.00	Социально-гуманитарный цикл																						
СГ.01	История России																								
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности					+				+								+							
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности																								
СГ.04	Физическая культура																								
СГ.05	Основы финансовой грамотности																								
СГ.06	Основы бережливого производства																								
ОП.00	Общепрофессиональный цикл																								
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе													+							+	+	+	+	+
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности						+	+				+	+									+		+	+
ОП.03	История экранных искусств						+	+						+				+		+	+			+	+
ОП.04	Рекламная деятельность	+			+	+	+		+						+		+		+	+					+
ОП.05	Психология рекламы	+				+					+	+	+					+							+
ОП.06	Русский язык и культура речи				+	+																			
ОП.07	Основы управления командой	+									+										+				
ОП.08	Event-маркетинг						+	+	+		+							+	+						
ОП.09	Основы веб-аналитики		+	+							+						+			+					
ОП.10	Основы управления проектами /Индивидуальный проект по бизнес-ролям													+					+	+	+	+			+
ОП.11	Документационное обеспечение управлением проекта								+									+		+					
ОП.12	Фотосъемка и обработка фотографий																				+	+	+	+	+
ОП.13	Экономика								+	+	+									+					
ОП.14	Психология деловых коммуникаций								+	+	+	+	+	+											
ОП.15	Управление бизнес-процессами								+	+	+	+	+	+											

Раздел 5. Характеристика основных элементов ОПОП

В пакет документов, образующих ОПОП 42.02.01 Реклама на базе СОО, входят:

- учебный план (УП) - документ, который определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности и формы промежуточной аттестации обучающихся;

- календарный учебный график (КУГ) – документ, который устанавливает последовательность и продолжительность теоретического обучения, экзаменационных сессий, практик, государственной итоговой аттестации и каникул;

- рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей – нормативно-методические документы, являющиеся составной частью образовательной программы и определяющие содержание дисциплины, вырабатываемые компетенции, составные части учебного процесса по дисциплине/МДК/ПМ, взаимосвязь данной дисциплины/МДК/ПМ и других дисциплин/МДК/ПМ учебного плана, формы и методы организации учебного процесса и контроля знаний студентов, учебно-методическое и материально-техническое обеспечение учебного процесса;

- рабочие программы практик - нормативно-методические документы, определяющие содержание практико-ориентированного обучения студентов в условиях реальной профессиональной деятельности, соответствующей направлению (профилю) подготовки, и обеспечивающие реализацию ФГОС СПО;

- Программа Государственной итоговой аттестации – локальный документ, регулирующий проведение ГИА с целью определения соответствия результатов освоения студентами образовательной программы соответствующим требованиям ФГОС СПО с последующей выдачей документа государственного образца об уровне образования и квалификации (диплома);

- оценочные материалы (ОМ) - контрольные задания, а также описания форм и процедур, предназначенных для определения качества освоения обучающимися учебного материала, дисциплины, профессионального модуля, направленные на измерение степени сформированности компетенции как в целом, так и отдельных ее компонентов;

- методические материалы, обеспечивающие реализацию ФГОС СПО и/или образовательной технологии;

- рабочая программа воспитания (РПВ) — это комплекс основных характеристик осуществляемой в образовательной организации воспитательной работы;

- календарный план воспитательной работы (КПВР) – документ, определяющий порядок и последовательность осуществления программы воспитания, с указанием сроков и ответственных исполнителей.

5.1. Учебный план

Учебный план регламентирует порядок реализации ОПОП СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебный план определяет качественные и количественные характеристики образовательной программы:

- перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных предметов, дисциплин, междисциплинарных курсов, профессиональных модулей, практики, иных видов учебной деятельности обучающихся;

- формы промежуточной аттестации по ним;

- сроки прохождения и продолжительность учебной и производственной практики;

- форму ГИА и объем времени, отведенный на нее;

- объем каникул по годам обучения.

Общий объем ОПОП составляет 2952 часа, в том числе:

ГИА – 216 час.;

обучение по циклам – 2736 час., в том числе:

– объем цикла СГ.00 – 530 часа;

– объем цикла ОП.00 – 802 часа;

– объем цикла П.00 – 1404 часа, из них на практику отведено 432 часа.

Обязательная часть ОПОП в соответствии с требованиями ФГОС СПО представлена обязательными дисциплинами и ПМ, определенными ФГОС СПО по специальности (циклы СГ.00, ОП.00, ПМ.00).

Таблица № 7

Распределение обязательных и вариативных часов

Индекс	Наименование дисциплины, модуля	Кол-во часов	В том числе	
			обязат.	вариат.
СГ.00	Социально-гуманитарный цикл	530	292	238
СГ.01	История России	40	40	-
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	248	12	210
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	68	68	-
СГ.04	Физическая культура	98	70	28
СГ.05	Основы финансовой грамотности	38	38	-
СГ.06	Основы бережливого производства	38	38	-
ОП.00	Общепрофессиональный цикл	802	354	448
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	48	48	-
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	58	58	-
ОП.03	История экранных искусств	40	40	-
ОП.04	Рекламная деятельность	102	102	-
ОП.05	Психология рекламы	74	74	-
ОП.06	Русский язык и культура речи	32	32	-
ОП.07	Основы управления командой	44	-	44
ОП.08	Event-маркетинг	74	-	74
ОП.09	Основы веб-аналитики	32	-	32
ОП.10	Основы управления проектами /Индивидуальный проект по бизнес-ролям	82	-	82
ОП.11	Документационное обеспечение управлением проекта	54	-	54
ОП.12	Фотосъемка и обработка фотографий	42	-	42
ОП.13	Экономика	32	-	32
ОП.14	Психология деловых коммуникаций	32	-	32
ОП.15	Управление бизнес-процессами	56	-	56
П.00	Профессиональный цикл	1404	1262	142
ПМ.00	Профессиональные модули			
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	342	296	46
МДК.01.01	Маркетинговые исследования	32	32	-
МДК.01.02	Стратегический маркетинг	32	32	-
МДК.01.03	Инфлюенс-маркетинг	44	44	-
МДК.01.04	Контекстная реклама	42	42	-
МДК.01.05	Основы ВІ	32	32	-
МДК.01.06	CRM-маркетинг	40	-	40

УП.01	Учебная практика	36	36	-
ПП.01	Производственная практика	72	72	-
ПМ.01.Э	Экзамен по модулю	12	12	6
ПМ02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	410	358	52
МДК.02.01	Разработка digital-стратегии	46	-	46
МДК.02.02	Аккаунтинг проектов	32	32	-
МДК.02.03	Мобильный маркетинг	46	46	-
МДК.02.04	Правовое обеспечение рекламной деятельности	46	46	-
МДК.02.05	Решение прикладных задач	36	36	-
МДК.02.06	Медиапланирование	48	48	-
УП.02	Учебная практика	36	36	-
ПП.02	Производственная практика	108	108	-
ПМ.02.Э	Экзамен по модулю	12	6	6
ПМ03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	356	350	6
МДК.03.01	Таргетированная реклама	32	32	-
МДК.03.02	Основы контекстной рекламы	38	38	-
МДК.03.03	Брендинг Стратегии	54	54	-
МДК.03.04	Брендинг.Методики	42	42	-
МДК.03.05	SMM-стратегии	70	70	-
УП.03	Учебная практика	72	72	-
ПП.03	Производственная практика	36	36	-
ПМ.03.Э	Экзамен по модулю	12	6	6
ПМ04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	296	258	38
МДК.04.01	Контент-маркетинг	54	54	-
МДК.04.02	Веб-дизайн	38	38	-
МДК.04.03	Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere)	44	44	-
МДК.04.04	Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop)	44	44	-
МДК.04.05	UX/UI-дизайн	32	-	32
УП.04	Учебная практика	36	36	-
ПП.04	Производственная практика	36	36	-
ПМ.04.Э	Экзамен по модулю	12	6	6
	ВСЕГО:	2736	1908 69,7%	828 30,3%

Вариативная часть в объёме 828 часов, использована:

- на увеличение объема дисциплин, реализуемых за счет обязательной части ОПОП (238 часов);
- на подготовку к экзаменам по модулям - СР (24 часа);
- на введение новых дисциплин и МДК (566 часов).

Обоснование введения новых дисциплин

индекс	Код и наименование дисциплин, МДК	Кол-во часов	Обоснование введения в УП
ОП.07	Основы управления командой	44	Дисциплина направлена на формирование у студентов комплексного понимания принципов и методов эффективного взаимодействия в профессиональной среде, а также развития навыков руководства проектными командами
ОП.08	Event-маркетинг	74	Дисциплина способствует формированию у студентов навыков разработки, организации и реализации мероприятий как инструмента маркетинговой и рекламной коммуникации
ОП.09	Основы веб-аналитики	32	Дисциплина формирует навыки работы с цифровыми данными, анализа эффективности рекламных кампаний и принятия решений на основе аналитических показателей
ОП.10	Основы управления проектами /Индивидуальный проект по бизнес-ролям	82	Дисциплина способствует освоению системного понимания принципов и методов организации рекламных проектов, а также развития практических навыков планирования, реализации и контроля выполнения задач в условиях ограниченных ресурсов и сроков.
ОП.11	Документационное обеспечение управлением проекта	54	Дисциплина формирует у студентов навыки подготовки, оформления и ведения проектной документации на всех этапах жизненного цикла рекламного проекта.
ОП.12	Фотосъемка и обработка фотографий	42	Дисциплина направлена на формирование у студентов практических навыков создания и подготовки визуального контента, используемого в рекламной деятельности.
ОП.13	Экономика	32	Дисциплина способствует освоению базового понимания экономических процессов, механизмов функционирования рекламного рынка и принципов рационального использования ресурсов при планировании и реализации рекламных проектов.
ОП.14	Психология деловых коммуникаций	32	Дисциплина формирует навыки эффективного взаимодействия в профессиональной среде, развитие коммуникативной культуры и умение строить продуктивные деловые отношения с клиентами, коллегами и

			партнерами.
ОП.15	Управление бизнес-процессами	56	Дисциплина направлена на формирование у студентов системного понимания принципов организации и оптимизации процессов, лежащих в основе рекламной деятельности, а также развития навыков анализа, моделирования и управления такими процессами.
МДК.01.06	CRM-маркетинг	40	Изучение МДК обеспечивает формирование у студентов комплексного понимания роли CRM в рекламной деятельности
МДК.02.01	Разработка digital-стратегии	46	МДК формирует у студентов системного подхода к построению digital-стратегий
МДК.04.05	UX/UI-дизайн	32	Изучение МДК направлено на развитие навыков создания удобных и эстетически выверенных цифровых интерфейсов

В учебном плане учтены все требования ФГОС СПО по специальности к ОПОП, в том числе – к учебному плану:

- обязательная часть образовательной программы составляет не более 70% от общего объема времени, отведенного на ее освоение (69,7%); вариативная часть ОПОП - не менее 30% (30,3%) дает возможность расширения основных видов деятельности, к которым должен быть готов выпускник, углубления подготовки обучающегося, а также получения дополнительных компетенций, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда;

- в учебном плане представлены все циклы (СГ.00, ОП.00, П.00);

- в каждом цикле выделены объемы работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем, самостоятельной работы;

- на проведение учебных занятий и практик отведено 2472 час. – 90,4% (требования ФГОС – не менее 70%), самостоятельная работа обучающихся составляет 164 час. (6,0%);

- в учебные циклы включена промежуточная аттестация обучающихся;

- обязательная часть цикла СГ.00 предусматривает изучение следующих обязательных дисциплин: "История России", "Иностранный язык в профессиональной деятельности", "Безопасность жизнедеятельности", "Физическая культура", "Основы финансовой грамотности", "Основы бережливого производства";

- объем дисциплины "Безопасность жизнедеятельности"(цикл СГ.00) составляет 68 час. (соответствует требованиям ФГОС СПО);

- цикл П.00 включает профессиональные модули, соответствующие основным видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО (таблица № 9):

Таблица № 9

Соотношение профессиональных модулей с видами деятельности специалиста по рекламе

Вид деятельности	Наименование ПМ
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

в каждый ПМ включены 3-6 МДК, направленные на формирование ОК и ПК, соответствующие данному виду деятельности. Объем профессионального модуля составляет не менее 6 зачетных единиц (192 час.):

Таблица № 10

Состав профессиональных модулей

Индекс и наименование ПМ	Структурные элементы ПМ	Кол-во часов
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	МДК.01.01 Маркетинговые исследования	222
	МДК.01.02 Стратегический маркетинг	+
	МДК.01.03 Инфлюенс-маркетинг	16 экз.
	МДК.01.04 Контекстная реклама	по
	МДК.01.05 Основы ВІ	ПМ.01
	МДК.01.06 CRM-маркетинг	
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	МДК.02.01 Разработка digital-стратегии	254
	МДК.02.02 Аккаунтинг проектов	+
	МДК.02.03 Мобильный маркетинг	16 экз.
	МДК.02.04 Правовое обеспечение рекламной деятельности	по
	МДК.02.05 Решение прикладных задач	ПМ.02
	МДК.02.06 Медиапланирование	
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	МДК.03.01 Таргетированная реклама	236
	МДК.03.02 Основы контекстной рекламы	+
	МДК.03.03 Брендинг Стратегии	16 экз.
	МДК.03.04 Брендинг.Методики	по
	МДК.03.05 SMM-стратегии	ПМ.03
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	МДК.04.01 Контент-маркетинг	212
	МДК.03.02 Веб-дизайн	+
	МДК.03.03 Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere)	16 экз.
	МДК.03.04 Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop)	по
	МДК.03.05 UX/UI-дизайн	ПМ.04

– учебная практика и производственная практика, входящие в цикл П.00, по содержанию и периодам проведения сопряжены с профессиональными модулями:

Таблица № 11

Распределение практики

Индекс и наименование ПМ	Виды практики	Кол-во часов
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	УП.01 Учебная практика	36
	ПП.01 Производственная практика	72
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	УП.02 Учебная практика	36
	ПП.02 Производственная практика	108
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	УП.03 Учебная практика	72
	ПП.03 Производственная практика	36
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	УП.04 Учебная практика	36
	ПП.04 Производственная практика	36

– на проведение практик в учебном плане выделено 30,8% от объема цикла П.00;
 – запланировано проведение ГИА в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы).

Учебным планом предусмотрено выполнение двух курсовых работ (проектов) - по МДК 02.04 Правовое обеспечение рекламной деятельности, МДК 03.05 SMM-стратегии;

Выполнение курсовых работ (проектов) является видом учебной работы, выполняемой в пределах времени, отведённого на освоение ПМ/МДК.

Перечень учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей за весь период обучения с разбивкой по курсам приведен в таблице № 12:

Таблица № 12

Распределение дисциплин и профессиональных модулей по курсам

индекс	Наименование дисциплины, ПМ/МДК	1 курс	2 курс
СГ.00	Социально-гуманитарный цикл		
СГ.01	История России		
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности		
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности		
СГ.04	Физическая культура		
СГ.05	Основы финансовой грамотности		
СГ.06	Основы бережливого производства		
ОП.00	Общепрофессиональный цикл		
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе		
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности		

ОП.03	История экранных искусств		
ОП.04	Рекламная деятельность		
ОП.05	Психология рекламы		
ОП.06	Русский язык и культура речи		
ОП.07	Основы управления командой		
ОП.08	Event-маркетинг		
ОП.09	Основы веб-аналитики		
ОП.10	Основы управления проектами /Индивидуальный проект по бизнес-ролям		
ОП.11	Документационное обеспечение управлением проектом		
ОП.12	Фотосъемка и обработка фотографий		
ОП.13	Экономика		
ОП.14	Психология деловых коммуникаций		
ОП.15	Управление бизнес-процессами		
П.00	Профессиональный цикл		
ПМ.00	Профессиональные модули		
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта		
МДК.01.01	Маркетинговые исследования		
МДК.01.02	Стратегический маркетинг		
МДК.01.03	Инфлюенс-маркетинг		
МДК.01.04	Контекстная реклама		
МДК.01.05	Основы BI		
МДК.01.06	CRM-маркетинг		
УП.01	Учебная практика		
ПП.01	Производственная практика		
ПМ.01.Э	Экзамен по модулю		
ПМ02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
МДК.02.01	Разработка digital-стратегии		
МДК.02.02	Аккаунтинг проектов		
МДК.02.03	Мобильный маркетинг		
МДК.02.04	Правовое обеспечение рекламной деятельности		
МДК.02.05	Решение прикладных задач		
МДК.02.06	Медиапланирование		
УП.02	Учебная практика		
ПП.02	Производственная практика		
ПМ.02.Э	Экзамен по модулю		
ПМ03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		
МДК.03.01	Таргетированная реклама		
МДК.03.02	Основы контекстной рекламы		
МДК.03.03	Брендинг Стратегии		
МДК.03.04	Брендинг.Методики		
МДК.03.05	SMM-стратегии		
УП.03	Учебная практика		
ПП.03	Производственная практика		
ПМ.03.Э	Экзамен по модулю		
ПМ04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных		

	креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		
МДК.04.01	Контент-маркетинг		
МДК.04.02	Веб-дизайн		
МДК.04.03	Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere)		
МДК.04.04	Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop)		
МДК.04.05	UX/UI-дизайн		
УП.04	Учебная практика		
ПП.04	Производственная практика		
ПМ.04.Э	Экзамен по модулю		

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

Практическая подготовка осуществляется в рамках:

- практики (учебная, производственная);
- проведения практических занятий, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, при реализации общепрофессиональных дисциплин, модулей;
- отдельных занятий теоретического типа, которые предусматривают передачу обучающимся учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Объемы практических занятий и лабораторных работ запланированы в УП, исходя из разработанных программ дисциплин и профессиональных модулей.

Учебная и производственная практики реализуются при освоении профессиональных компетенций в рамках каждого профессионального модуля как рассредоточено, так и концентрированно.

Основной целью учебной практики является закрепление знаний, приобретенных в процессе лекционных, лабораторных занятий и самостоятельной работы студента, отработка полученных практических навыков и приобретение первоначального практического опыта.

Целью производственной практики является систематизация, обобщение и углубление теоретических знаний, формирование практических умений, общих и профессиональных компетенций, приобретение студентами практического опыта работы в коллективе.

Учебная практика проводится на базе Колледжа КАСПИИ или в профильных организациях; производственная практика – в профильных организациях и (или) ИП на основании заключенных договоров.

Учебный план определяет форму промежуточной аттестации (ПА) по каждой дисциплине, МДК, ПМ, виду практики.

Учебным планом предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена по дисциплинам и МДК:

Распределение экзаменов по семестрам

Семестр	Наименование дисциплины
1	МДК.02.05 Решение прикладных задач МДК.03.02 Основы контекстной рекламы МДК.04.02 Веб-дизайн
2	МДК.03.03 Брендинг Стратегии МДК.04.01 Контент-маркетинг Экзамен по модулю
3	МДК.01.06 CRM-маркетинг МДК.02.04 Правовое обеспечение рекламной деятельности Экзамен по модулю
4	ОП.15 Управление бизнес-процессами Экзамены по модулям

По окончании освоения программ профессиональных модулей в последнем семестре изучения каждого из них проводится экзамен по модулю, по результатам которого выносится решение: «вид профессиональной деятельности освоен /не освоен» с оценкой «отлично»/ «хорошо»/ «удовлетворительно»/ «неудовлетворительно».

Экзамены по модулям предусмотрены:

во 2 семестре – по ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;

в 3 семестре – по ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях;

в 4 семестре - по 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.

Экзамены проводятся в специально отведенное учебным планом время, освобожденное от учебных занятий. В учебном году предусмотрено до 8 экзаменов.

Объем часов, предусмотренный на проведение экзамена, включает часы на подготовку (СР), проведение консультаций и экзаменов.

Учебным планом предусмотрены зачеты (не более 10 за учебный год), в том числе – дифференцированные (с оценкой), которые проводятся за счет часов, отведенных на изучение дисциплин, МДК.

За счет часов, отведенных на изучение дисциплин, МДК, практик, проводятся иные формы промежуточной аттестации: контрольные работы, рубежный (семестровый) контроль с использованием накопительной системы оценивания и контрольного тестирования, межсессионная аттестация, защита курсовой работы/курсового проекта, защита/сдача отчета по практике и др.

Форма промежуточной аттестации указывается в рабочей программе дисциплины, МДК, вида практики и доводится до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев обучения.

5.2. Календарный учебный график

Календарный учебный график устанавливает последовательность и продолжительность теоретического обучения, экзаменационных сессий, практик, государственной итоговой аттестации и каникул. КУГ составляется на основании учебного плана для каждой учебной группы на каждый текущий учебный год до его начала, с учетом календарных сроков, утверждается директором.

При составлении КУГ учитываются следующие условия:

- начало учебной деятельности (образовательного процесса) – 1 сентября (в соответствии с календарем);

- каникулы – 2 раза в год общей продолжительностью 8 - 11 недель, в том числе 2 недели - в зимний период;

- учебная и производственная практики могут реализовываться как концентрированно в несколько периодов, так, и рассредоточено, чередуясь с теоретическими занятиями;

- календарный учебный график групп выпускного курса отражает сроки проведения ГИА.

В график учебного процесса могут вноситься изменения, в связи с учебно-производственной необходимостью и другими вескими причинами.

КУГ на текущий учебный год размещается на официальном сайте Колледжа КАСПИЙ.

5.3. Рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей

Рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей являются составной частью образовательной программы, разрабатываются преподавателями, рассматриваются кафедрами, визируются заместителем директора по учебно-методической работе, утверждаются директором (в составе ОПОП).

В рабочих программах дисциплин и профессиональных модулей:

– сформулированы требования к результатам их освоения: приобретаемому практическому опыту, знаниям и умениям;

– сформулированы требования к формируемым компетенциям;

– указано место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы;

– указан объем дисциплины (модуля) в академических часах (по видам учебных занятий) с указанием часов, выделенных на различные виды учебной деятельности и самостоятельную работу обучающихся, на экзамен (при наличии);

- указаны формы промежуточной аттестации по дисциплине/МДК/ПМ;

– представлено содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий;

– описаны условия реализации рабочей программы: образовательные технологии, требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы, по профессиональным модулям – требования к кадровому обеспечению образовательного процесса.

Рабочие программы ПМ могут формироваться по системе «матрешки», т.е. включать в себя самостоятельные РП всех структурных элементов данного модуля.

В связи с выходом Перечня документов, подготовка которых осуществляется педагогическими работниками при реализации основных общеобразовательных программ, образовательных программ среднего профессионального образования (приказ Министерства просвещения РФ от 06.11.2024 № 779) структура РП дисциплин, МДК/модуля дополнена приложениями с оценочными материалами и методическими материалами.

Копии рабочих программ дисциплин и ПМ размещаются на официальном сайте Колледжа КАСПИЙ.

5.4. Рабочие программы практик

В рабочих программах учебной и производственной практик указаны виды работ, предусмотренные рабочей программой ПМ, перечень конкретных заданий, требования к базам практики и отчетным документам студентов-практикантов.

В программах практик:

- сформулированы требования к результатам их освоения (приобретаемому практическому опыту и умениям);
- сформулированы требования к формируемым компетенциям;
- указано место практики в структуре образовательной программы;
- указан объем практики в академических часах и неделях;
- представлено содержание практики, структурированное по разделам (этапам) с указанием отведенного на них количества академических часов (недель) и видов производственных работ;
- описаны условия реализации программы практики (требования к проведению практики, требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы, требования к кадровому обеспечению образовательного процесса, требования к аттестации по итогам практики);
- представлен фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Рабочие программы практики рассматриваются кафедрами, визируются заместителем директора по учебной работе, утверждаются директором в составе ОПОП.

Производственная практика проводится на основе договоров, заключаемых Колледжем КАСПИИ с базами практики – организациями, ИП, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Представители базы практики в рамках договора осуществляют согласование программ практики, содержание и планируемые результаты практики, задание на практику.

Копии рабочих программ практик размещаются на официальном сайте Колледжа КАСПИИ.

5.5. Программа государственной итоговой аттестации

Программа ГИА разрабатывается ведущими преподавателями, осуществляющими подготовку по специальности, принимается на заседании педагогического совета с участием председателя ГЭК, утверждается директором Колледжа КАСПИИ и доводится до сведения выпускников не менее чем за 6 мес. до ГИА на основе «Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» (приказ Министерства просвещения России от 08.11.2021 № 800 (с изменениями и дополнениями). При изменении нормативной базы в Программу ГИА оперативно вносятся изменения, и ГИА организуется в соответствии с актуальными на момент выпуска требованиями по ее проведению.

Программа ГИА содержит описание процедур проведения ГИА (ДЭ и защита ДР/ДП), требования к ДР/ДП и методике ее/его оценивания, порядок подачи апелляции и пересдачи ГИА.

Демонстрационный экзамен направлен на определение уровня освоения выпускником материала, предусмотренного образовательной программой, и степени сформированности профессиональных умений и навыков путём проведения независимой экспертной оценки выполненных выпускником практических заданий в условиях реальных или смоделированных производственных процессов.

Демонстрационный экзамен проводится по двум уровням:

- ✓ демонстрационный экзамен базового уровня проводится на основе требований к результатам освоения образовательных программ среднего профессионального образования, установленных ФГОС СПО;

- ✓ демонстрационный экзамен профильного уровня проводится по решению образовательной организации на основании заявлений выпускников на основе требований к результатам освоения образовательных программ СПО, установленных ФГОС СПО, с учетом положений стандартов, а также квалификационных требований, заявленных

организациями, работодателями, заинтересованными в подготовке кадров соответствующей квалификации, в том числе являющимися стороной договора о сетевой форме реализации образовательных программ и (или) договора о практической подготовке обучающихся.

Для проведения ДЭ применяется комплект оценочной документации (далее - КОД), разрабатываемый оператором (ФирПО) согласно п. 21 Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования (утв. Министерством просвещения Российской Федерации 8 ноября 2021 г. № 800) с указанием уровня проведения (базовый/профильный).

Комплект оценочной документации включает комплекс требований для проведения демонстрационного экзамена, перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания, план застройки площадки демонстрационного экзамена, требования к составу экспертных групп, инструкции по технике безопасности, а также образцы заданий.

Задание демонстрационного экзамена включает комплексную практическую задачу, моделирующую профессиональную деятельность и выполняемую в режиме реального времени. Образцы заданий в составе комплекта оценочной документации размещаются на сайте оператора до 1 октября года, предшествующего проведению демонстрационного экзамена (далее – ДЭ).

Продолжительность ДЭ – не более 6 часов.

Выполнение и защита дипломного проекта (работы) является обязательным заключительным этапом обучения студента и имеет своей целью:

- систематизацию, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по специальности и применение этих знаний при решении конкретных практических задач;

- развитие навыков организации самостоятельной исследовательской деятельности и овладение методиками исследования, экспериментирования при решении разрабатываемых в дипломной работе проблем и вопросов;

- выявление степени профессиональной подготовленности выпускника для самостоятельной работы в условиях развития современного производства.

В ходе выполнения и представления результатов дипломного проекта (работы) студент должен:

- показать способность и умение самостоятельно решать задачи профессиональной деятельности, проводить поиск, обработку и изложение информации, научно аргументировать и защищать свою точку зрения, опираясь на теоретические знания, практические навыки и сформированные общекультурные и профессиональные компетенции;

- показать достаточный уровень общенаучной и специальной подготовки, соответствующей требованиям ОП и ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама (квалификация – специалист по рекламе), способность и умения применять теоретические и практические знания при решении конкретных задач, стоящих перед специалистами в современных условиях;

- показать умения разрабатывать программу исследования, включающую формулировку проблемы, определение объекта, предмета, задач и методов исследования;

- показать способность к анализу источников по теме с обобщениями и выгодами, сопоставлениями и оценкой различных точек зрения;

- показать умения систематизировать и анализировать полученные научные данные;

- выделить элементы новизны по исследуемой проблеме;

- продемонстрировать умение вести научный диалог, представлять результаты исследований, отвечать на вопросы, оперировать специальной терминологией.

Дипломный проект (работа) предполагает самостоятельную подготовку (написание) выпускником проекта (работы), демонстрирующего уровень знаний выпускника в рамках выбранной темы, а также сформированность его профессиональных умений и навыков.

Обязательное требование – соответствие тематики дипломной работы (проекта) содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

5.6. Система оценивания результатов освоения ОПОП. Оценочные материалы

Содержательной и критериальной основой для системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП СПО служат планируемые результаты.

Система оценки достижения планируемых результатов освоения ОПОП СПО:

1) закрепляет основные направления и цели оценочной деятельности, ориентированной на управление качеством образования, описывает объект и содержание оценки, критерии, процедуры и состав инструментария оценивания, формы представления результатов, условия и границы применения системы оценки;

2) ориентирует образовательную деятельность на реализацию требований к результатам освоения ОПОП СПО;

3) обеспечивает комплексный подход к оценке результатов освоения ОПОП СПО, в т.ч. формирования общих и профессиональных компетенций;

4) обеспечивает оценку динамики индивидуальных достижений, обучающихся в процессе освоения ОПОП СПО в ходе текущего контроля в журналах успеваемости;

5) предусматривает использование разнообразных методов и форм, взаимно дополняющих друг друга: стандартизированные письменные и устные работы, проекты, конкурсы, практические работы, творческие работы, самоанализ и самооценка, наблюдения, испытания (тесты), иное;

6) позволяет использовать результаты итоговой оценки выпускников, характеризующие уровень достижения планируемых результатов освоения ОПОП СПО, при оценке деятельности образовательной организации.

Система оценочной деятельности Колледжа КАСПИЙ при реализации ОПОП отражена в таблице № 14.

Оценка личностных результатов, обучающихся осуществляется через оценку достижения планируемых результатов освоения ОПОП СПО, которые устанавливаются требованиями ФГОС СОО. Достижение личностных результатов не выносится на промежуточную аттестацию и ГИА обучающихся, а является предметом оценки эффективности воспитательно-образовательной деятельности образовательной организации и образовательных систем разного уровня.

Во внутреннем мониторинге возможна оценка сформированности отдельных личностных результатов, проявляющихся в соблюдении норм и правил поведения, принятых в образовательной организации; участии в общественной жизни образовательной организации, ближайшего социального окружения, Российской Федерации, общественно-полезной деятельности; ответственности за результаты обучения; способности делать осознанный выбор своей образовательной траектории, в том числе ценностно-смысловых установках обучающихся, формируемых средствами учебных предметов.

Оценка метапредметных результатов представляет собой оценку достижения планируемых результатов освоения ОПОП СПО, которые отражают совокупность познавательных, коммуникативных и регулятивных универсальных учебных действий, а также систему междисциплинарных (межпредметных) понятий.

Формирование метапредметных результатов обеспечивается комплексом освоения программ учебных предметов и внеурочной деятельности в общеобразовательном цикле.

Основным объектом оценки метапредметных результатов:

- освоение обучающимися межпредметных понятий и универсальных учебных действий (регулятивных, познавательных, коммуникативных);
- способность использования универсальных учебных действий в познавательной и социальной практике, готовность к самостоятельному планированию и осуществлению учебной деятельности, организации учебного сотрудничества с педагогическими работниками и сверстниками, к участию в построении индивидуальной образовательной траектории;
- овладение навыками учебно-исследовательской, проектной и социальной деятельности.

Предметные результаты освоения ОПОП СПО с учетом специфики содержания предметных областей, учебных циклов, включающих конкретные учебные предметы, дисциплины (модули) ориентированы на применение знаний, умений и навыков обучающимися в учебных ситуациях и реальных жизненных условиях, а также на успешное обучение.

Оценка предметных результатов представляет собой оценку достижения обучающимися планируемых результатов по отдельным учебным предметам, дисциплинам, МДК и ПМ.

Оценка освоения ОПОП осуществляется педагогическими работниками в ходе процедур

- текущего контроля (в т.ч. тематического)
- промежуточной аттестации.

Текущий контроль представляет собой процедуру оценки индивидуального продвижения обучающегося в освоении программы учебного предмета, дисциплины, модуля.

Текущий контроль оценка может быть формирующим (поддерживающим и направляющим усилия обучающегося, включающим его в самостоятельную оценочную деятельность), и диагностическим, способствующим выявлению и осознанию педагогическим работником и обучающимся существующих проблем в обучении.

В текущем контроле используются различные формы и методы проверки (устные и письменные опросы, практические работы, творческие работы, индивидуальные и групповые формы, само- и взаимооценка, рефлексия, листы продвижения и другие) с учетом особенностей учебного предмета.

Оценочные материалы (ОМ) для текущего контроля представлены тестовыми заданиями, заданиями для практических и лабораторных, самостоятельных и контрольных работ, вопросами и заданиями для индивидуального/фронтального, письменного/устного опросов, ситуационными и математическими задачами и др.

Формы промежуточной аттестации определяются учебным планом. В СПО используются следующие формы промежуточной аттестации:

- экзамен (включая комплексный);
- экзамен по модулю (включая комплексный);
- дифференцированный зачет (с оценкой);
- мини проекты(презентации)
- курсовой проект/курсовая работа;
- защита индивидуального проекта;
- защита/сдача отчета по практике;
- семестровый контроль;
- контрольная работа;

и др.

Проведение текущего контроля и промежуточной аттестации регулируется соответствующим локальным нормативным актом.

ОМ для промежуточной аттестации разрабатываются для оценивания качества подготовки обучающихся по двум основным направлениям:

- оценка уровня освоения дисциплин;
- оценка освоенных компетенций.

Освоение образовательной программы 42.02.01 Реклама завершается государственной итоговой аттестацией (ГИА), которая является обязательной.

Формы проведения ГИА по специальности: демонстрационный экзамен (ДЭ) и защита дипломного проекта (работы).

Проведение ГИА регулируется приказом Министерства просвещения РФ от 08.11.2021 года № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования».

Оценочные материалы разрабатываются Оператором проведения ДЭ и образовательной организацией (для защиты дипломного проекта (работы) и содержатся в Программе ГИА.

Из оценочных материалов формируется Фонд оценочных средств (ФОС) - комплекс контрольно-оценочных средств оценивания знаний, умений и компетенций студентов, на разных стадиях их обучения, а также для государственной итоговой аттестации выпускников на соответствие уровня их подготовки требованиям соответствующего ФГОС по завершению освоения ОПОП. ФОС включает оценочные материалы (ОМ) для текущего контроля знаний и умений, обучающихся и промежуточной аттестации по каждой дисциплине, МДК, ПМ, виду практики, а также - для проведения ГИА.

Комплект оценочных средств для проведения ГИА выпускников представлены тематикой ДП/ДР, а также заданиями для ДЭ, разработанными Оператором.

Фонд оценочных средств для проведения ГИА включает перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы; набор оценочных средств, описание процедур и условий проведения государственной итоговой аттестации, критерии оценки, оснащение рабочих мест для выпускников; методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Система оценивания

Объект оценки	Содержание оценки	Критерии оценивания	Процедуры оценивания	Состав инструментари я оценивания	Формы представления результатов	Условия применения системы оценки	Границы применения системы оценки
Общие компетенции	Поведение обучающихся и проявление компетенций в результатах освоения программы	Участие в воспитательных мероприятиях Личное поведение на занятиях Оценка освоения отдельных компонентов программы	В составе текущего контроля и ПА	Оценочные материалы	Из программы воспитания По отдельным компетенциям - задания с ПА/ мониторинги, отчеты педагогов	В ходе текущей и промежуточно й аттестации профессионал ьной подготовки	В пределах профессиональ ной части ОПОП (ФГОС СПО)
Профессиональны е компетенции	Профессиональны е компетенции	Соответствие выполненных видов работ профессионально й оценке	Практики	ФОС практики	В соответствии с ФОС / ведомости ПА	Аттестация практики	Профессиональ ные модули
Виды деятельности	Виды деятельности	Соответствие выполненных видов работ профессионально й оценке	Промежуточна я аттестация модуля	ФОС модуля	В соответствии с ФОС/ ведомости ПА	Аттестация модуля	Профессиональ ные модули
Освоенная квалификация	Освоенная квалификация	В Программе ГИА	ДЭ Дипломный проект (работа)	ФОС ГИА (программа ГИА)	В соответствии с программой ГИА Протоколы ГИА	Для студентов, допущенных к ГИА	Период ГИА по КУГ

5.7. Методические материалы

Методические материалы, обеспечивающие реализацию образовательной программы, разрабатываются с целью оказания помощи обучающимся в овладении содержанием образовательной программы, проектирования путей достижения планируемых результатов по овладению общими и профессиональными компетенциями. Методические материалы носят как обязательный, так и рекомендательный характер.

К обязательным методическим материалам относятся: поурочные методические разработки и/или технологические карты учебных занятий различных видов; рекомендации по выполнению практических/лабораторных работ; методические рекомендации по выполнению курсовой работы; методические рекомендации по выполнению ВКР и др.

Рекомендательный характер носят такие методические материалы, как: рекомендации для обучающихся по организации самостоятельной работы; рекомендации по подготовке к зачетам и экзаменам; методические рекомендации к отдельным темам и разделам учебной программы и др.

Пакет методических материалов систематически пополняется и обновляется.

5.8. Рабочая программа воспитания и Календарный план воспитательной работы

Рабочая программа воспитания (РПВ) является обязательной частью образовательной программы образовательной организации, реализующей программы СПО, и предназначена для планирования и организации системной воспитательной деятельности.

Рабочая программа воспитания:

- предназначена для планирования и организации системной воспитательной деятельности в образовательной организации;
- разрабатывается и утверждается с участием коллегиальных органов управления образовательной организацией, в том числе советов обучающихся, советов родителей (законных представителей);
- реализуется в единстве урочной и внеурочной деятельности, осуществляемой совместно с семьёй и другими участниками образовательных отношений, социальными институтами воспитания;
- предусматривает приобщение обучающихся к российским традиционным духовным ценностям, включая ценности своей этнической группы, правилам и нормам поведения, принятым в российском обществе на основе российских базовых конституционных норм и ценностей;
- предусматривает историческое просвещение, формирование российской культурной и гражданской идентичности обучающихся.

Цель воспитания обучающихся в образовательной организации: развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации на основе традиционных российских ценностей (жизни, достоинства, прав и свобод человека, патриотизма, гражданственности, служения Отечеству и ответственности за его судьбу, высоких нравственных идеалов, крепкой семьи, созидательного труда, приоритета духовного над материальным, гуманизма, милосердия, справедливости, коллективизма, взаимопомощи и взаимоуважения, исторической памяти и преемственности поколений, единства народов России), а также принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства.

Задачи воспитания обучающихся:

- формирование единого воспитательного пространства, создающего равные условия для развития обучающихся;
- усвоение обучающимися знаний норм, духовно-нравственных ценностей, традиций, которые выработало российское общество (социально значимых знаний);
- формирование и развитие личностных отношений к этим нормам, ценностям, традициям (их освоение, принятие);
- приобретение соответствующего этим нормам, ценностям, традициям социокультурного опыта поведения, общения, межличностных социальных отношений, применения полученных знаний;
- организация всех видов деятельности, вовлекающей обучающихся в общественно-ценностные социализирующие отношения;
- усиление воспитательного воздействия благодаря непрерывности процесса воспитания;
- достижение личностных результатов освоения ОПОП в соответствии с ФГОС СПО.

Рабочая программа сохраняет преемственность по отношению к достижению воспитательных целей среднего общего образования и содержит

инвариантные целевые ориентиры воспитания обучающихся, которые соотносятся с общими компетенциями, формирование которых является результатом освоения ОПОП в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

Воспитательная работа Колледжа КАСПИИ систематизирована в воспитательных модулях. Воспитательный модуль — это структурный элемент, включающий виды, формы и содержание воспитательной работы в рамках заданных направлений воспитания.

В РПВ включены основные (инвариантные) модули: «Образовательная деятельность», «Кураторство», «Наставничество», «Основные воспитательные мероприятия», «Организация предметно-пространственной среды», «Взаимодействие с родителями (законными представителями)», «Самоуправление», «Профилактика и безопасность», «Социальное партнёрство и участие работодателей», «Профессиональное развитие, адаптация и трудоустройство».

РПВ направлена на реализацию миссии Колледжа КАСПИИ: обучаем будущих профессионалов цифрового мира через воспитание счастливых личностей в свободной среде. Основу организационной культуры составляют ценности образовательной организации, которые разделяются коллективом педагогов, сотрудников и студенческим сообществом.

Ценности и традиции — это ядро, определяющее бренд Колледжа КАСПИИ. Из ценностей вытекает стиль поведения, общения и коммуникации всех участников образовательного процесса.

Структурным элементом ОПОП является Календарный план воспитательной работы, который составляется ежегодно с учетом общенародных и профессионально значимых событий и праздников. В нем конкретизируется заявленная в программе воспитания работа применительно к конкретному учебному году.

Раздел 6. Ресурсное обеспечение образовательной программы

6.1. Кадровые условия реализации образовательной программы

Реализация образовательной программы 42.02.01 Реклама обеспечивается педагогическими работниками Колледжа КАСПИИ, 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, и имеющими стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

При комплектовании педагогического состава выполняются следующие требования ФГОС СПО по специальности:

– квалификация педагогических работников должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в Профессиональном стандарте «Педагог профессионального обучения, среднего профессионального образования» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 21.03.2025 № 136н), а именно:

Высшее образование, направленность которого соответствует профилю педагогической деятельности

или

Высшее образование (непрофильное) и дополнительное профессиональное образование по программе профессиональной переподготовки, направленность которой соответствует профилю педагогической деятельности

или

Среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена, направленность (профиль) которых соответствует профилю педагогической деятельности

или

Среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена (непрофильное) и дополнительное профессиональное образование по программе профессиональной переподготовки, направленность которой соответствует профилю педагогической деятельности;

– педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года, в том числе в форме стажировки в профильных организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника;

– доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих опыт деятельности не менее 3 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 процентов.

6.2. Материально-техническое обеспечение образовательной программы

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.

Таблица № 15

Оснащение учебных кабинетов, лабораторий

Наименование кабинетов, лабораторий	Перечень оснащения
Кабинеты	
Социально-гуманитарных дисциплин	Рабочее место для преподавателя, оборудованное ПК - 1 шт Рабочие места обучающихся - 10 штук ЖК панель 1 шт. Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Лицензионное программное обеспечение общего и профессионального назначения
Иностранного языка (лингвфонный кабинет)	Рабочее место для преподавателя, оборудованное ПК - 1 шт Рабочие места обучающихся - 5 штук Компьютеризированных посадочных мест с выходом в интернет - 5 шт. Наушники – 5 шт. ЖК панель 1 шт. Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Лицензионное программное обеспечение общего и профессионального назначения
Математики и информатики	Рабочее место для преподавателя, оборудованное ПК - 1 шт Рабочие места обучающихся - 10 штук ЖК панель - 1 шт. Маркерная доска 1 шт. Web-камера 1 шт.
Безопасности жизнедеятельности Основ безопасности и защиты Родины	Рабочее место для преподавателя, оборудованное ПК - 1 шт Рабочие места обучающихся - 10 штук ЖК панель 1 шт. Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Лицензионное программное обеспечение общего и профессионального назначения
Общепрофессиональных дисциплин	Рабочее место для преподавателя, оборудованное ПК - 1 шт Рабочие места обучающихся - 10 штук ЖК панель 1 шт. Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Лицензионное программное обеспечение общего и профессионального назначения
Профессиональных модулей	Рабочее место для преподавателя, оборудованное ПК - 1 шт Рабочие места обучающихся - 10 штук ЖК панель 1 шт. Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Лицензионное программное обеспечение общего и профессионального назначения
Рисунка и живописи Основ композиции в рекламе	Рабочее место для преподавателя, оборудованное ПК - 1 шт Рабочие места обучающихся - 10 штук ЖК панель 1 шт. Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Лицензионное программное обеспечение общего и профессионального назначения
Лаборатории	
Информационных	Автоматизированные рабочие места на 5 обучающихся

технологий	(процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб;) или аналоги; Автоматизированное рабочее место преподавателя (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб;) или аналоги; Проектор или экран; Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Программное обеспечение общего и профессионального назначения
Цифровых коммуникационных технологий	Автоматизированные рабочие места на 5 обучающихся (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб;) или аналоги; Автоматизированное рабочее место преподавателя (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб;) или аналоги; Проектор или экран; Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Программное обеспечение общего и профессионального назначения
Компьютерной графики	Автоматизированные рабочие места на 5 обучающихся (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб;) или аналоги; Автоматизированное рабочее место преподавателя (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб;) или аналоги; Проектор или экран; Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Программное обеспечение общего и профессионального назначения
Спортивный комплекс	
Спортивный зал	Столы для настольного тенниса – 2 ед. Турник – 1 шт. Гимнастические коврики – 10 шт. Шахматы Шашки
Залы	
Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет	Рабочее место для преподавателя, оборудованное ПК - 1шт Рабочие места обучающихся - 10 штук Компьютеризированных посадочных мест с выходом в интернет - 10 шт. Проектор 1 шт. Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Лицензионное программное обеспечение общего и профессионального назначения.

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

Для организации самостоятельной и воспитательной работы используются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации.

Учебная практика реализуется в учебных кабинетах, лабораториях Колледжа КАСПИЙ, оснащенных необходимым оборудованием, инструментами, расходными материалами, обеспечивающими выполнение всех видов работ, определенных

содержанием программ профессиональных модулей и (или) программ практик, и/или в профильных организациях.

Производственная практика реализуется в профильных организациях, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области. Оборудование и технологическое оснащение организаций – баз производственной практики и рабочих мест - соответствуют содержанию профессиональной деятельности и дают возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями.

Имеющиеся базы практики студентов обеспечивают возможность прохождения практики всеми студентами в соответствии с учебным планом.

6.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение

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

В учебном процессе используются ресурсы ЭБС, с которыми у Колледжа КАСПИИ заключены договоры. В качестве основной литературы при реализации ОПОП используются учебники, содержащиеся в федеральном перечне (по общеобразовательным учебным предметам) и учебники, учебные пособия, предусмотренные ПОП, разработки преподавателей.

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронной библиотечной системе (электронной библиотеке) (ЭБС) и электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС), которая содержит учебно-методическую документацию по всем изучаемым дисциплинам, ПМ и МДК, а также доступом к современным профессиональным базам данных и информационным ресурсам сети Интернет.

Во время самостоятельной подготовки обучающимся предоставляется доступ к сети Интернет.

Также Колледж КАСПИИ обеспечена комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Раздел 7. Особенности реализации образовательной программы

7.1. Возможность реализации электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

При реализации ОПОП по специальности 42.02.01 Реклама возможно применение различных моделей использования электронного обучения (ЭО), дистанционных образовательных технологий (ДОТ): полностью дистанционное обучение (онлайн-обучение); частичное использование технологий, позволяющих организовать дистанционное обучение (смешанное обучение); обучение с веб-поддержкой.

Полностью дистанционное обучение (онлайн-обучение) подразумевает использование такого режима обучения, при котором обучающийся осваивает образовательную программу полностью удаленно с использованием специализированной дистанционной оболочки. Обучение проходит в электронной информационно-образовательной среде на базе LXP IThub, расположенной в сети Интернет по адресу <https://ithub.bulgakov.app/>.

Онлайн-обучение не предполагает регулярных аудиторных занятий. Все коммуникации обучающегося с преподавателем осуществляются посредством указанной оболочки (платформы).

В модели, при которой происходит частичное использование дистанционных образовательных технологий (смешанное обучение), очные занятия чередуются с дистанционными, учебный процесс строится на основе интеграции аудиторной и внеаудиторной учебной деятельности с использованием и взаимным дополнением технологий традиционного и электронного обучения. Смешанное обучение допускает сокращение объема аудиторной нагрузки преподавателя, решает задачи экономии аудиторного фонда, повышает эффективность работы преподавателя за счет использования информационных технологий.

Обучение с веб-поддержкой предполагает, что объем контактных часов работы, обучающихся с преподавателем, не сокращается, и в учебном процессе по очной форме обучения определенный объем времени по освоению дисциплины отводится на работу в среде электронного учебного курса. При этом электронная среда используется в дополнение к основному традиционному учебному процессу для решения следующих задач: организация самостоятельной работы студентов в электронной среде (электронные материалы лабораторным и практическим работам с использованием виртуальных лабораторных комплексов, тестирование – самопроверка и др.); проведение консультаций с использованием форумов и вебинаров; организация текущего и промежуточного контроля обучающихся; организация учебно-исследовательской и проектной работы студентов в электронной среде.

Материально-техническое оснащение ОПОП позволяет реализовать любую модель.

Основными видами учебной деятельности с применением дистанционного обучения являются:

- лекции, реализуемые во всех технологических средах: работа в сетевом компьютерном классе в системе online (система общения преподаватель и обучающихся в режиме реального времени) и системе offline (система общения, при которой преподаватель и обучающиеся обмениваются информацией с временным промежутком) в форме теле – и видео лекций и лекций-презентаций;
- практические, семинарские и лабораторные занятия во всех технологических средах:
- видеоконференции, собеседования в режиме chat (система общения, при которой участники, подключённые к Интернет, обсуждают заданную тему короткими текстовыми сообщениями в режиме реального времени),

- занятия в учебно-тренировочных классах, компьютерный лабораторный практикум, профессиональные тренинги с использованием телекоммуникационных технологий;

- учебная практика, реализация которой возможна посредством информационных технологий;

- индивидуальные и групповые консультации, реализуемые во всех технологических средах: электронная почта, chat-конференции, форумы, видеоконференции;

- самостоятельная работа обучающихся, включающая изучение основных и дополнительных учебно-методических материалов; выполнение тестовых и иных заданий;

- выполнение курсовых проектов, написание курсовых работ, тематических рефератов и эссе;

- работу с интерактивными учебниками и учебно-методическими материалами, в том числе с сетевыми или автономными мультимедийными электронными учебниками, практикумами;

- работу с базами данных удалённого доступа;

- текущие и рубежные контроли, промежуточные аттестации с применением дистанционного обучения.

- При обучении с использованием дистанционного обучения применяются следующие информационные технологии:

- кейсовые;

- пересылка изучаемых материалов по компьютерным сетям;

- семинары, проводимые через компьютерные сети;

- компьютерные электронные учебники или электронные учебники на лазерных дисках; диски с видеоизображением;

- виртуальные лабораторные практикумы;

- компьютерные системы контроля знаний с наборами тестов;

- трансляция учебных программ посредством тела и радиовещания;

- голосовая почта;

- двусторонние видеоконференции односторонние видеотрансляции с обратной связью по телефону, а также различные их сочетания.

Данная ОПОП может быть реализована с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

7.2. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В зависимости от заболевания инвалиды и лица с ОВЗ могут обучаться по ОПОП 42.02.01 Реклама:

- в составе учебной группы, по основному учебному плану;

- по индивидуальному учебному плану (ИУП);

- по адаптированной образовательной программе;

- с применением ЭО и ДОТ.

При обучении обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ по основному учебному плану или ИУП устанавливается особый порядок освоения дисциплины "Физическая культура" с учетом состояния их здоровья.

Адаптированная образовательная программа разрабатывается для лиц с ОВЗ и инвалидов в соответствии с «Методическими рекомендациями по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования» (письмо Министерства просвещения России от 22.04.2015 № 06-443) с

учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья и при необходимости, обеспечивающие коррекцию нарушений, развития и социальную адаптацию указанных лиц, а для инвалидов – с учетом индивидуальной программы реабилитации инвалида. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

При организации образовательного процесса с применением ЭО и ДОТ образовательная организация ориентируется на «Методические рекомендации по реализации образовательных программ среднего профессионального образования и профессионального обучения лиц с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий» (письмо Министерства просвещения России от 10.04.2020 года N 05-398).

7.3. Особенности реализации ОПОП в сетевой форме

Сетевая форма реализации образовательных программ обеспечивает возможность освоения обучающимся образовательной программы и (или) отдельных дисциплин (модулей), практики, иных компонентов, предусмотренных образовательными программами (в том числе различных вида, уровня и (или) направленности), с использованием ресурсов нескольких организаций, осуществляющих образовательную деятельность, включая иностранные, а также при необходимости с использованием ресурсов иных организаций (научные, физкультурно-спортивные и др.), обладающих ресурсами, необходимыми для осуществления образовательной деятельности по образовательной программе.

Взаимодействие между организациями (базовой и участниками) осуществляется посредством договора о сетевой форме реализации ОПОП. Сетевая ОПОП разрабатывается на основании ФГОС СПО и утверждается базовой организацией совместно с образовательной организацией-участником.

Организация образовательного процесса осуществляется с использованием кадровых, информационных, материально-технических, учебно-методических ресурсов организаций, участвующих в сетевом взаимодействии, регулируется Порядком организации и осуществления образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования РФ и Министерства просвещения РФ от 05.08.2020 № 882/391 (в действующей редакции).

Обучающиеся в процессе обучения по образовательным программам в сетевой форме участвуют в академической мобильности – перемещении на определенный период времени в другую образовательную организацию – участницу сетевого взаимодействия без отчисления из базовой организации.

Некоторые преимущества использования сетевой формы ОПОП СПО:

- Повышение качества образования. Сетевая форма позволяет аккумулировать лучший опыт образовательных организаций, а также актуализировать программы с учётом уровня и особенностей ресурсного обеспечения реальной профессиональной деятельности.
- Развитие личностных качеств и компетенций. Освоение образовательной программы за пределами своей образовательной организации способствует развитию устной и письменной коммуникации, в том числе на иностранном языке, а также способности адаптироваться к иной образовательной и профессиональной среде.
- Расширение информированности обучающихся. Сетевая форма позволяет сделать осознанный выбор собственной образовательной траектории, что повышает мотивацию к учёбе и осознание ответственности за достижение результата.

- Создание программ, нацеленных на подготовку специалистов. Сетевая форма позволяет разрабатывать программы, которые готовят профессионалов на стыке различных направлений науки и техники.
- Активация обмена передовым опытом подготовки кадров. Сетевая форма создаёт условия для повышения уровня профессионально-педагогического мастерства преподавательских кадров, для использования в процессе обучения современной материально-технической и методологической базы.
- Повышение конкурентоспособности выпускников. Сетевая форма помогает выпускникам стать более конкурентоспособными.

Раздел 8. Заключение

Данная ОПОП реализуется с момента получения лицензии.

По мере издания новых нормативных актов РФ в нее могут вноситься изменения в установленном порядке.